

拾级而上

成功推销的**39**级台阶



The Secrets of Professional
Sales Closing

[美] 伊恩·西摩



中信出版社

拾级而上

——成功推销的 39 级台阶

[美] 伊恩·西摩 著

刘文军 栾 博 刁洪流 译

中 信 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

拾级而上:专业推销成交的秘诀/(美)西默尔著;
刘文军等译. —北京:中信出版社,2000.5
书名原文:One on one:the secrets of professional salesclosing
ISBN 7-80073-265-7

I. 拾... II. ①西... ②刘... III. 推销—经济结构
N. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第07650号

Copyright ©1994

By Ian Seymour

All rights reserved

First published by Corgi Books, Transworld Publishers, Ltd., 1994

This translation published by arrangement with the author by Pelican
Publishing Company, 1996

本书中文简体字专有出版权由中信出版社独家获得,未经版权所有著书面许可,任何单位或个人不得以任何方式复制和抄袭本书的任何部分。

拾级而上

——成功推销的39级台阶

SHIJERSHANG—CHENGONG TUOXIAODE SANSHIJIUJI TAIJIE

著者 [美] 伊恩·西摩

译者 刘文军 栾博 刁洪流

责任编辑 李宝琳

责任监制 朱磊

出版者 中信出版社(北京朝阳区新

源南路6号京城大厦
邮编 100004)

承印者 中国科学院印刷厂

发行者 中信出版社

经销者 新华书店北京发行所

开本 850mm×1168mm 1/32

印张 6.25

字数 143千字

版次 2000年5月第1版

印次 2001年1月第2次印刷

书号 ISBN 7-80073-265-7
F·194

京权图字 01-2000-1086号

印数 8001—13000

定价 14.00元

版权所有·翻印必究

作者介绍

西摩是一位专业推销员，他在个人推销生涯中，共完成了3 200多万美元的零售推销业务。他的秘诀是什么？他没有单一的秘诀，他的秘诀有很多。西摩在书中介绍了这些技巧，按这些技巧办事，你就会从一个普通的推销员变为一个真正的专业推销员。

本书的第一部分介绍了通向成功的“39级台阶”，其中包括：保持积极的心态、认真准备、拉近关系等。在第二部分里，西摩介绍了战胜异议的一些技巧。他列出了42种最常见的异议，如“这太贵了”，并提出了战胜这些异议的“六步法”。

西摩还提供了60种成功的成交方法，供专业推销员日常使用。

本书容易为专业推销人员阅读、理解和应用。西摩通过例子、图表和轻松的练习来解释他的方法和步骤。按照本书的建议去做，任何人都能成为一名真正的专业推销员。

伊恩·西摩在十几岁的时候就开始了他的推销生涯，他采取的方式是独立开业、挨家挨户推销。从推销职业上退下来后，他积极地活跃在各种培训场合。目前他同妻子和家人居住在伦敦郊区。

伊恩·西摩依靠苦干实干，成为一名推销专家。他在十几岁的时候就独立开业，挨家挨户推销商品，从而开始了他的推

DAE31/07

销生涯。尽管他现在才三十多岁，但他已经闯遍天下，赚到了足够的钱，可以过退休生活了。多年来，他在做业务的同时，还从事对推销人员的管理和培训工作， he 现在是推销培训场合的活跃人物。《拾级而上》是他的第一本著作，是根据他个人在多个不同推销领域的经验写成的。目前他同妻子和家人住在伦敦郊区。

前 言

从前，在天地初开的时候，上帝就创造了推销员。他们由此繁衍，遍及世界各地，他们装扮不一，有高有矮、肤色各异。这些推销员以多种形式渗入不同领域、不同行业，渗入人们生活的各个方面。他们的身份多种多样：高级主管、销售经理、特许经营者、业务员、店主，以及自谋职业者、代理商、销售助理、销售代表、咨询商、顾问，他们是一个特殊的受人之托的群体。这就是推销员。上帝看到了他的杰作，他为此欣喜不已。

