

现代推销实战宝典

推销员手册

盛金梅 编著



行动是推销员
成功的第一法则!

 中国纺织出版社

推销员手册

盛金梅 编著



中国纺织出版社

内 容 提 要

市场经济中推销人员的作用越来越大。本书讲述了推销员的专业素质与能力,推销员的语言魅力,推销员怎样发掘客源,怎样接近客户,怎样说服客户,怎样巩固成果,推销员的推销技巧,推销的误区等推销员常常遇到的问题。本节是推销员提升自我素质,了解推销艺术,提高业绩的必读书目。

图书在版编目(CIP)数据

推销员手册/盛金梅编著. —北京:中国纺织出版社, 2002.1

ISBN 7-5064-2178-X/F·0198

I. 推… II. 盛… III. 推销-方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 089047 号

策划编辑:曹炳镛 责任编辑:曹炳镛
责任设计:高 静

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
华北石油廊坊华星印刷厂印刷 各地新华书店经销
2002 年 1 月第一版第一次印刷
开本:850×1168 1/32 印张:14.25
字数:320 千字 印数:1—5000 定价:26.80 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

市场经济中推销人员的作用越来越大。本书讲述了推销员的专业素质与能力，推销员的语言魅力，推销员怎样发掘客源，怎样接近客户，怎样说服客户，怎样巩固成果，推销员的推销技巧，推销的误区等推销员常常遇到的问题。本节是推销员提升自我素质，了解推销艺术，提高业绩的必读书目。

目 录

第一章 推销员的专业素质与能力	(1)
-----------------------	-------

第一节 推销员的七项成功法则	(1)
----------------------	-------

1. 成功的勇气来源于自信	(1)
2. 成功的动力来源于热情	(4)
3. 成功的关键在于学识	(6)
4. 视顾客为上帝	(8)
5. 推销员的仪表魅力	(9)
6. 掌握推销技巧	(14)
7. 善用推销工具	(22)

第二节 推销员的基本能力	(24)
--------------------	--------

1. 协调往来关系，纵览全局	(25)
2. 提高社交能力，增强信心	(25)
3. 以良好的表达能力促进交流	(26)
4. 别出心裁的创新精神	(28)
5. 机警灵敏的应变能力	(28)
6. 察颜观色的推销技能	(29)
7. 培养自控能力	(30)
8. 把握时机，适时推销	(31)

第三节 向最伟大的推销员学习..... (33)

1. 做客户的发财树..... (34)
2. 如何面对挫折感..... (35)
3. 积极心态的力量..... (38)
4. 有效率的时间管理..... (40)
5. 做情绪的主人..... (42)
6. 做一名永不气馁的推销员..... (44)
7. 努力使想法化为行动..... (45)
8. 信念的力量..... (48)

第二章 用心发掘客源..... (51)

第一节 客户数量直接影响推销员成绩..... (51)

1. 开发新市场..... (51)
2. 信息的重要性..... (52)
3. 如何寻找客户..... (54)
4. 主动搜集资料..... (55)

第二节 寻找推销对象..... (57)

1. 寻找推销对象的思路..... (57)
2. 寻找推销对象的原则..... (60)
3. 寻找推销对象的方法..... (62)

第三节 掌握顾客的购买心理..... (65)

1. 顾客的购买心理..... (65)
2. 促进购买欲望的方法..... (67)
3. 商谈进行方法及研判签约时机..... (69)
4. 商谈签约的要领..... (73)
5. 签约时应特别注意的事项..... (74)

