

30岁前致富系列

台湾原版 独家代理

如何在30岁前 成为行销高手

神奇的行销术

张 雍 著
见 明



每年都有65%的就业人口投入行销市场

为何仅有3%的人成为行销人才

可见市场缺少行销人才

企业更是求才若渴

因此，如何设计精彩、令人拍案的行销策略
一直是美国若干名校MBA高级管理的教课中心

中国城市出版社

图书在版编目(CIP)数据

如何在 30 岁前成为行销高手 /张雍,见明著. 北京:
中国城市出版社,1997.11

ISBN 7-5074-0956-2

I. 如… II. ①张…②见… III. 推销-通俗读物 IV. F
713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 22020 号

责任编辑 郭 垦
美术编辑 李法明
责任设计编辑 王质麒
出版发行 中国城市出版社
地 址 北京市朝阳区和平里西街 21 号 邮 编 100013
电 话 64235833 传 真 64238264
经 销 新华书店
印 刷 时事印刷厂
字 数 160 千字 印 张 7.375
开 本 850×1168(毫米) 1/32
印 次 1997 年 11 月第 1 版 1997 年 11 月第 1 次印刷
印 数 00001-10000 册 定 价 14.80 元

·版权所有、翻印必究·

出版说明

随着 21 世纪的脚步越来越近,人类的竞争也更显激烈,信息的发达和社会的生存结构在不断地变化。人们需求更多的知识,同时更为生长在这个充满机会的时代而兴奋,特别是青年朋友,万万不可坐在那里抱怨幸福离自己有多么远,应懂得如何在个人生涯里去追求成功的自我实现。

为此我们将台湾广厦国际出版集团出版的焦点读物——30 岁系列丛书介绍给广大读者,主要基于下面的几点考虑:

1. 了解和借鉴经济发展过程中的阶段性知识和实际体验。

2. 我国国有企业的进一步改革,使我们有机会迎接一个全新的金融市场。

3. 广泛、具体、多层面和多视角地取用最新、最具实用价值、最适合青年创业的经营智慧。

这次将陆续出版的(30 岁系列丛书)有《如何在 30 岁前成为行销高手》、《女性如何在 30 岁前创业成功》、《如何在 30 岁前克服人性的弱点》、《如何在 30 岁前赚第一个 100 万》、《如何在 30 岁前理财致富》、

《如何在30岁前靠股票致富》、《如何在30岁前开店致富》、《如何在30岁前激发潜能》、《如何在30岁前成为生财高手》、《如何在30岁前创业致富》和《如何在30岁前投资致富》。

路是人走出来的,其中来不得侥幸、松懈,我们未雨绸缪,该想的、该做的,今天就去想、去做,明天与未来都没有后悔的权力。

这套丛书,因为很合现代青年人创业思路,策划者也根据社会的发展与世界经济大趋势,不断推出新作,所以在台湾深受读者喜爱和阅读。

我们在引进出版时,为保持了原版风貌,书中可能有的名称和词义带有地方色彩,并且有些词在大陆没有相应的词,所以未作更改,还请读者见谅。

出版者

序 言

愈是现代化的工商社会，行销人员愈受重视。他们不仅是企业成长的最前线，更是任何一家公司销售组合中最重要的一环。企管专家范扬松就曾表示，消费者往往是根据行销人员的服务品质决定一家公司、产品服务水准的好坏。可见，现今公司行号对优秀的行销人员求才若渴。

但是，行销员满街都是，究竟有多少人能成功呢？

一位行销人员，若缺乏三要件，也就没有成功可言：

工作上的磨练——从经验中学习。

做人的磨练——向他人学习。

书本上的磨练——从书中学习。

本书适用于工商企业人士、经营管理部门人员及每个有志于销售领域一展身手的人们阅读。本书依照销售顺序，通过对销售前应如何思考和行动，如何在初次访问顾客时一举成功，如何使再访成功，如何战胜拒绝，如何使商谈顺利而获成功等多方面的阐述向读者示以秘诀，并辅以丰富的实例、名言

