

Raymond A. Slesinski

推销员的 三条金律

SKYROCKET
YOUR
SALES

超越推销极限的三条金律

A new approach to sky's-the-limit selling by

- 有效的聆听
listening
- 有针对性地提问
asking the right questions
- 正确解读身体语言
understanding body language

[美] 雷蒙·A·施莱辛斯基 著
卢小生 译

经济管理出版社

ECONOMIC MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

Pelican Publishing Company, Inc.

推销员的三条金律

[美] 雷蒙·A·施莱辛斯基 著
卢小生 译

经济管理出版社

责任编辑：凌 霄

技术编辑：晓 成

责任校对：平 实

图书在版编目 (CIP) 数据

推销员的三条金律/ (美) 施莱辛斯基著; 卢小生译.
北京: 经济管理出版社, 2002

ISBN 7-80162-436-X

I. 推... II. ①施...②卢... III. 推销—基本知识
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 041481 号

推销员的三条金律

[美] 雷蒙·A·施莱辛斯基 著
卢小生 译

出版：经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同 8 号 邮编: 100035)

发行：经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷：北京宏伟印刷厂

880×1230 毫米 1/32 8.5 印张 173 千字

2002 年 7 月第 1 版 2002 年 7 月北京第 1 次印刷

印数: 1—6000 册

ISBN7-80162-436-X/F·420

定价: 18.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社发行部负责调换。

通讯地址: 北京阜外月坛北小街 2 号 邮编: 100836

联系电话: (010) 68022974

著作权登记号：图字：01 - 2000 - 3355 号

Chinese Edition Copyright © 2002 by Economic Management Publishing House.

All Rights Reserved.

Original English Language Edition Copyright © 1986 by Raymond A. Slesinski.

Simplified Chinese Characters Translation of Skyrocket Your Sales, is Published by arrangement with Pelican Publishing Company, Inc. through Big Apple Tuttle - Mori Agency, Inc. and Beijing International Rights Agency.

平面设计 classic design · 伍毓泉

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

前 言

在收集本书资料的过程中，我拜访了一些推销员、推销经理以及他们的顾客——那些专门购买零售和工商企业产品的顾客。我先问了他们这样一个问题：“你认为，一位推销员应该具备什么样的特质呢？”而针对顾客们，我还会就一些特定问题问他们：“你认为，什么样的推销员会让你们慷慨解囊去购买他们推销的产品呢？”

当然，没有必要去请教太多的具体问题，因为我敢肯定答案会是这样的：“我认为，推销员应该有诚意、值得信赖、很可靠、很友善，而且善解人意，相当关心别人。”在问到顾客喜欢什么样的推销员时，许多顾客回答说：“推销员既要了解公司产品特色，同时还要了解竞争对手的产品，并且有能力且肯用心思去了解顾客的工作环境与需要。除此之外，还要能够立即进行产品示范，告诉顾客怎样使用这个产品，并且在说明用了这个产品后，对顾客的工作有多大帮助。”总而言之，对于上述问题的答案，有一位细心的顾客最后做了一个很有趣的总结（他所描述的也许和其他顾客的



推销员的三条金律

看法一样，只不过是直截了当地、明白地说出了)：“我觉得，推销员应该同顾客达成共识，一道工作——就像商业上的合作伙伴一样，顾客希望推销员能够永远把顾客的需要及其利益放在第一位。”

这些推销员和顾客对上述问题的回答使我们更加相信，推销是一种人与人之间极为亲切的、相互影响的人际关系。人们相互影响，为了在市场上成功地推销，建立与拓展非常友好的人际关系与沟通技巧是非常必要的。示范这些技巧，将会使顾客更加容易地注意到自己推销的产品，并且使自己更像一个推销员。本书的目的就是为了帮助最普通的推销员了解建立与拓展他们的人际关系技巧和推销技巧，促使他们成为更有愿景和前途的推销工程师。这样，顾客将会把推销员当做知己与心腹及生意上的得意资产，他们会认为，除了使用推销员推销的产品与服务外，还能通过推销员帮助实现公司与个人的目标。