第四节 发掘准客户的实战技巧	(82)
1. 寻找客户的成功法则	(83)
2. 全方位发掘	(86)
第三章 接近客户	(92)
第一节 重视接见的效果	(92)
1. 接近时的任务	(92)
2. 争取获得接见也是一种推销	(93)
第二节 初次接触客户须知	(96)
1. 如何克服访问恐惧症	(96)
2. 如何避免低潮	(97)
3. 拜访客户前的准备工作	(99)
4. 绝不做毫无效益的初次接触	(100)
5. 在开始的十秒钟掌握顾客	(102)
6. 充分满足顾客的要求	(104)
7. 熟记顾客的姓名	(105)
8. 介绍信的功用	(107)
9. 言谈举止关系到访问的成败	(109)
10. 拜访客户要持之以恒	(110)
第三节 如何吸引客户的注意力	(112)
1. 寻找共同的话题	(112)
2. 利用产品	(115)
3. 利用客户的好奇心	(120)
4. 利用“演戏”接近客户	(122)
5. 利用问题接近客户	(123)
6. 利用特长接近客户	(125)

7. 用新鲜感吸引客户	(127)
第四章 推销员的语言魅力	(130)
第一节 创造美好的音色	(130)
1. 创造音色是推销员的义务	(130)
2. 创造有说服力的声音	(133)
3. 使用买主的语言交谈	(135)
第二节 示范商品时的说话技巧	(137)
1. 对销售的商品要了如指掌	(137)
2. 临场感的重要	(141)
3. 不了解商品, 就无法做商品说明	(143)
4. 诉之以理, 动之以情	(144)
5. 自己设计销售工具	(146)
6. 实际操作示范比口头说明有效	(147)
7. 产品展示法	(149)
第三节 推销面谈	(159)
1. 沟通推销信息, 诱发购买动机	(159)
2. 推销面谈的原则	(161)
3. 推销商品的技巧	(166)
4. 展示商品的方法	(177)
第四节 言语沟通的策略	(189)
1. 直言策略	(189)
2. 委婉策略	(191)
3. 模糊策略	(192)
4. 反语策略	(194)

5. 沉默策略	(195)
6. 自言策略	(196)
7. 幽默策略	(197)
8. 含蓄策略	(199)
第五章 排除异议，促成缔结	(202)
第一节 了解客户的拒绝原因	(202)
1. 沉默型拒绝	(203)
2. 借口型拒绝	(204)
3. 批评型拒绝	(204)
4. 问题型拒绝	(205)
5. 表现型拒绝	(206)
6. 主观型拒绝	(206)
7. 怀疑型拒绝	(207)
第二节 如何对待客户的异议	(211)
1. 客户拒绝的真正理由	(211)
2. 用情感克服拒绝	(214)
第三节 明察客户提出异议的反应	(218)
1. 客户拒绝时肢体的反应	(219)
2. 客户拒绝时的状况反应	(223)
第四节 处理客户的不同借口	(228)
1. 坚强地面对拒绝	(228)
2. 处理价格异议	(229)
3. 对待推销员本人的异议	(236)
4. 区分客户的不同借口	(238)

第五节 推销成功的技巧	(257)
1. 处理客户异议的技巧	(257)
2. 促成缔结的技巧	(267)
第六章 成交之后、巩固成果——售后服务	(283)
第一节 了解售后服务	(283)
1. 售后服务：无声的推销员	(283)
2. 确保售后服务的面面俱到	(285)
第二节 成交不是推销的终端	(289)
1. “保持”比“发掘”更重要	(290)
2. 经常访问客户	(292)
第三节 售后服务——推销的后卫	(296)
1. 周到的服务可以减少双方的损失	(296)
2. 正确对待客户的牢骚	(299)
3. 关心、帮助你的客户	(300)
4. 与客户保持密切联系	(302)
5. 珍惜你的老客户	(305)
第四节 售后服务也是促销手段	(308)
第七章 高级推销技巧	(314)
第一节 电话推销	(314)
1. 用电话开发客户十条戒律	(314)
2. 剖析推销电话	(325)
第二节 向女性推销	(332)
1. 女性是强有力的购买群体	(332)

