



现代营销系列丛书

# 卡耐基 成功推销99方略

推销是从被拒绝时开始

只要改变你的观点 销售成绩将会有意想不到的提高

悲叹常吃闭门羹的人很多

却很少有人能以另一种心态来面对吃闭门羹这件事

和别人交谈时不要以讨论意见作为开始

要以强调——甚至不断强调——双方所同意的事作为开始

蓝文娟◆著



经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

现代营销系列丛书

# 卡耐基 成功推销99方略

蓝文娟 / 著



经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

MAL 12/01

著作权合同登记号：图字：01-2003-8027号

**图书在版编目 (CIP) 数据**

卡耐基成功推销 99 方略 / 蓝文娟著. —北京：  
经济管理出版社，2004

ISBN 7-80162-842-X

I. 卡... II. 蓝... III. 推销—方法  
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 004461 号

出版发行：经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

邮编：100038

印刷：中央党校印刷厂

经销：新华书店

责任编辑：顾 佳

技术编辑：杨 玲

责任校对：超 凡

880mm×1230mm/32

7.375 印张

113 千字

2004 年 3 月第 1 版

2004 年 3 月第 1 次印刷

印数：1—6000 册

定价：20.00 元

书号：ISBN 7-80162-842-X/F·760

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部  
负责调换。联系地址：北京阜外月坛北小街2号

电话：(010) 68022974

邮编：100836



## 作者序

想要成为推销员中的佼佼者，可不是一件简单的事，特别是在这个竞争激烈的环境里，要想脱颖而出，更是需要不断地进修及自我把握。

一般人对“推销”二字均只定义在物品上，其实这只是狭隘的解释，自我的推销更是重要。想想，当你接触客户时，客户第一眼看到的是什么？当然是你的人，一个仪表端庄大方和不修边幅、衣着邋遢的人站在一起，你会喜欢哪一个，很明显地当然是前者，可见第一印象的重要。

通常人们对推销人员的印象均不佳，乃由于其生活的散漫所致，或许是因为工作压力及接触的人事较复杂的关系，但若一直以此为借口而不断放任自己，终将导致推销生涯的提早结束。

本书作者不仅希望能提供给你推销技巧，更希望能借此激发你尚未发挥的潜在能力，同时提醒你成为顶尖推销员应避免及注意的事项，希望能对你有所助益。



## 目 录

### 作者序 / 1

### 第一章 卡耐基的哲学 / 1

- 1 推销是从被拒绝时开始 / 3
- 2 将推销的不可能化为可能 / 6
- 3 打破产品卖不出去的成见 / 8
- 4 推销的原动力 / 12
- 5 推销员的财富 / 14
- 6 为自己而工作 / 17
- 7 创造推销奇迹 / 19
- 8 塞翁失马焉知非福 / 21
- 9 对工作越有自信，越要谦虚 / 23
- 10 逃离恶友的魔掌 / 25
- 11 如何成为有最高推销额的推销员 / 28
- 12 超越经验老到的推销员 / 32
- 13 全神贯注地推销 / 35



## 卡耐基成功推销 99 方略

- 14 运用弹性沟通术争取订单 / 37
- 15 运用“心象法则” / 43
- 16 创造式市场拓展法 / 45
- 17 “不卖产品”而卖“梦” / 48
- 18 广布信息网络 / 50
- 19 计划性的拜访 / 53
- 20 详细的记录，有助于工作的顺利开展 / 55
- 21 充分利用时间 / 57
- 22 根据艾特玛法则来开发推销力 / 59
- 23 善用电话——你也可以跟时间赛跑 / 62
- 24 婚丧喜庆是推销的好时机 / 64
- 25 让询问台的人员成为你的助手 / 65
- 26 让老年人成为你的得力助手 / 67
- 27 把黑色星期一变为愉快的一天 / 70
- 28 侵略性的计划进行法 / 73
- 29 推销导航器 / 75
- 30 掌握竞争对手的弱点 / 78
- 31 推销员叩关的第一步 / 81
- 32 精神抖擞地迈入大门 / 83
- 33 接触的成功与否，决定你的胜败 / 86



- 34 开场语 / 88
- 35 称呼姓氏可让客户产生亲切感 / 90
- 36 培养让客户信赖的独特气质 / 92
- 37 明朗有力地说话 / 94
- 38 注意外在的修饰 / 97
- 39 以“真诚”的“笑脸”打开顾客的心扉 / 99
- 40 礼多人不怪 / 101