多年来从事推销与推销训练的经验告诉我，大多数推销员实际上必须改善自己的聆听、提问及解读身体语言的技巧。现在，图书市场上几乎没有一本书广泛地涵盖了聆听、提问及解读身体语言这样三个法则，供他人在训练课程中使用。但是，我相信，信息极其重要，因此，我决定专门为推销产品和服务的推销员撰写一本书。

这本书的重点主要集中在三个关键——聆听、提问及解读身体语言的人际沟通技巧上。拥有这些技巧，推销员将会成为一个发现问题和解决问题的高手，可以建立与顾客良好的人际关系，并且可以用一种更加有效的方式处理在推销过



程中遇到的各种阻力和尴尬局面。因建立这三种技巧后而增加的利益是加速销售，以及使推销更容易、更顺利（减少推销过程中出现的问题）。真正的收获是提高了推销员的推销技巧和自身形象，以及工作成就感。当然，除了推销员之外，也有许多人可以从中获利。

这本书的结构设计与写作手法都与实际生活中推销员每天都会遇到的推销情况有关，其中包括实际的人际沟通和可供使用的推销工具。举个例子来说吧，在本书讨论聆听和提问技巧的章节里，有许多实例和纯文字的问题，可以供推销员或读者在各种推销环境中使用，这些宝贵的推销工具可以立即拿来使用，这些工具不仅对推销新手来说是推销成功的有效工具，而且对经验丰富的资深推销高手也同样如此。本书介绍了许多具体的推销技巧——提问技巧和回答顾客问题的技巧，推销员借助于书中介绍的推销技巧，可以确保推销过程的迅速完成。从整本书看，读者可以发现“买卖”这个词，不仅是一个普通的词，而且还可以用于任何推销交易——租赁、租约，或者任何可以使用一种产品或服务所订立的契约。本书提供的有关人际沟通技巧是大众化的，不仅对推销员有用，而且每个人都可以运用它们来提高自己的沟通能力。借助于改善人际关系的技巧，可以提高个人的社交能力与生活质量，以及工作业绩。

为了更好地利用本书，我建议读者先将全书浏览一遍，然后，再就自己觉得最实用、对推销及个人生涯最重要的部分认真地仔细阅读。切记：聆听、解读身体语言以及提问是必须学习的技巧，并且需要养成习惯。本书将有助于你



推销员的三条金律

了解自己哪些技巧需要改善。在这之后，就完全取决于你了，因为一个最重要的步骤是：实践，实践，再实践！

每天实践这些人际沟通技巧，就是每一次都把自己融入交谈之中。这就像开发其它技巧或活动一样：比如，学习打高尔夫球，开汽车，驾驶飞机，等等；你不可能奢望读完这本书就会了，就万事大吉了。我费了九牛二虎之力，才改善聆听及其它人际关系技巧，而且我仍然需要继续改善和保持我已经开发出来的各种技巧的熟练程度。写书和做一位推销训练师的危险之一，就是你必须随时保持警惕，肩负起一种永恒不变的重任——成为已经着手写作的主题的角色典范。就是这个样子！一位“听觉迟钝者”是无法吸引听众的。

在写作本书过程中，我学到了许多因聆听及改善其它人际关系的技巧，从而使我的生活更加丰富多彩。我希望本书也可以帮助推销员实现自己的推销目标与人生目标，并且为推销员带来更大的成就感。我预祝各位读者在个人生活及推销事业上都能马到成功！

致 谢

我要对许多关心和支持我的人表示诚挚的感谢。在这里，我要感谢特里萨·帕西比尔（Theresa Passabile），她的信念、支持和爱，鼓励我进行创作；感谢玛丽安娜·伯纳姆（Marianne Burnham），她为本书提供了非常富有创造性的编辑帮助；感谢查尔斯·尤西（Charles Eusey），他在法律上为我提供了许多帮助；感谢米切尔·科克纳克（Michael Koker-nak），他为本书提供了许多平面艺术上的帮助；感谢鹈鹕出版社（Pelican Publishing）的波利·塞里奥特（Polly Theriot）女士，她在本书出版过程中始终给予我支持，并且提供了出色的编辑帮助；感谢我的父母托尼（Tony）和托莉（Toni），我的妹妹特里萨（Theresa），他们总是温和地、耐心地、爱抚地培养、支持和鼓励我努力成为最优秀的人，并且教给我许多宝贵的聆听技巧。最后，我还要感谢所有支持我的朋友，由衷地感谢你们，谢谢你们，愿上帝保佑你们！