2. 如何对待女性客户	(333)
3. 对待不同的女性客户	(358)
第三节 推销中的肢体语言	(366)
1. 肢体语言的传播符号	(366)
2. 言辞与肢体的配合	(369)
3. 注意你的推销动作	(370)
4. 用眼睛来推销	(372)
第八章 管理自我, 提升自我	(374)
第一节 扫除职业障碍	(374)
1. 传统的误解	(374)
2. 常见的陷阱	(377)
3. 内部竞争与外部竞争	(379)
4. 放长线钓大鱼	(381)
第二节 高效率的时间规划与管理	(381)
1. 个人时间管理	(381)
2. 日常拜访管理	(384)
第三节 用主管的头脑把握大局	(388)
1. 了解市场	(388)
2. 市场营销的观念	(392)
第四节 推销员的工具	(398)
1. 推销员自身准备	(398)
2. 销售工具的准备	(400)
第九章 推销员常见的 65 个错误与解决之道	(402)
1. 没有办法突破秘书的障碍	(402)

2. 空有信心也是无用的	(403)
3. 躺在过去的成绩上	(404)
4. 只做容易成功的小生意	(404)
5. 不了解客户的预算	(405)
6. 电话留言不一定有用	(406)
7. 忘记开发新客户	(407)
8. 没有接受有效的训练	(408)
9. 找准客户的上司，要小心	(409)
10. 害怕成功率很小的电话推销	(409)
11. 约见的错误	(410)
12. 太多的时间整理内容	(411)
13. 攻击自己的对手	(412)
14. 滥谈政治话题	(412)
15. 不要骄傲	(413)
16. 对个别的客户提供超出限度的服务	(414)
17. 乱找失败的借口	(415)
18. 埋怨同事	(415)
19. 忽视第一印像的作用	(416)
20. 攻击性太强	(417)
21. 轻易和客户争辩	(418)
22. 开口就说错	(419)
23. 只重视价格	(419)
24. 从自己的角度出发	(420)
25. 说得太多	(421)
26. 自以为已经成交	(422)

27. 忽略客户的太太	(423)
28. 不理客户的内部工作程序	(424)
29. 不理解客户心里的话	(424)
30. 亲切变成了轻视	(425)
31. 你听过“摩非定律”吗?	(426)
32. 见面不能集中精力	(427)
33. 不理解下一步做什么	(427)
34. 展示不够专业水准	(428)
35. 信口雌黄会破坏生意	(429)
36. 回避“刺头”客户	(430)
37. 不能充分讨论的说话方式	(431)
38. 太差的记忆力	(432)
39. 价格与成本的关系	(432)
40. 利用现有客户发掘新客户	(433)
41. 忽略客户的异议	(434)
42. 专业术语可能很吓人	(435)
43. 轻易承诺	(436)
44. 强力推销象子弹	(436)
45. 太关注结果	(437)
46. 售后服务很重要	(438)
47. 没有跟进, 便会失去机会	(439)
48. 电梯里也有耳朵	(440)
49. 伙伴也要“山盟海誓”吗?	(440)
50. 要不要寄谢卡问候他?	(441)
51. 第一印象好重要	(442)

- 52. 那小丑进来了 (443)
- 53. 一个只有自己的“团队” (443)
- 54. 轻易喝酒 (444)
- 55. 允许客户做自己也不能肯定的事情 (445)
- 56. 穿得好，反而糟 (446)
- 57. 见面时失去主动权 (447)
- 58. 过分依赖电话 (447)
- 59. 骄傲的人做不成生意 (448)
- 60. 不要像蛮牛一样乱撞 (449)
- 61. 重重障碍莫怕它 (450)
- 62. 对不起，我约会迟了，但这不是我的错 (451)
- 63. 噢！要休息一下 (451)
- 64. 也许营业经理更适合我 (452)
- 65. 推销信的写法 (453)

第一章

推销员的专业素质与能力

第一节 推销员的七项成功法则

1. 成功的勇气来源于自信

失败的推销员，其共同缺点是缺乏自信和魄力。没有自信，就没有魄力；没有魄力，则生意清淡；生意做不成，则更加不自信。日子就在这种恶性循环中一天一天地度过。欲成为推销大师的推销员们，须鼓起自信的勇气。从另一方面来说，顾客绝不会向没有自信的推销员购买任何东西，这样的推销员令人讨厌，会使顾客觉得是在浪费自己的宝贵时间。