## 第二章 推销的突破重点 / 107

- 1 推销员知识的源泉 / 109
- 2 推销员大唱爱情挽歌 / 111
- 3 开创自己的推销技术 / 112
- 4 掌握客户的心理 / 114
- 5 累积顾客信息 / 116
- 6 客户的邻居是下次客户的来源 / 118
- 7 设定路线，挨家拜访 / 120
- 8 熟练使用推销工具是最后制胜的关键 / 123
- 9 以DIY自制推销工具 / 125
- 10 以限定地区的巡回战法来击败敌人 / 126
- 11 同行访问可以创造佳绩 / 129



- [12] 方言的妙用 / 131
- [13] 推销要点的反复强调 / 132
- [14] 避免解说过于详细 / 134
- [15] 先声夺人 / 136
- [16] 单刀直入 / 139
- [17] 欲擒故纵 / 140
- [18] 借着整理客户的鞋子了解其家庭状况 / 141
- [19] 推定承诺法 / 143
- [20] “二者择一法”与“动作诉求法”的合作  
效应 / 144
- [21] 与客户谈话的距离 / 146
- [22] 听“话”的艺术 / 148
- [23] 善辩不如善听 / 150
- [24] 必要时不妨和他吵一架 / 152
- [25] 让客户当场购买 / 153
- [26] 以小孩为目标 / 155
- [27] 抓紧顾客“心动”的时机 / 156
- [28] 缩短拜访与推销的时间 / 158
- [29] 研拟一套客户拒绝的言辞利器 / 161
- [30] 如何抓住收场的高潮 / 162



- 31 告辞的技巧 / 165
- 32 使客户拥有期待与希望 / 167
- 33 以账款的回收作为推销的结束 / 169
- 34 售后服务的重要性 / 171
- 35 谢函决定将来 / 173
- 36 先松懈女性客户的戒心 / 176
- 37 以温暖的心来对待女性客户 / 178
- 38 参与推销 / 179
- 39 不受大家欢迎的女性客户，是推销的好对象 / 181
- 40 费心地想出与众不同的赞美 / 183
- 41 使女性客户产生优越感 / 185
- 42 广结嚼舌的女性有助于推销 / 188
- 43 获取女性集团领导者的认同 / 190
- 44 做一个女性欢迎的推销员 / 192
- 45 “厚脸皮”与“强迫性” / 194
- 46 倾听女性关心的事 / 197
- 47 对女性采用“肌肤触摸法” / 199
- 48 打动女子感性的心 / 201
- 49 利用家庭宴会 / 203



## 卡耐基成功推销 99 方略

- [50] 说服介意邻居眼光的主妇 / 205
- [51] 制造热闹的气氛来攻略职业妇女的心 / 207
- [52] 攻略商店老板娘的心 / 209
- [53] 攻略富家太太的心 / 211
- [54] 攻略农家太太的心 / 213
- [55] 攻略教育妈妈的心 / 215
- [56] 攻略职业妇女的心 / 217
- [57] 攻略孩子们的心 / 219
- [58] 女性客户攻略法 / 221
- [59] 推销工作甘苦谈 / 223
- [60] 以最大的努力面对工作的挑战 / 225

## 第一章

# 卡耐基的哲学







## 1 推销是从被拒绝时开始



把吃闭门羹转变为客户的人情债。

以现在的社会状况来说，妇女就业率增加，白天在家的不外是老年人或未入学的儿童，推销员想做正式的登门拜访恐怕也是求见无门。

像这样的情况使得面谈机会减少，推销员只好对一些能做家庭访问的顾客千方百计地推销，直至签约而售出产品，争取更多推销成绩为止，却使顾客感到有压力、心生反感。也因为如此，客户会在你展开推销之前就一口拒绝，甚至多次地试探也没有办法得到面谈的机会。

悲叹常吃闭门羹的人很多，却很少有人能以另一种心态来面对吃闭门羹这种事。想想看，是否有多次生意是在你第一、二次都遭到拒绝，而终于到第三、四次拜访时谈成的？如果你能以诚意使顾客敞开心扉的话，反而能与顾客更为亲近。其实，站在对方的立场来想，如果有人突然闯入家中，要做