目 录

前言/ 1

致谢/ 1

第一章 有效的聆听/ 1

一天中的大事……/ 1

一种必须学会的技巧/ 4

心不在焉会伤人/ 5

真正的收获/ 8

一个成功的案例/13

听与聆听之间存在本质上的差异/19

有效的聆听对推销过程的影响/23

你是一位好听众吗? /31

聆听测试/32

第二章 聆听的目的与好处/39

同顾客建立良好的人际关系/40

获得推销所需要的重要信息/44

使推销得心应手/48



改善自己的专业形象/51

缓和紧张气氛/54

说服顾客/61

第三章 有效聆听的障碍/67

听力障碍之一：对说话者的感觉/67

听力障碍之二：对主题的偏见/68

听力障碍之三：意见相左或故意刁难/70

听力障碍之四：听者的情况/71

听力障碍之五：环境影响/72

听力障碍之六：平淡或乏味/73

第四章 十四种有效聆听的技巧/75

聆听技巧 1：控制情绪，专心聆听/78

聆听技巧 2：不可随意插话或接话/79

聆听技巧 3：多用反应性词语或陈述/84

聆听技巧 4：不可假装聆听/86

聆听技巧 5：防止分心/88

聆听技巧 6：使用反馈、释义或结语/90

聆听技巧 7：重点问题要做笔记/93

聆听技巧 8：聆听时，可用习惯性的身体语言配合/96

聆听技巧 9：判断说话内容，不可批评说话者/99

聆听技巧 10：利用分析与评估，听出说话的主题及大意/102

聆听技巧 11：情况不对时，要保持冷静，继续聆听/104

聆听技巧 12：聆听时，要完全进入角色/108

聆听技巧 13：从不完整或模糊的信息中发现重要的推销



线索/114

聆听技巧 14：聆听与观察购买信息/120

第五章 解读身体语言信号/127

观察身体语言的好处/131

寻找“大意”/133

开放型身体语言与封闭型身体语言/136

身体的距离与方向/137

其它非语言因素/139

解读非语言信号/141

积极的身体语言信号：合作、热情与赞同/143

对积极的身体语言信号的反应/146

思考的身体语言信号：评估、反应与犹豫/146

对思考的身体语言信号的反应/148

漠不关心的身体语言信号：不感兴趣、焦躁不安与疲惫不堪/150

对漠不关心的身体语言信号的反应/152

自信的身体语言信号：泰然自若与优越感/153

对自信的身体语言信号的反应/155

多疑的身体语言信号：怀疑、不信任、不相信与迷惑不解/156

对多疑的身体语言信号的反应/157

消极的身体语言信号：故意、气愤与沮丧/158

对消极的身体语言信号的反应/160

无意泄露事物真相的身体语言信号：欺骗、回避与说谎/162



推销员的三条全律

对无意泄露事物真相的身体语言信号的反应/164

第六章 有针对性地提问/167

提问的好处之一：有利于从顾客那里获得重要的信息/168

提问的好处之二：有利于同顾客建立良好的信任关系/170

提问的好处之三：有利于控制推销访问的局面/171

提问的好处之四：有利于减少与顾客之间的误会/175

提问的好处之五：有利于减少被顾客拒绝的几率/176

问题的分类/177

提问的一般规则/198

回答顾客提出的问题/217

第七章 推销全程中使用的提问范例/219

确认顾客的需要、问题与目标的提问技巧/220

确认顾客对时间要求的提问技巧/222

确认顾客购买决策核准程序的提问技巧/225

确认竞争者的提问技巧/227

确认顾客财务标准的提问技巧/228

确认顾客选择特定供应商的提问技巧/232

确认顾客对技术或产品要求的提问技巧/234

推销展示提问技巧/235

应对顾客提出的反对意见的提问技巧/238

一般性模拟交易中使用的提问技巧/244

确认性模拟交易中使用的提问技巧/247

结束推销的提问技巧/250

第一章

有效的聆听

在现实生活中，很少有人能够完全做到有效的聆听，而这种现象常常被人们称为沟通的代沟。这是因为，聆听很难理解和研究，所以，也是沟通过程中最容易被人们忽视的一部分。著名语义学家 S.J. 哈雅卡瓦（S.J. Hayakawa）曾经说过：“聆听是一个经常被人们忽视的主题。一位好听众会在演讲人发表演讲时，帮助澄清——并且经常是改正——演讲人表达的观点。如果大人愿意成为孩子们的听众，孩子们长大以后便会具有良好的沟通能力。”