《拾级而上：专业推销成交的秘诀》是为所有推销员写的，是为那些想获得成功的业务人员写的。任何人都会推销，但只有成交才能完成推销，《拾级而上》将教你如何日复一日、年复一年地达成交易。这不是一本故事书，而是一本详细的、全面的推销成交手册，它告诉你的不仅仅是你应当做什么，还有你应当怎样去做。在本书中，你会发现掌握时间的秘诀，以及推销技巧、手法和策略，它们都是被验证了的、行之有效的。本书在写法上力求轻松，书中穿插了各种案例、简单的图示和轻松的练习。

本书的目的是教你如何成为一名专业推销成交者（professional sales closer，PRO—CLO，以下简称“专业推销员”——译注），成为一个诚实的、细心的、非常成功的推销员，还将告诉你致富和幸福的方法。

本书包括大量的经验、案例和成交方法，你可以很容易地

将它们应用于任何推销场合、任何地方、任何人。在第一部分里，你将踏上推销的 39 级台阶，从行之有效的技巧和准备工作开始，走向成功推销的艺术，最后到请客户订货。在第二部分里，你将学到如何战胜异议，如何应付 42 种最常见的异议。第三部分是 60 个行之有效的常用成交方法，它们是使你强大的武器。最后，在第四部分里，你将知道如何达到和保持优势地位。

本书的推销技巧和成交方法不是一夜之间形成的，它们是在多年的推销、业务和培训实践基础上，总结成功的经验和亲身经历而形成的。成功的道路总是人们愿意遵循的最佳道路，本书的很多技巧和成交方法或者来自过去的经验，或者来自目前世界上最优秀的推销培训家。这些，再加上一个专业推销员的成功秘诀，就构成了这样一本能保证你的销售业绩直线上升的专著。

学习本书的方法，是要让它为你服务。当你在翻阅本书的时候，你会感到它正在与你娓娓而谈。我希望你也能与它交谈，你可以在书上涂鸦，也可以用笔做一些醒目的标注。让这本书成为你的心爱之物，它会给你带来好处。经常翻翻，定期读读，想一想书中提供的经验和技巧，把它们应用到你的日常生活中去。如果你照我说的去做，本书一定会使你走上致富之路。

写作本书的目的，是真心想把专业推销员的成功秘诀传授给大家。在我的推销生涯中，我靠一步一步的努力，亲自完成了超过 2 000 万英镑的交易，我还培训了上千名来自世界各地的推销员。我说这些的目的，不是要自我标榜，而是要尽我所能让你相信，本书中的技巧和成交方法是经过实践检验的，证明是成功的。根据我个人的经验，世界各地的推销员最想了解的信息就是如何才能达成交易，而这正是本书要告诉你的。本书的特点就在于，它告诉你如何成交，而不仅仅是如何推销。

最后，在我开始进入正题之前，我要解释的是，为了使本书简捷明快，便于阅读，我在人称上使用了“他”这种表达方式，而不是一再重复地写做“他（她）”。使用阳性人称代词只是为了方便，而不是要贬低女性，或显示大男子主义。还有，为了阅读方便，我选择了“产品”这个词，而不是一再表述为“产品、货物、服务”。最后要说明的一点是，由于这是一本从正面论述的书，我在很多例子里都假定交易成功了，购买者会成为客户（customer）。客户有很多不同的叫法（a prospect, a client, an up, a lead, a buyer, a purchaser, a consumer, 等等。），我选择这个词的理由是：（1）它假定一项交易能够达成；（2）它表明交易将定期发生。

本书没有“如果”、“但是”，或“也许”这些词，如果你运用本书的技巧和交易方法，你就会成为一个推销高手，成为优秀中的优秀，成为一名真正的专业推销员。好了，现在让我们书归正传，开始走向通往成功的 39 级台阶吧。祝你好运。

西 摩

又及：你拿到本书后，第一件要做的事就是写上你的名字。

目 录

前言

第一部分 通向成功的 39 级台阶

台阶 1	执著战胜拒绝	3
台阶 2	保持积极的心态	4
台阶 3	热情	7
台阶 4	专业推销员的素质	8
台阶 5	发现需求	11
台阶 6	价格	12
台阶 7	控制	14
台阶 8	预见	15
台阶 9	十要十不要	19
台阶 10	上门推销	27
台阶 11	12 个交易小技巧	31
台阶 12	认真准备	37
台阶 13	寻找新业务	40
台阶 14	行动方案	44
台阶 15	如何运作	47
台阶 16	开场（取得共识）	50
台阶 17	认真倾听	52

