



中国推销员新向导丛书 II

新推销员 必读全书

推销新手出击必胜的法则

汗牛策划
陈企华 主编

让你的推销
无障碍

- 推销易学难精
- 只有掌握其中的诀窍
- 才能一矢中的



中国纺织出版社

中国推销员新向导丛书

新推销员必读全书

汗 牛 策划

陈企华 主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

刚刚步入推销员队伍的你想迅速具备优秀的推销员所具有的素质和知识吗?想迅速获得成功吗?本书可以帮助你实现这一愿望。它不仅告诉你需要具备哪些素质、技巧,还告诉你如何做好推销前的准备,如何开发新客户,如何约见客户,如何成交,如何处理客户的抱怨,如何面对客户的拒绝……依此前行,你定会成功。

图书在版编目(CIP)数据

新推销员必读全书/陈企华主编. —北京:中国纺织出版社, 2002.5

(中国推销员新向导丛书)

ISBN 7-5064-2309-X/F.0228

I. 新… II. 陈… III. 推销—基本知识

IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 026106 号

责任编辑:李秀英 高剑 责任印制:刘强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号

邮政编码:100027 电话:010-64168226

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京航信印刷厂印刷 各地新华书店经销

2002年5月第一版第一次印刷

开本:850×1168 1/32 印张:13.75

字数:300千字 印数:1-6000 定价:25.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

《中国推销员新向导丛书》编委会

主编 陈企华

编委 陈企华 孙科炎 周锡冰

刘 健 彭 强

目 录

第一章 新推销员应具备的素质与能力

一、新推销员应具备的素质	(2)
1. 新推销员应树立良好的个人形象	(2)
2. 新推销员应具备的业务素质	(6)
3. 新推销员应具备的心理素质	(8)
4. 新推销员应具备的身体素质	(16)
5. 新推销员应具备的思想素质	(17)
二、新推销员必备的能力	(21)
1. 观察能力	(21)
2. 开拓能力	(22)
3. 社会交往能力	(22)
4. 创造能力	(23)
5. 应变能力	(23)
6. 语言表达能力	(24)
7. 记忆能力	(25)

第二章 推销前的准备

一、熟悉本公司的情况	(27)
------------------	------

目 录

1. 公司的历史变迁及业绩	(28)
2. 公司主要领导的姓名	(29)
3. 公司服务的敏捷度	(30)
4. 公司的运作程序	(31)
5. 公司的社会责任	(32)
6. 公司的长远发展计划	(33)
二、熟悉本公司的产品情况	(34)
1. 你的产品与顾客的特殊要求之间的关系	(35)
2. 熟悉推销品的质量和价格	(35)
3. 熟悉产品和用途及其局限性	(36)
4. 熟悉推销品必要的保养方法	(36)

第三章 新推销员怎样开发新客户

一、开发新客户的四大法则	(39)
1. 培养敏锐的观察力与正确的判断力	(39)
2. 活学化学里的连锁反应公式	(40)
3. 养成随时发掘潜在客户的习惯	(40)
4. 记录每日新增的潜在客户	(41)
二、寻找潜在客户的方法一——“地毯式”的访问法	(41)
三、寻找潜在客户的方法二——资料查阅法	(42)
1. 能为推销人员所用的企业	
外部资料有以下几种	(43)
2. 来自企业内部方面的资料有以下几种	(44)
四、寻找潜在客户的方法三——顾客介绍法	(45)
五、寻找潜在客户的方法四——咨询法	(46)

六、寻找潜在客户的方法五——影响中心法·····	(47)
七、寻找潜在客户的方法六——代理人法·····	(49)
八、寻找潜在客户的方法七——广告开拓法·····	(50)
九、寻找潜在客户的方法八——个人观察法·····	(51)
十、寻找潜在客户的方法九——会议寻找法·····	(52)
十一、寻找潜在客户的方法十——区域性访问法·····	(53)

第四章 新推销员约见客户 和接近客户的方法

一、约见客户的方法·····	(55)
1. 约见的意义 ·····	(55)
2. 约见的内容 ·····	(57)
3. 约见的方法 ·····	(60)
二、接近顾客的方法·····	(63)
1. 介绍接近法 ·····	(63)
2. 问题接近法 ·····	(64)
3. 好奇接近法 ·····	(65)
4. 演示接近法 ·····	(66)
5. 利益接近法 ·····	(67)
6. 求教接近法 ·····	(68)
7. 调查接近法 ·····	(69)
8. 赞美接近法 ·····	(70)
9. 送礼接近法 ·····	(71)

