

MBA

邹涛 邹杰 著

business

业务 推销高手 Top Sales



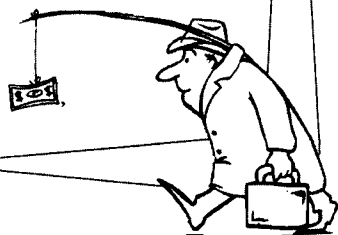
推销学已经是一门科学性的学科，从事推销业务的人，要懂得运用科学的方法，有效率地处理工作上出现的每一项有待解决的问题，本书提供最完整的推销法则、策略、手段、方法、技巧，可谓是一本销售策略大全，富蕴提升销售商数（sales quotient）、销售竞争力、销售生产力的精华，是推销业务人员所必备的一本书。

南方日报出版社

业务推销高手

邹涛 邹杰 著

南方日报出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

业务推销高手/邹涛 邹杰 著. —广州: 南方日报出版社, 2002

ISBN 7-80652-154-2

I. 业… II. ①邹… ②邹… III. 推销—基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 059715 号



本书简体字版经由台湾生智
文化事业有限公司授权出版

业务推销高手

邹涛 邹杰 著

出版发行: 南方日报出版社

地 址: 广州市广州大道中 289 号

电 话: (020) 87373998-8502

经 销: 广东新华发行集团股份有限公司

印 刷: 肇庆市端州报社印刷厂

开 本: 850mm×1168mm 大 32 开 印张 8.375

字 数: 200 千字

印 数: 7000 册

版 次: 2002 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 18.80 元

作者热线: (020) 87373998-8503 读者热线: (020) 87373998-8502

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

作者简介

邹涛、邹杰，台湾推销实战大师，享誉国际。其以亲历心得精研为真谛，揭示推销行为典范成功实例的秘笈，汇集成册。此书被誉为现代成功推销经典之作。

南方日报出版社最新佳作力荐



上班族超实用社交

宋立民/著 定价：18.00元



职场兵法

丁志达/著 定价：16.00元



一生的理财规划

林仁和/著 定价：15.00元



一生的职业规划

洪凤仪/著 定价：16.00元

责任编辑：梁建华
装帧设计：黄圣文
责任技编：三 木
责任校对：陈 宁



张 序

“推销”一词，源自数十亿年前匪夷所思的生物演化世界，斯时已有亘古不变的推销意图了。盱衡全球商品推陈出新，消费益形多元。探索企业推销诡计复杂，竞争日趋激烈，故推销者应创造驾驭时代脉动、趋势、策略与优势，进而建立与顾客之互动网络，缔造推销成功契机。

邹君之著，揭示推销行为典范成功实例的秘笈，以及提醒您如何避免暗藏的危机，如何建构自身价值与顾客建立伙伴关系并维系互动品质，而随着推销理念的演进，强调企业经营利益、消费需求满足与公众福祉三者整合之思维，为推销世界的主流。

邹君多年推销实战淬炼，力倡应无所执，而生其新妙谛，尤为商学经营深邃杰出驰名，不断提升东方消费性格差异，避开传统窠臼，体验推销新锐，出离迷之，另辟蹊径，穿透层层障碍，瞄准消费者出奇制胜，建立



一套业务推销策略大全。

邹君来书索序，笔者学浅事繁，将其粗阅一遍，觉其组织内容剖析周详、事理兼摄，尤对推销之术、创新之论，自成系统。境界非凡，饶盈价值，尤其于最新推销理念之弘扬者，营造生生不息之推销竞技者，远离推销缠伏迷津而立地悟证者，从事推销常致梗阻而欲扫除怠惑而一展永续之契机者。

谨名作者之嘱，凜于《业务推销高手》为现代成功推销经典之作，自不愿遗此分享良机，当乐为序推荐。

华广创业教育学院 主持人

张 香 博士

序于怀磊枫丹



自序

在竞走决赛中，胜利是属于脚步不停的运动员，而
不一定属于健步如飞的人；学佛精进的人，每时每分每
秒皆在默念佛号于自性佛位之中，将心量的深层广度扩
大。信耶稣的人每日的灵修功课也不能中断，如此才能
与上帝同行。一个推销业务人员也是一样，不仅要勤
勉，还要有方法；不仅要有 IQ 智商，也要具备 EQ 人
情世故的对待处理能力，尚且要具备灵性人格 BQ
(Buddha Quotient) 或 GQ (God Quotient)，才能真正造
福您的顾客，取得您应得的成果。

推销学已经是一门科学性的学科，从事推销业务
的人，要懂得运用科学的方法，有效率地处理工作上出
现的每一项待解决的问题，本书提供给您最完整的推销
法则、策略、手段、方法、技巧，使您在工作的领域里
脱胎换骨、大放异彩。

本书可谓是一本销售策略大全，凡有志于提升销售



绩效的业界朋友，皆可从本书中获取无限的销售智慧与能力、多方面的指教及鼓励。

笔者识见有限，此次著作出版，可说是尝试，挂漏之处知所难免，尚望对业务推销学有兴趣、有研究的先进朋友，多予赐教。

邹涛 邹杰

2002年7月



目 录

张序	(1)
自序	(1)
推销话术技巧策略	(1)
常用恭敬语策略	(7)
销售架构流程六阶段策略	(10)
创意开场白策略	(20)
打破心墙策略	(23)
热络气氛策略	(27)
共同话题策略	(29)
电话行銷策略	(31)
信件行銷策略	(33)
传单海报策略	(35)
因应被拒策略	(37)
成交时机策略	(42)