警句和生动的比喻，盼读者能轻松阅读，似服甜口良药。

本书内容共计九章，详列各种具体的方法，可以使您在面对业绩停滞不前时，采取迅速有效的改善方针。行销工作面对不断变化的环境与挑战，必须随时调整 and 变化战术，随时吸取和积累新的知识及经验，经由本书所提供的例证，您便可不必浪费时间去尝试失败的过程，而径直争取您应得的丰硕成果！

作者谨识

目 录

第一章 销售前应如何思考、如何行动	(3)
1. 成功三要件	(3)
2. 看不见的敌人	(5)
3. 精诚所至,金石为开	(7)
4. 成功的关键不在商品	(9)
5. 委曲求全	(11)
6. 莫使“资料”成“死料”	(12)
7. 从“卖”到“赚”之道	(14)
8. 一天当两天用	(16)
9. 成功的关键在个性	(18)
10. 理论联系实际	(20)
第二章 为稳操胜券做好准备	(25)
1. 不要亵渎了名片	(25)
2. 用感情还是用技巧去销售	(27)
3. 购买心理六阶段	(29)
4. 西装不是推销员的制服	(30)
5. MAN 法则	(32)

6. 推销员必备“三爱”	(34)
7. 了解自己的缺点	(36)
8. 勿为金钱左右	(38)
9. 研究对方如何拒绝	(40)
10. 创造你的魅力	(41)
第三章 如何转战于各销售地区	(47)
1. 乘车莫忘搜集情报	(47)
2. 学会如何解除“紧张”	(49)
3. 切勿舍近求远	(50)
4. 观察入微,增强感受力	(52)
5. 唯蚕能吐绢丝	(53)
6. 冬南夏北、晨西午东	(55)
7. 动中求静,调剂身心	(57)
8. 睦邻有道,广结善缘	(59)
第四章 如何在初次访问时一举成功	(63)
1. 一日之计在于晨	(63)
2. 挨户推销是基本	(64)
3. 不能有逃避的心理	(66)
4. 射将先射马	(68)
5. 守时才能守信	(70)

6. 学习医生“望、闻、问、切”	(72)
7. 名片的递法	(74)
8. 如何接受名片	(76)
9. 推销是从被拒绝开始的	(78)
10. 欲速则不达	(80)
11. 留下难忘的背影	(81)
12. 创造再访的机会	(83)
13. 看穿对方的腰包	(85)
14. 别忘了幕后操纵者	(88)
15. 需要是创造出来的	(90)
16. 情感重于理论	(92)
17. 不要给对方说“不”的机会	(94)
18. 与你的潜意识作战	(96)
19. AIDMA 法则	(98)
20. 等候中搜集谈话资料	(100)
21. 突破障碍的两大法宝	(103)
22. 起坐要向对方看齐	(105)
第五章 如何使再访获得成功	(111)
1. 记住顾客的大名	(111)
2. 礼轻情意重	(113)

3. 一分钟换得一辈子信任	(114)
4. 坦白商品的缺点可以赢取信任	(116)
5. 相见时难别更难	(118)
6. “标新立异”创造不衰魅力	(120)
7. 把上座让给顾客	(122)
8. 不使顾客有抵触感的坐法	(124)
9. 谨防暗箭	(126)
10. 为顾客服务三要诀	(128)
第六章 如何战胜拒绝	(133)
1. “逆来顺受”——以退为进	(133)
2. 商品不卖人情在	(135)
3. 预防“没钱”的借口	(136)
4. 了解并善用顾客的喜好	(138)
5. 从走街串巷的小贩得来的启示	(140)
6. 瞄准女性弱点——和秘书小姐拉关系	(142)
7. 善于运用人际关系	(144)
8. 利用顾客的惧怕心理	(146)
9. 破釜沉舟	(149)
10. 莫上“欢迎”的当	(151)
第七章 如何使商谈顺利成功	(157)