台阶 18	拉近关系（热身）	55
台阶 19	简明扼要	59
台阶 20	推销过程	60
台阶 21	财务分析（建立价值）	63
台阶 22	口头交流	64
台阶 23	使用有感情的词语	67
台阶 24	使用描述性语言	68
台阶 25	非语言沟通（肢体语言）	69
台阶 26	人类的六种感觉	72
台阶 27	推销情感，而不是理智	73
台阶 28	触发情感	76
台阶 29	锁定法	77
台阶 30	制造紧迫感	79
台阶 31	拿走	81
台阶 32	试成交	83
台阶 33	成交时机	84
台阶 34	重复	86
台阶 35	提出购买请求	86
台阶 36	沉默的压力	88
台阶 37	下次再买不可信	90
台阶 38	处理失败	91
台阶 39	好与最好的区别	93

第二部分 战胜异议

一、异议概述	101
--------------	-----

二、战胜异议的 6 步法·····	107
三、如何回应 42 种最常见的异议 ·····	108

第三部分 如何成交

一、成交概述·····	129
二、常用的 60 种成功的成交方法 ·····	130

第四部分 成交之后

一、避免客户反悔·····	175
二、趁热打铁·····	179

第一部分

通向成功的 39 级台阶

台阶1 执著战胜拒绝

在我们踏上第一个台阶的时候，我想告诉你关于推销成交的第一个规律：**执著战胜拒绝**（persistence conquers resistance）。

孩子们从小就知道，如果他们固执己见，一再要求，他们就能够而且必将战胜父母的拒绝。他们知道“不”不一定就真的表示否定，它只意味着他们还没有说服自己的老爸和老妈。所以，他们继续申述自己的理由，他们一再地请求，直到得到他们想要的东西。

这个道理也同样适用于推销。如果一个专业推销员认为他的产品或服务对他的客户有用，他就应当坚持，直到客户相信为止。客户会经常向你说不，但作为一个专业推销员不应当放弃努力。即使这一过程异常艰难，但他会继续做工作，因为他知道，执著最后会战胜拒绝，最后专业推销员和客户都会受益。

这种被称为推销的职业，在世界上可以说是收入最高，但同时也是最难干的活；也可以说是收入最低，但同时也是最容易干的活。它的报酬取决于个人的能力和努力程度，只有在这两方面都出色的人才能生存。与其他职业相比，这种推销或成交的职业造就了更多的百万富翁。一名专业推销员的收入可能高于掌管一家公司的董事长，也可能高于掌管一个国家的总理，原因很简单，在推销这个行业里，你的收入是没有上限的。还有，除了能够取得财力方面的保障外，一旦你证明了自己的能力，一旦你成为一名专业推销员，你还可以获得我称之为“马提尼时间”（Martini Time）的好处，也就是说，在任何时间、任何地方为任何人工作，因为你的本领总是有人需要的。

专业推销员都有这样的素质：主动热情、信心十足、心态积极、渴望成功。最重要的是，他们有执著的精神。

卡尔文·库里奇（Calvin Coolidge）这样写道：

世界上什么也不能代替执著。天分不能——有天分但一事无成的人到处都是。聪明不能——人们对一贫如洗的聪明人司空见惯。教育不能——世界上有教养但到处碰壁的人多得是。惟有执著和决心才是最重要的。

记住，最亮的灯总是最先灭的灯。不要做一日之星。执著才能长久。

台阶 2 保持积极的心态

知道了执著的重要性，现在我们来另一个对专业推销员来说同样重要的素质：**积极的心态**。

心态始于心灵，终于心灵。换句话说，你要想有持续完成任务的积极心态，首先要有一种对成功的燃烧渴望或需要。

现在，我来告诉你如何在保持一定心态的情况下，做到百分之百的成功。是的，对你遇到的每一个客户，都做到百分之百的成功。方法是这样的。如果你抱着对每一个客户都会失败的心态，我可以保证你会这样，你会百分之百的做到，也就是说，你对每一个客户都会失败，永远也不会做成一笔买卖。