一天中的大事……

一天到晚，我们都在聆听，但是，我们对听到的内容往往是不假思索，所以，我们总是当不好听众。实际上，聆听是一项值得开发的技巧，因为一位好听众，在社交场合与事业上都会占有优势。威廉·福特·基夫（William Ford Keefe）在他著的《聆听技巧》（Listen Management）一书中，引用



推销员的三条金律

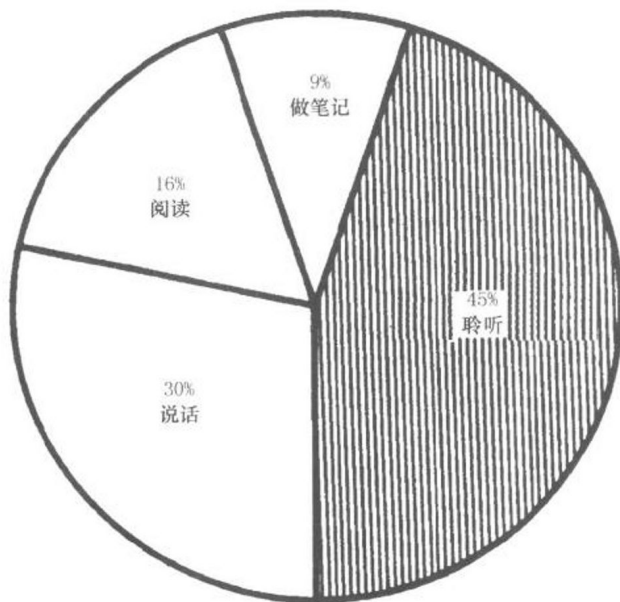


图 1.1 人们的人际沟通时间分布图

了几份研究报告，结论指出：大多数高级经理人每天大约将 45%~80% 的工作时间用来聆听，而办公室管理人员则将 80% 的工作时间用来聆听。最近，布里格姆扬大学 (Brigham Young University) 的哈罗德·史密斯 (Harold T. Smith) 对工商业进行了研究，以反驳重要经理人特质论——经理人特质论认为，20% 的经理人特质足以产生 80% 的利润。史密斯将调查问卷发给合格的行政管理协会的 457



位成员，要求他们按照重要性来排出 20 种经理人的特质或能力，调查结果显示，排在前两位的是：沟通能力排在第二位，而聆听技巧却排在第一位。

第一项有关聆听的正式研究也许是在 1926 年开始进行的，当时，研究人员保罗·兰金（Paul Rankin）对人们如何使用睡眠以外的时间做了研究与分析。他发现，人们大约将 70% 的时间用于沟通，也就是说，人们一天中每十分钟就有 7 分钟用于人际沟通上。人们的人际沟通时间的分布情况如图 1.1 所示。

甚至在最近刚刚完成的追踪报告中，人口的典型实例（比如，白领阶层、蓝领阶层、大学生、推销员或家庭主妇）调查报告的比例分析显示，其百分比仍然是一样的。因此，我们可以假定，在工作时间内，推销员将其 70% ~ 80% 的时间用于做沟通工作，而其中的主要活动就是聆听。

无论其职业如何，任何人都可以从聆听中获得很多好处。下面仅列举从聆听中获得的一部分好处：

- 改善自己与同事、老板（或上司）、朋友、配偶、孩子及亲戚的关系。
- 提高职业形象与个人声望。
- 更加得心应手地处理各种各样的冲突，减少可能发生的误会、过高的期望与失望。
- 改善面试时的自我表现。
- 提高高层决策者、经理人或行政管理人員的办事效率。