为此，推销员应该切记：对自己的前途充满自信心，满腔热情地从事推销工作；克服恐惧心理，不怕遭拒绝。

推销员应时刻牢记：所从事的是一项正当的工作；所推销的正是客户所想要的，是最好的产品；我能成功，因为我有多次成功的经验；我比顾客更了解产品，所以我是老师；谁也不是什么大人物，有朝一日我要超

过你；万一失败了，也没有什么了不起，下一个顾客正等着呢；没关系，你今天拒绝了这个产品，明天我会拿一件你更需要的产品；失败是成功之母，找到失败的原因，下一次就能成功了。

因此，推销人员必须充满勇气。若缺乏勇气，就会未战先败。推销员可回忆自己以往的成功之举，欣赏自己。只有战胜被拒绝的沮丧，才能成功。

以下两种推销员注定会遭到失败：一是盲目乐观者，因为他们缺乏必要的准备；二是胆怯懦弱者，因为他们缺乏积极的态度，对自己没信心。对此应采取这样的对策：相信自己的能力；相信自己的产品。

推销员与运动员一样，也应毫不气馁地工作。一个人的思想对他的行动有很大影响。不要对自己失去信心，即使真的没成功，也不要失望，因为这也在情理之中。

当推销员和客户会谈时，言谈举止表露出充分的自信，则会赢得客户的信任，客户信任了你才会相信你的商品说明，从而心甘情愿地购买。通过自信，才能产生信任，而信任，则是客户购买商品的关键因素。

自信是积极向上的产物，也是一种积极向上的力量。自信是推销员所必须具备的，也是最不可缺少的一种气质。因此，自信，对于一个推销员的成功是极其重要的。

那么如何才能表现出推销员的自信呢？首先推销员必须衣着整齐，挺胸平首，笑容可掬，礼貌周到，对任何人都亲切有礼细心应付。这样，就容易增强推销员的自信。如此，推销员的自信也必然会自然而然地流露于外表。

生活中我们经常可以看到推销员开始推销时信心百倍，满腹热心，敲开客户家门却遭到客户冷言冷语，甚至无理侮辱。这样推销员的自信又很快消失了。那么应如何保持自信呢？

这就要看推销员的自信心是否坚强了。推销员一定要沉住气，千万不要流露出一不满的言行。要知道，客户与推销员接触，并不会去意识自己的言行是否得体，而总是在意推销员的言谈举止。客户一旦发现推销员信心不足甚至丑态百出，则对商品就不会有什么好感了；即使他还是认为商品质地优良，很合其需要，但见推销员急于出手商品，便会使劲压价。这就是因为推销员失去了自信。

由此可见，推销员必须表露出自信。客户通常较喜欢与才能出众者交手。他们不希望与毫无自信的推销员打交道，因为他们也希望在别人面前自我表现一番。再者，他们怎么能够情愿和一个对自己的推销及商品都缺乏信心的人洽谈生意，从他那里购买商品呢？

如果推销员对自己和自己的商品充满了自信，那必然会有一股不达目的绝不罢休的气势。坚持下去，胜利终究属于你！

不自信，就可能使交易失败。在导致自己失败的消极态度中，罪魁祸首就是推销员预先失去信心，认为自己无法将商品出售的想法。

客户对于商品，经常都怀有相似的不满和疑问，因此，在面对客户时，不可以自认为无法销售，或表现出面有难色的神情。推销员如能自我演练，精心计划，相信一定能卖出商品。

自信的推销员面对失败仍然会面带微笑：“没关系，下次再来。”他们在失败面前仍会很轻松，从而能够客观地反省失败的推销过程，找出失败的真正原因，为重新赢得客户的购买而创造