

書叢報日濟經

課百銷推

著・兼訓江



經濟日報叢書

推銷百課

江訓兼・著



印翻禁・權版有

經濟日報叢書

推銷百課

著者 江

訓

兼

發行人 王

必

立

出版者

經濟日報

社

新聞局登記證局版臺報字〇〇二七號

總經銷

聯經出版事業公司

臺北市忠孝東路四段五五五號

郵政撥劃帳戶一〇〇五五九號

電話七〇七四一五一三

印刷者

中興印刷廠

定價：新臺幣一五〇元

中華民國六十二年四月初版

中華民國七十年十一月第十次印行

王序

生產和銷售，是現代化的企業管理部門中不可或缺的兩根支柱，特別是，一位成功的經營人需要深一層探討的問題，銷售的重要性往往大於生產的重要性；因為企業的成長，不止於擁有龐大的生產力，還需開拓更廣大的市場。「怎樣推銷」乃成爲一項專門的學問，而具有推銷能力者更成爲企業界爭欲羅致的專才了。

新光宇部化學工業公司經理江訓兼先生，爲本報執筆的「推銷百課」，便是針對上述的需要，爲工商界人士提供個人的研究心得。自去年七月一日開始刊載，迄今年元月中旬刊畢，爲時逾半年，爲文近三十萬言，受到衆多讀者的讚譽。

熟悉江先生的人都知道，他是一位刻苦自學的人，置身企業界從最低職位做

起，近二十年的奮鬥歷程，其本身即是一篇好文章，可供有志創業的年輕人的借鏡。是以其文的舉例引喻，具有特別的真實感和親切感，使學理與經驗融會貫通，可學可做，即學即做，是其特色。今日坊間不乏研究推銷學的譯、著，若論適用性，則江先生所寫的，或有更多的可取之處。

茲當輯印成冊。我們深願推介本書，因其符合本報服務工商界的本旨；作者曾特別指出「推銷百課」並非推銷「術」，要在原理、原則的探索中，舉一反三，所謂「運用之妙，存乎一心」，對實際工作，當有所助。爰弁短文爲序。

王惕吾

中華民國六十年三月

吳序

時值第三期產業革命，業已步入大量生產、大量銷售與大量消費之階段，經濟社會已非昔之交易經濟學所可指導，必也以產業經濟學為最高之指導原理。

在產業經濟學之範疇，企業之成敗，決於企業外之市場與顧客，而市場與顧客能在吾人所提供之價格接受吾人之商品或服務則視為成功，否則是為失敗。

於是創造顧客、爭取市場遂為現代企業之重心，而此創造顧客與夫爭取市場又非靠進步之說服推銷之方法不為功。在晚近企業界，說服推銷之廣受重視職是之故。

敝公司經理江訓兼年幼失學，十年寒窗居然金榜題名，於民國四十四年考取高

等考試，爾後對於現代經營方法孜孜不倦，埋頭研究，尤其對於市場學與推銷學，非但就學理加以深入探討，而且親身投入其中以期理論與實際之互相印證。

此次應經濟日報社之邀，根據幾年之淺薄經驗，書就「推銷百課」連續刊載於經濟日報，廣受各界讀者之歡迎，並應其要求出版單行本，同時亦被列為經濟日報叢書。雖則作者本身以拋磚引玉向社會賢達及斯道先進領教為其主旨，但衡諸本人廁身企業界有年之經驗，認為「推銷百課」仍有其參考之價值。

為鼓勵作者繼續努力，並期能他日為企業界有所貢獻起見，在此付梓問世之際，特為之序，以資介紹。尚望各界對作者賜予加倍指教與鞭撻，則幸甚矣！

吳火獅

中華民國六十年舊曆元旦識於臺北

自序

自產業革命以還，生產方式日漸進步，時至今日，在產業社會裏，生產有三種基本方式，一曰個別製品生產、二曰大量生產（有新舊二型）、三曰過程生產。不論那一種方式均以供應大量之商品或服務爲其特徵，即所謂廣義之「大量生產」（Mass Production）。

大量生產必需經由「大量銷售」（Mass Selling）以達到「大量消費」（Mass Consumption）的目的。工商因以發達，國民的生活水準因能提高。

大量銷售必需依靠種種「銷售促進政策」（Sales Promotion）以期達成「增加銷售」（Increasing Selling）之目標而後可。「銷售政策」無不以刺激及喚起

「需要」(Demand Creation and Stimulation)爲其基本指導原則。就中當以「接客銷售」(Personal Selling)爲最。不論其爲「店頭推銷」或「訪問推銷」，均有其重要的地位。在現代經濟社會從事於說服推銷工作者，被譽爲「社會三大顧問」之一，其理卽在於此。

「說服推銷」既以喚起並刺激顧客之需要，使之接受吾人所提供之商品或服務，則其立場在於「協助」，猶如美國人所說的“Assisting consumers to buy wisely”。「推銷百課」以淺近且屬實際所發生之事例爲題材逐層剖析，思以探尋說服推銷之原理原則，因此百課書就之際，自成系統，爲一有組織之「推銷學」，然而是否達此目的唯有讀者能作賢明之判斷，作者僅係拋磚引玉意欲引起工商界廣汎的注意及研究的熱潮而已。

本書雖然可供瀏覽誦讀之用，但如能以銳利之洞察力，加以觀察、分析，同時加以反覆練習，則於其實際之「說服」及「推銷」或可發揮潛能以助其成。但作者才疏學淺，經驗仍嫌菲薄，因此掛一漏萬在所難免，尚祈社會賢達，斯道先進不吝