## 卡耐基成功推销 99 方略

家庭访问或推销产品时，拒绝对方似乎也是理所当然的事，毕竟每个人都有权利来做自我保护。

所以，即使吃多了闭门羹也不必太在意，毕竟对方只能拒绝推销这件事，而不是针对你个人来拒绝。曾经有位资深的推销员告诉我一句话：“把吃闭门羹一事转变成客户所背负的人情债。”于是他能坦然地面对失败，在该行业做那么多年。

有很多客户都以“现在用不上，你走吧！”这些话来拒绝你。他所要告诉你的是，我家中现在还用不着买你的产品，你不必浪费时间了，快到下家去碰运气吧！如果你能以感激的心情来听这些冷漠的拒绝，你就不会再有挫折感了，反而能因你的诚意，对其冷漠报以两三次的访问，唤起顾客的欲求，进而得到一次成功的交易。同时，感激的心情也可以使你能以亲切有礼的态度来面对客户。

推销是从被拒绝时开始。如果你能以此自勉，将不会把推销工作当做一种苦差事，毕竟从挫折中建立的自信，才是稳固不变的。

### ■ 卡耐基哲学：争取对方的认同

和别人交谈时，不要以讨论意见作为开始，要以强调——而且不断地强调——双方所同意的事作为



开始。不断强调——如果可能的话——你们都是为相同的目标而努力，惟一差异只在于方法不同罢了！

使对方在开始谈论的时候说“是的，是的”，尽量不使他说“不”。

奥佛斯屈教授在他的《影响人类的行为》一书中说，一个“否定”的反应，是最不容易突破的障碍。当一个人说“不”时，他所有的人格尊严，都要求坚持到底。也许事后他觉得自己说“不”是错的；但是，他必须考虑到自尊！既然说出口了，就得坚持下去。因此，一开始就使对方采取肯定的态度，是最重要的。

懂得说话的人，都在一开始就得到一些“是的”反应。接着就把听众心理导入肯定的方向。就好像是打撞球的运动，从一方向打击，它就偏向一方，要使它反弹回来的话，必须花更大的力量。

当一个人说“不”，而本意也确实否定的话，他所表现的决不是简单的“不”字。他的整个组织——内分泌、神经、肌肉——全部凝聚成一种抗拒的力量。总之，整个神经和肌肉系统形成了一种抗拒接受的状态。反过来说，当一个人说“是”时，他的身体组织就呈现前进、接受和开放的态度。因此开始时我们越能造成“是，是”的情况，就越容



易使对方注意到我们的终极目标。

这种“是的”反应是一种非常简单的技巧。但是被许多人忽略了！一般说来，人们若一开始便采取反对的态度，似乎就能得到他们的自重感。

“一名学生，或顾客，或丈夫，或太太，在一开始就说‘不’的话，你需要天使的智慧和耐心，才能使否定的态度转变为肯定的态度。”

中国人有一句格言，充满了智慧：“轻履者行远。”

如果你要使别人同意你，规则的第五条是：“争取对方的认同。”

## 2 将推销的不可能化为可能



推销员的心情状态，攸关推销之成败，换言之，在推销的世界中，乐观者较易成功，悲观者较易失败。

悲观的推销员，往往在开始推销前，就假想一些恶劣的情况，想出一大堆不能做到的理由。试问，这种战前即喊战败的推销员，怎么可能在推销员与



客户的战役中取得胜利？

推销员要有一个观念：推销活动是一项经济活动，是以人为中心的商业行为，它的内涵、性质是依形势而定的。因此，在推销活动中的任何难题没有不可解决的。推销员若能了解到这一点，就有助于强化自己推销的信心与斗志！

我们可以说，推销的本身就是一项自我挑战。因为推销员所要做的，就是将原来的不可能变成可能。具体来说，增加访问户数、延长活动时间，或选定签约率较高的市场、缩小目标等，都可能出奇制胜，为自己打一场漂亮的仗！

总之，与其一开始就放弃，不如放松心情愉快地思考。下次出发进行推销时，在心中说声“Take It Easy！”

### ■ 卡耐基哲学：乐观

当我对目前的情况感到沮丧时，我可以在一小时之内，把烦恼全部丢掉，使自己成为一个快快乐乐的乐观者。

以下就是我的方法：我走进我的书房，闭上眼睛，走向专放历史书籍的书架前。我仍然把眼睛闭着，伸手取出一本书——我仍然把眼睛闭上，随便