第五章 新推销员促进成交的技巧

一、抓住顾客表现出来的购买信号·····	(73)
1. 表情信号·····	(73)
2. 语言信号·····	(74)
3. 行为信号·····	(74)
二、促成生意成交的基本方法·····	(75)
1. 优惠成交法·····	(76)
2. 保证成交法·····	(76)
3. 选择成交法·····	(77)
4. 假定成交法·····	(78)
5. 请求成交法·····	(79)
6. 从众成交法·····	(79)
7. 小点成交法·····	(80)
8. 最后机会法·····	(81)
9. 利益汇总成交法·····	(81)
10. 肯定成交法·····	(82)
三、难以达成交易的情形及其对策·····	(83)
1. 新推销员缺乏系统的培训·····	(83)
2. 新推销员推销计划欠周详·····	(84)
3. 没有同顾客更好地沟通·····	(84)
4. 急于与顾客签约·····	(85)
5. 害怕推销失败·····	(85)

第六章 处理顾客异议的技巧

一、正确认识顾客异议产生的原因	(88)
1. 顾客原因	(88)
2. 产品原因	(92)
3. 其他方面的原因	(95)
二、正确评价顾客的异议	(97)
1. 顾客的异议是成功的开始	(97)
2. 正确认识异议的多面性	(98)
3. 认真倾听顾客的异议	(101)
4. 认真分析顾客的异议	(102)
5. 认真处理顾客的异议	(103)
6. 整理与保存各种顾客异议的资料	(107)
三、顾客异议的类型	(107)
1. 顾客异议的类型	(108)
2. 顾客的心理异议	(113)
四、处理顾客异议的基本策略	(119)
1. 树立正确的态度	(119)
2. 主动提出问题	(121)
3. 对顾客可能提出的异议深入分析	(121)
4. 避免冒犯客户	(122)
5. 处理顾客异议的最佳时机	(123)
五、处理顾客异议的基本方法	(127)
1. 反驳法	(128)
2. 但是法	(131)

目 录

3. 补偿法	(133)
4. 转化法	(136)
5. 询问法	(138)
6. 更换处理法	(140)
六、应付顾客异议的技巧	(142)
1. 处理货源异议的技巧	(142)
2. 处理价格异议的技巧	(143)
3. 处理时间异议的技巧	(147)
4. 处理顾客异议的技巧要点	(148)

第七章 新推销员怎样应对 形形色色的拒绝借口

一、“价钱太贵”的拒绝借口	(152)
二、“无钱购买”的拒绝借口	(154)
1. 应付“没钱购买”的点子	(155)
2. 让顾客说不出“没钱”的借口	(155)
三、“以前用过,不好用”的拒绝借口	(156)
四、“对不起,已买了”的拒绝借口	(157)
五、“考虑一下”的拒绝借口	(159)
六、“产品质量太差”的拒绝借口	(161)
七、“我想和我先生商量”的拒绝借口	(163)
八、其他拒绝借口	(165)
1. 我不善于当场决策	(165)
2. 只是随便看看	(166)

3. 你在给我施加压力	(166)
4. 我是在替别人看看	(166)
5. 先给我留着,我会给你回信的	(167)
6. 这个产品太复杂,我一时接受不了	(167)
7. 我心里没底	(167)
8. 我回头再买	(168)
9. 我想比较一下	(168)
10. 我想先同我的律师商量一下	(169)
11. 我先拿点资料,回去研究后再做决定	(170)
12. 产品不合适,我不喜欢	(170)
13. 不愿意借钱购买产品	(171)
14. 我要购买的产品太多	(171)
15. 我们刚结婚,不想买	(172)
16. 我需要想一想	(172)
17. 我年纪大了,不买了	(173)
18. 我想同我的财务顾问商量一下	(173)
19. 我刚从×××那里订了货,我不买了	(174)
20. 我能买到比这产品更便宜的	(174)
21. 对不起,我买不起	(175)
22. 我没相中你们的产品	(175)
23. 我今天不买你们的产品	(176)
24. 我想要的产品你们没有	(177)
25. 我什么也不想买	(177)
26. 我最关心的是……我哪知道你介绍 的是不是真的?	(177)
27. 我希望价格能打折扣	(178)

28. 我的朋友也是干你们这一行的	(178)
29. 多年以来一直同××厂家做生意,挺满意的 ...	(179)
30. 对不起,我正在搬家	(179)
31. 我的一个同事和你们的公司 做过生意,很不愉快	(180)
32. 我们没有这笔购买预算	(181)

第八章 新推销员如何应对各种顾客

一、新推销员如何应对不同类型的顾客	(183)
1. 自以为是型	(184)
2. 斤斤计较型	(184)
3. 心怀怨恨型	(185)
4. 冷静思考型	(185)
5. 借故拖延型	(186)
6. 好奇心强烈型	(186)
7. 滔滔不绝型	(187)
8. 大吹大擂型	(187)
9. 虚情假意型	(187)
10. 生性多疑型	(188)
11. 情感冲动型	(188)
12. 沉默寡言型	(189)
13. 先入为主型	(189)
14. 思想保守型	(189)
15. 内向含蓄型	(190)
16. 固执己见型	(190)