心态实际上就是信念——相信你自己，相信你成功的能力。事实证明，只有自己相信才能让别人相信。要说明这一点，最好看一些实际例子。这里我们举一个过去人们常提到的例子。

托马斯·爱迪生（Thomas Edison）是电灯泡的发明者。他在试验过程中，尽管竭尽全力，但灯丝总是过不了几秒就烧断

了。终于，在他的上百次试验失败后，有人问他：失败了这么多次，为什么还继续坚持试验？爱迪生回答说：“我不认为我失败了上百次，实际上，我已经成功地发现了上百条行不通的道路。”又经过了上百次的试验，爱迪生终于成功地发明了能持续燃烧数个月的灯丝。他是多么的执著，他的心态是多么的积极，他对成功的渴望是多么令人称叹！

我认识的一个人，也是我的好朋友，刘易斯·冈萨雷斯（Luis Gonzalez）就是一个很有积极心态的人，他说：

失败者和成功者之间惟一的差别就是心态不同。失败者的心态是：他从来都不行，现在不行，将来也不行。而成功者的心态则是：他过去行，现在行，将来仍然行。

我记得，当我还是一个销售经理时，我同个名叫亚当（Adam）的推销员出现了一点小摩擦。亚当很有能力，他在过去的日子里证明了自己的才干，是个很讨人喜欢的家伙，但在最近的几个月里，他却一直走下坡路。

我尽一切努力想把他拉起来。我认真研究了他的推销工作。我对他进行鼓励，直到他听腻了。我试图让他振作起来，教给他一些新的方法。我甚至将一些很有潜力的客户关系交给他，希望他能做成交易。但这些都没有奏效，最后，我不得不对亚当下了最后通牒。我给他订了一个最后目标：“在下十个客户中，至少要做成三笔交易，否则走人。”

亚当不想被开除，我也不想让他走——我说过，他是一个讨人喜欢的家伙。情况就是这样。

我给亚当一下午的时间，让他按照我说的去做，不管这主意看起来有多傻。毕竟，试试没坏处。然后，我对他说：

“亚当，今天下午我给你假，你可以回家了。在回家的路上，

我想让你对自己说，不断地说，‘我明天就能做成一笔买卖’。到家以后，不要去做平常要做的事，到花园里去，放松一下，一遍遍对自己说，‘我明天就能做成一笔买卖，我明天……’冲澡和吃晚饭的时候，一遍遍对自己说，‘我明天就能做成一笔买卖，我……’不要看电视，多散一会儿步，不断地重复这句话，直到脑子里一片空白。

“早点上床，不要看书，也不要数数，对自己说，‘我明天就能做成一笔买卖……’不断地说，直到你入睡，如果可能的话，梦中也要说。在你早晨起床、穿衣服、吃早饭的时候，一遍遍对自己说，‘我今天就能做成一笔买卖……’。上班的路上一直说：‘我今天就能做成一笔买卖’——要带着感情说，有信心地说。”

亚当按照我说的去做了，他不断地重复这句话。在这个过程中，他已经下意识地接受了这句话的含义，他已经开始相信这句话了。

一开始，他怀疑这样做是否会见效，当他第一次谈业务时，他的客户带几分消极和拒绝的神态。亚当一点也不感到奇怪——他的疑虑得到了证实，这方法看来不见效。

接着，发生了一种奇怪的现象。尽管这个客户仍然持消极态度，但他露出了一点积极的姿态和想购买的愿望。亚当的潜意识被调动起来了，似乎有人击了他一下，他下意识地对自己说：“亚当，坚持一下，也许你今天就能做成一笔买卖。”亚当两个月来第一次开始寻找和倾听积极的回应。不用说，他做成了这笔买卖，达到了他的目的。现在，他又成为一名优秀的推销员了。

在上述练习中，亚当通过建立一种渴望型的思维方式，将他的心态从消极变成了积极。关于这个问题，有很多论著，但