1. 推销成绩与访问次数成正比	(157)
2. 利剑斩“情丝”	(158)
3. 掌握签约时机	(160)
4. 性急的人无法成功	(162)
5. 把商品的好处画在顾客的脑中	(164)
6. 买卖的最后关头尤应谨慎	(165)
7. 商场话题六大忌	(168)
8. 顺乎人的本性	(169)
9. 借助上级领导者的威望	(171)
10. 妙用交际手腕	(173)
第八章 如何成为最后的胜利者	(177)
1. 切忌酒、赌、色	(177)
2. 成功不在高智商	(178)
3. 伸出“温暖的手”	(180)
4. 拘于小节	(182)
5. 有功者禄,有能者官	(184)
6. 以“二价四率”作为自测标准	(186)
7. 妙用数量词	(189)
8. 推销员修养十原则	(191)
9. 修身至上	(193)

10. 不能瞎子摸象	(195)
第九章 走上成功之道	(199)
1. 工作便是人生	(199)
2. 扬长避短	(201)
3. 爽朗幽默结人缘	(203)
4. 具备会计知识	(204)
5. 买卖皆大欢喜	(206)
6. 严格要求自己	(208)
7. 现金意识	(210)
8. 职责分明,适应提升	(212)
9. 瓜田李下谨小慎微	(214)
10. 没有目标便没有成功	(215)
11. 推销员成功十大原则	(217)

第1章

SALES

销售前应如何思考、如何行动





1 成功三要件

野间清治说过：“人生成功的必要条件有三。”即：

工作上的磨练——从经验中学习。

做人上的磨练——向他人学习。

书本上的磨练——从书中学习。

一位推销员，若缺乏上述三要件，也就没有成功可言。

一、工作上的磨练

人们总喜欢炫耀自己的成功之处，却尽可能避免提及自己的失败之处。但事实上失败的经验比成功的经验更可贵。日本化药会长原安三郎曾说：“赚”千万元的经验不等于赚 10 亿元的经验；但是赔 100 万元的经验却可以变成赚 10 亿元的经验。”所以，失败本身并不可悲，可悲的是不能从失败中吸取教训。

也许你有过种种工作上的失败经验。由于这些失败都是在不同场合与各种性格、能力的人接触中获得的，比起

那些坐在办公室的事务员来，你的经验要丰富得多。而这些经验是你亲身所得，便是你的前车之鉴，将可能给你更多意想不到的收获，还可能是通向成功的条条大道。

二、做人上的磨练

凡是成功的人一定有一个人际关系的宝库。对推销员来说人际关系尤为重要。首先，当你登门推销时能否道出对方的姓名，是推销成功与否的重要因素，而这就要靠你的人际关系去获得。其次，要想掌握推销经验和其他知识，除了亲身体验，便要向他人学习。如何广泛获取情报、经验和知识呢？要广结善缘。如何广结善缘呢？必须谦虚为怀。满招损，谦受益；骄傲自满便是自绝于他人。

三、书本上的磨练

自己与别人的经验毕竟有限。书本是知识的结晶，贯古今，通南北，只要一卷在手，千古以来的圣贤、万里之外的名士都可和你促膝而谈。英国哲学家、近代科学的先驱弗兰西斯·培根说过：“知识就是力量。”人思考问题是受其知识范围囿限的，知识越广，认识的世界便越大，从而能应付的世界就越大。没有知识便如“井底之蛙”。



推销员在工作上和做人上磨练的机会很多，但书本上的磨练更要有很大的毅力和耐心。许多人往往以“太忙了”、“太累了”为由，说没有时间看书。其实时间是可以挤出来的，就看你是不是有“心人”罢了。

2 看不见的敌人

一位在越南战争中失去一条腿的美国军官说：“最恐怖的是眼睛看不见的敌人。跟眼睛看得见的敌人作战，心中多少有些充实感，但在热带密林中作战，看不见敌人，冲进去也没有抵抗，时间5分钟、10分钟地过去，静谧中可怕至极。恐怖成了我们心中的敌人……”

推销员也有两个敌人：看得见的敌人——竞争对手，和看不见的敌人——自己。

得到要领，全力以赴，看得见的敌人是没什么可怕的。可怕的是眼睛看不见的敌人，也就是你自己。

哲学家王阳明说：“山中之贼易破，心中之贼难防。”

推销员就是要与顾客的拒绝“作战”。把不想买的顾客变成想买的顾客，这是推销员的工作。