指教。

關於本書之付印，承蒙經濟日報社之安排，吳總編輯之關照及記者楊宏志之校對，作者謹此深致謝忱，至於內子之協助與鼓勵亦當藉此表達萬分之感激。

謹將此書奉獻於恩師劉校長石來及林總經理快青。

江訓兼

中華民國六十年舊曆元旦識於臺北新店溪畔

目錄

王序		(一)
吳序		(三)
自序		(五)
第一章 說服與推銷		一
第一課 漁翁垂釣——說服三法		二
第二課 進諫之道——說服方式		五
第三課 金玉滿堂——說服的心理基礎		八
第四課 希滋大神——推銷重點		二二

第五課	銅雀春深鎖二喬——善意的恐怖	四
第六課	引馬就水——說服大忌	六
第七課	童叟無欺——誠實原則	三
第八課	沿街兜售——步調齊一	五
第九課	帶爸爸回去吧！——分勞協助	二
第十課	爲悅己者容——說服的真諦	三
第二章	購買心理	七
第十一課	牧童呵，你有不有哲學？——購買心理	三
第十二課	迷你裙與老教授——引起注意	三
第十三課	四個醉漢——逗引興趣	四
第十四課	「牛公」顧問——刺激慾望	五
第十五課	夜長夢多——下定決心	五
第十六課	春風吹又生——移諸行動	五

第十七課	叩頭百拜——事後服務……………	六二
第十八課	「博士」太太——智慧與推銷……………	六六
第十九課	百戰不殆——顧客分析……………	七〇
第二十課	有情人終成眷屬——熱情與說服……………	七四
第三章	說明、說服、實演……………	七九
第二十一課	立體電影和法國香水——說明與說服……………	八〇
第二十二課	「謝謝張醫師！」——說明的真義……………	八四
第二十三課	苦瓜非齒瓜——說明方法……………	八六
第二十四課	悉聽尊便——說明與實演……………	九二
第二十五課	葡萄甜，夢鄉更甜——實演妙法……………	九六
第二十六課	金像獎大導演——綜合說服法……………	一〇〇
第二十七課	燒鉛煉汞四十年——實演排練……………	一〇四
第二十八課	水必出山無可疑——排練功能……………	一〇八

第二十九課 老師，找不到！——排練方法的自覺……………二二

第三十課 巧婦難爲無米之炊——材料與說服……………二八

第四章 拒絕處理……………二三

第三十一課 啊！NO！怎麼辦？——拒絕與說服……………二四

第三十二課 吾家有女初長成——拒絕真義……………二八

第三十三課 「糕粘鷄屎，我敢吃！」——拒絕的藝術……………三三

第三十四課 天下至拙乎？——藉口與遁詞……………三七

第三十五課 人焉廋哉！——「拒絕」與「潛在意識」……………四二

第三十六課 勤有功，戲無益！——反論與拒絕……………四七

第三十七課 過五關·斬六將——價格與反論……………五三

第三十八課 無恃其不來！——反論處理法（一）……………五七

第三十九課 「先想結尾吧！」——反論處理法（二）……………六二

第四十課 您加班回來了？——拒絕處理真諦……………六六

第五章 創造顧客與開拓市場·····	一七一
第四十一課 六月六日醬腸時——市場與顧客·····	一七一
第四十二課 一年容易又是秋——緣故開拓法·····	一七
第四十三課 初生之犢不畏虎——直衝法·····	一八二
第四十四課 一二三來三二一——介紹連鎖法（一）·····	一八
第四十五課 「智慧之奶」——介紹連鎖法（二）·····	一九四
第四十六課 勝兵先勝而後求戰——陪同法·····	二〇〇
第四十七課 「蝦公」「蝦母」憶當年——挨戶訪問法·····	二〇五
第四十八課 威而不猛——團體訪問法·····	二一〇
第四十九課 「吹牛大王」——宣傳開拓法·····	二一五
第五十課 龍生龍鳳生鳳——市場開拓真諦·····	二二〇
第六章 訪問、面談，不二法門·····	二二五
第五十一課 「劍潭龜」——訪問、面談概說·····	二二六

第五十二課	凡事豫則立——訪問的準備……………	二三
第五十三課	頭頭是道——訪問障礙克服法(一)……………	二六
第五十四課	智慧、耐心、勇氣——訪問障礙克服法(二)……………	二五
第五十五課	精誠所至，金石爲開——面談第一步(一)……………	二五
第五十六課	臨風垂柳動天下——面談第一步(二)……………	二五
第五十七課	呀呀學語——面談內容……………	二六
第五十八課	春風駘蕩——面談、幽默、稱讚……………	二六
第五十九課	謝謝村田老師——面談與邏輯……………	二七
第六十課	雄辯是銀，沉默是金——面談要竅……………	二八
第七章	增加金幣秘法……………	二八
第六十一課	絡腮鬍子理髮師——金幣何在？……………	二八
第六十二課	江柳共風烟——收入與利益……………	二九
第六十三課	勝於懼而敗於忽——時間的價值……………	二九

第六十四課	風雨無阻三瘋漢——顧客的選擇……………	三〇一
第六十五課	羅蕾萊的船夫——增加金幣的障礙……………	三〇六
第六十六課	勝事空自知——顧客總數的把握……………	三一
第六十七課	吹面不寒楊柳風——障礙除卻法……………	三六
第六十八課	酸者葡萄耶！——金幣增加另一章……………	三二
第六十九課	它不來，我們去吧！——金幣與意慾……………	三六
第七十課	逆水行舟不進則退——金幣的運用……………	三〇
第八章	顧客問題的解決及事後服務……………	三五
第七十一課	福星高照——問題解決與推銷……………	三六
第七十二課	老板真棒——問題解決與服務……………	四一
第七十三課	大摸特摸——問題之發生……………	四五
第七十四課	喜、懼皆無不孝子——問題之澈底追究……………	五〇
第七十五課	名落孫山——問題解決與創意……………	五五