17. 犹豫不决型	(190)
18. 精明理智型	(191)
二、新推销员如何应对不同年龄的顾客	(191)
1. 老年顾客	(192)
2. 中年顾客	(192)
3. 年轻夫妇	(193)
4. 时尚青年	(193)
三、新推销员如何应对不同职业的顾客	(193)
1. 专家	(194)
2. 企业家	(194)
3. 经济管理人员	(194)
4. 公务员	(195)
5. 工程师	(195)
6. 医师	(195)
7. 警官	(196)
8. 大学教授	(196)
9. 银行员	(196)
10. 工人	(197)
11. 护士	(197)
12. 商业设计教师	(197)
13. 教师	(198)
14. 退休工人	(198)
15. 农民	(198)
16. 推销员	(199)
17. 住宅建筑家	(199)
18. 司机	(199)

第九章 新推销员实战技巧

一、新推销员接近顾客的技巧	(201)
1. 抓住顾客的虚荣心	(201)
2. 适时称赞顾客	(202)
3. 让顾客信任新推销员	(203)
4. 利用顾客感兴趣的话题接近顾客	(203)
5. 针对不同顾客,对症下药	(207)
二、新推销员引导顾客的技巧	(212)
1. 推销员设法掌握主动权	(212)
2. 集中顾客的注意力	(215)
3. 深入了解顾客推销法	(220)
4. 激起顾客需求的推销技巧	(222)
三、新推销员说服顾客的技巧	(226)
1. 软硬兼施推销法	(226)
2. 出奇制胜推销技巧	(229)
3. 以退为进的推销技巧	(234)
4. 对付竞争对手技巧	(237)
四、新推销员在交易后的技巧问题	(245)
1. 与顾客道别	(245)
2. 避免顾客反悔	(249)
3. 用契约“缚住”顾客	(254)
4. 推销事后处理及售后服务技巧	(255)
五、新推销员应对拒绝的技巧	(259)
1. 客户拒绝的心理	(259)

2. 针对拒绝采用 7 种补救办法	(260)
六、新推销员观察顾客的方法	(263)
1. 从顾客服饰判断顾客的购买能力	(264)
2. 从语言交谈中了解顾客的购买动机	(266)
3. 从顾客表情的变化推测顾客心理	(267)
4. 新推销员观察顾客的要点	(269)
七、处理顾客抱怨的技巧	(271)
1. 顾客是上帝	(271)
2. 站在顾客的立场上想问题	(273)
3. 多听些顾客的抱怨	(275)
4. 顾客抱怨的处理对策	(279)

第十章 运用非言语沟通帮助推销

一、非言语沟通的可行性分析	(285)
1. 非言语沟通的理论支持	(285)
2. 非言语行为对言语沟通的积极影响	(289)
二、怎样运用目光帮助推销	(291)
1. 恰当的注视	(291)
2. 视线的位置	(292)
3. 怎样看透客户的眼光	(293)
三、怎样运用体势帮助推销	(294)
1. 手的语言	(295)
2. 坐姿的语言	(297)
四、怎样运用声调帮助推销	(299)
五、怎样利用微笑帮助推销	(301)

目 录

六、怎样利用“距离”帮助推销	(302)
七、使用非语言沟通的误区	(304)
1. 缺乏眼与眼的接触	(304)
2. 对顾客缺乏笑容	(305)
3. 负面的语言沟通	(305)
4. 负面的身体语言	(305)

第十一章 新推销员怎样签订销售合同

一、销售合同概述	(308)
1. 签订销售合同的原则	(308)
2. 销售合同的签订程序	(309)
3. 销售合同的签订应具备的主要条款	(310)
二、销售合同的履行	(312)
1. 履行销售合同的一般程序	(313)
2. 销售合同履行处理争议	(315)
三、合同的担保	(316)
1. 定金	(316)
2. 保证	(317)
3. 留置	(319)
4. 抵押	(319)
四、销售合同的变更和解除	(320)
1. 销售合同变更和解除的含义	(320)
2. 销售合同变更及解除的条件	(321)
3. 变更和解除销售合同的程序	(324)
4. 变更和解除销售合同的赔偿责任	(325)

第十二章 新推销员必知推销礼仪

- 一、推销礼仪的特点及作用** (327)
 - 1. 推销礼仪的特点 (327)
 - 2. 推销礼仪的作用 (329)
- 二、推销员的主要礼节** (330)
 - 1. 招呼 (330)
 - 2. 介绍 (331)
 - 3. 抽烟的礼节 (333)
 - 4. 名片的交换 (334)
- 三、常用场合的推销礼仪** (336)
 - 1. 柜台待客的礼仪 (336)
 - 2. 商务洽谈的礼仪 (340)
 - 3. 宣传产品推销礼仪 (343)
 - 4. 签约礼仪 (346)

第十三章 新推销员禁忌面面观

- 一、语词上的禁忌** (352)
 - 1. 专业术语禁忌 (352)
 - 2. 凶恶词语的禁忌 (353)
 - 3. 其他方面的词语禁忌 (355)
- 二、行为禁忌** (356)
 - 1. 体态上的禁忌 (356)
 - 2. 禁忌迟到 (361)