处理抱怨策略	(44)
肢体语言策略	(46)
运用暗示策略	(59)
二择一策略	(62)
财务逻辑策略	(63)
有效询问策略	(65)
心理逻辑策略	(68)
流程设计策略	(71)
性格因应策略	(75)
差异性分析策略	(80)
完整句策略	(81)
图表表现策略	(82)
成交话术策略	(83)
推断承诺策略	(85)
价值建立策略	(86)
业务人员特质策略	(88)
准备充分策略	(94)
时间管理策略	(96)
研判策略	(99)
赠品策略	(100)



再推荐策略	(102)
服装表现策略	(103)
座位策略	(106)
证人口碑策略	(109)
公信力策略	(110)
情绪感染策略	(111)
权威人士策略	(113)
恐惧诉求策略	(114)
行街推销策略	(115)
名单名录策略	(117)
6W/3H 策略	(118)
应用购买讯号策略	(122)
理性思维策略	(125)
感性情绪策略	(127)
负担得起策略	(129)
推销竞争力/生产力策略	(131)
专业能力策略	(132)
顾问助理策略	(135)
巧收订金策略	(137)
档案建立策略	(138)



顾客分类策略	(139)
目标客户群策略	(140)
购买动机策略	(143)
简易市调法则策略	(149)
百分百客户满意策略	(150)
形容词策略	(152)
排除障碍策略	(155)
费用价值比策略	(156)
外围组织策略	(158)
目标管理策略	(159)
系统化策略	(160)
深耕广耕轮耕策略	(162)
3/3/3 策略	(163)
诉求重点策略	(164)
业务训练策略	(165)
3R 策略	(168)
销售预测策略	(169)
退货索赔策略	(172)
再多一点策略	(173)
客户意见搜集策略	(174)



销售心理学策略	(175)
MAN 策略	(176)
市场调查表策略	(177)
销售 TOP 策略	(178)
推销禁忌策略	(179)
PET 策略	(180)
四信法则策略	(181)
名片策略	(182)
情报搜集策略	(185)
客户管理策略	(187)
收款技巧策略	(191)
销售字诀策略	(192)
语调、仪表、人格训练策略	(193)
二段式推销作业策略	(194)
询问句策略	(196)
异议处理策略	(197)
销售职能策略	(199)
议价技巧策略	(201)
拓展关系策略	(202)
消费者行为分析策略	(203)



S 理论策略	(205)
业务主管角色扮演策略	(208)
购买要素策略	(209)
问题与解答法则	(211)
利弊得失策略	(219)
兼职人员策略	(220)
薪资佣金与晋升策略	(225)
成功案例举证策略	(228)
表格管理策略	(231)
节庆节日运用策略	(232)
成交缔结策略	(233)
心态健全策略	(236)
OPP 策略	(242)
售后服务策略	(245)
附加价值策略	(251)
善用销售工具策略	(252)
假设语句策略	(255)
情境塑造策略	(256)
数据逻辑策略	(258)



推销话术技巧策略

说话人人会说，各有巧妙不同：推销话术技巧在推销活动中扮演着很重要的角色。良好的推销话术技巧能使客户肯定及欣赏您所推销推荐的商品或服务。可以多运用演讲或面对镜子自我口才训练的方式来加强自己的推销话术技巧。

推销话术有时并非是一般日常用语，而是须使用专业、高雅、有效的语言文字来烘托商品或服务的有形与无形、理性与感性的价值，进而使客户能信赖、赞美您所介绍的商品或服务。

说话是一门很重要的学问：销售相同的商品或服务，为什么有些人绩效很好，有些人绩效却很差？原因很多，但是否善于运用良好的推销话术技巧是其中的一项关键。

在推销话术技巧上，有以下需要注意的重点：用词遣字的高雅与讲究；语调声音的强弱与抑扬顿挫的节奏感；话题的选择与取舍；人品及外观的良好表现；肢体语言的有效配合；表情、态度、修养的印象；商品专业知识表达的专业性与完整性；常使用举例、举证以强化公信力；以



肯定的、正面的方式来表述；多赞美客户及与其有关的一切人、事、物；不与客户争辩，在争辩之中是得不到智能、友好气氛及订单的；多次强调客户所最关心的重点之利益、好处，使其感受强烈，印象深刻；可配合反面强调之方式，暗示、举例若不购买，其后果之损失将是负面的、重大的；使用完整句、标准句，有文学气息的话语及专业术语，使客户能获得充分的信息及对您专业形象、专业涵养及专业能力之认同，如使用“贩售商品”的字眼取代“卖东西”的字眼；勿用赘字、废字、俗字、粗字；以将心比心之顾问、助理或朋友的态度来重视客户，在对客户很有礼貌之自然友好气氛下平等互惠，以双赢（win-win）为目标轻松商谈；以客户有兴趣、会放松心情、高兴的话题为主题；须事前预先设计标准话术范例并予以充分准备、仿真演练；对敬语、形容语、询问句、肯定句、否定句、假设语句、强调语句、条件句、认同句……之充分搭配使用；引用名人、伟人、权威人士的话语来强化您的话术；有效倾听，做个好听众有时比做个好的言语者更重要，勿打断他人话语之进行；商谈过程中，对客户的异议、宝贵意见，若无法当场回答，要认真地当场记录起来，并尽速回复之；重视客户情绪意识的变化，不要有太多不必要、无意义或易引起误会、不好印象的小动作；适时、适当地赠送礼物、纪念品或有益的信息情报、建议；以录音机来训练、调整自己的话术技巧，直到有专业职业水准为止；有情感的话