

原一平 高效推销的 黄金法则

宫辉◎编著

88

条

“推销之神”的推销密语：

出门走好路，出口说好话，出手做好事




中国纺织出版社

原一平

高效推销的 88条 黄金法则

宫辉◎编著

 中国纺织出版社

内 容 提 要

日本保险业推销员原一平素有“推销之神”的美誉，他辛勤一生的推销功绩使得他和乔·吉拉德等知名销售员一起，成功跻身销售培训界的“十大销售大师之列”。本书通过对原一平在寿险销售过程中的方法、技巧及其应用要领的总结，从心态修炼、客户调查、拜访准备、客户拜访、沟通应对、售后服务、客户维护等八个方面提炼出88条销售实战真经，并佐以生动的案例、实用的技能提升，旨在帮助广大销售员实现业绩的突破，成功攀登销售高峰。

图书在版编目(CIP)数据

原一平高效推销的88条黄金法则 / 宫辉编著. —北京: 中国纺织出版社, 2015.1

ISBN 978-7-5180-1123-0

I. ①原… II. ②宫… III. ①原一平(1904~1984)——生平事迹②推销—经验—日本 IV. ①K833.135.38②F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第237608号

策划编辑: 陈芳 特约编辑: 朱方 责任印制: 储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010-67004422 传真: 010-87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博<http://weibo.com/2119887771>

北京佳信达欣艺术印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2015年1月第1版第1次印刷

开本: 710×1000 1/16 印张: 16

字数: 235千字 定价: 32.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换



前言 FOREWORD

原一平，个子矮小，其貌不扬，但他却是推销之神！1904年生于日本长野县的原一平曾是一个类似“丑小鸭”般的普通小人物，这个被人称为头号大顽童的矮个子，克服了自然禀赋的先天性不足，在永不服输的勇敢的推动下，敲开了保险推销成功之门。他26岁时还只是日本明治保险公司一名“见习业务员”，到36岁时创下了全日本冠军的保险业绩，并成为世界百万圆桌协会的会员。从45岁开始，他连续15年保持全日本寿险推销业绩的第一名，他创下的世界寿险推销纪录20年未被打破，他从一个身无分文近乎乞丐的小人物，经过不懈努力最终成为日本一代财阀，被尊称为“推销之神”。

原一平的一生充满传奇色彩，他50年的推销生涯可以说是由不间断的成功与挫折所铸成的。既是用鲜花和掌声书写的荣耀史，也是用泪水和汗水写成的辛酸史和奋斗史。他的一生经历坎坷但却激情飞扬。作为举世公认的推销之神，原一平一生所取得的成功，是我们每个推销员所向往和追求的目标，他的成功推销理念和实践已成为全世界企业培训管理者、公关人员、推销人员的生动教材。而他留给推销人员的孜孜以求的进取精神、尊重客户的高尚品格和推销智慧也是一笔巨大的财富。

推销人员常慨叹，推销的技法难把握。产品同质化，价格同质化，服务同质化……几乎形形色色的产品都进入买方市场。你的产品卖得不好可能是你的业务不熟练，让客户产生了疑虑；你的态度不亲和，让客户产生疏离感；你的沟通方式不当，让客户排斥；你的谈判技能欠火候，关键时刻的临门一脚，不

是太轻就是太重，甚至太偏，每每让成功失之交臂……到原一平这里来寻找答案吧，“推销之妙，存乎一心”，看原一平是如何游刃有余地拉近与客户的关系，化“敌”为友，化“友”为“亲”，纵横捭阖，展现高超而奇妙的推销艺术的。

推销人员常慨叹，推销员的角色难以把握，推销工作不但是技术活，而且也是艺术活。随着产品进入买方市场，推销员常常扮演不同的角色，推销员首先需要是学者，得有广博的知识；推销员又必须是艺术家，得会在不同场景下即兴表演。推销员必须是心理学家，你得会把握客户的心理，并为其打开心结；推销员必须是思想家，你得不停地思考自己、公司、客户的信息；推销员必须是外交家，你要有出色的沟通技能以及谈判技能；推销员必须是军事家，所以你得有好的攻心谋虑、成交策略……如果你觉得如此纷繁多变的角色无从把握，那么，请到原一平这里来寻找答案吧，看原一平在形形色色的，不同条件和社会背景下的，不同脾气秉性的客户之间如何穿梭自如地切换自己的角色，并使之融于一体，达成推销目标。

本书将原一平一生的心血结晶和推销智慧进行了浓缩，凝聚为88条黄金法则，奉献给广大的推销员。旨在用“推销之神”50年的智慧，给你的推销生涯拉响启航之笛。

本书的内容覆盖了原一平从心态调试、素能修炼到与客户打交道、缔约方法等包罗万象的内容，林林总总，色彩纷呈，相信能给广大推销工作者带来全新的启示。

总之，本书将使你的潜能不再随风而逝，帮你化蛹为蝶，把握飞升的机会，实现精神财富与物质财富的双丰收！

编著者

2014年9月



目录 CONTENTS

- 第1章 战胜自己才能征服客户 /1**
- No.001 光明的未来从自省开始 /2
 - No.002 积极的心态引导成功 /5
 - No.003 成功者不但怀抱希望，而且拥有明确的目标 /9
 - No.004 推销有路“勤”为径 /12
 - No.005 用热情点燃业绩 /14
 - No.006 储藏知识是一项最好的投资 /17
 - No.007 掌握圆通的推销语言 /20
 - No.008 修炼得体的推销礼仪 /22
 - No.009 争分夺秒，时间就是业绩 /25
 - No.010 好运眷顾坚持不懈的人 /28
 - No.011 勇于挑战“不可能” /31
- 第2章 知己知彼，心中有谱——做好客户调查 /35**
- No.012 拥有“扫描”客户的眼光 /36
 - No.013 准确定位目标客户 /38
 - No.014 将客户调查得一清二楚 /41
 - No.015 客户信息越全面越能投其所好 /45
 - No.016 把客户资料看熟看透 /47
 - No.017 切准客户兴趣爱好的脉 /49
 - No.018 利用公司资源锁定目标客户 /52
 - No.019 建立完善的客户档案 /54
 - No.020 随时更新客户档案，及时变更推销策略 /57



第3章 不打无把握之仗——拜访准备 /59

- No.021 事前准备，事半功倍 /60
- No.022 拥有适宜的仪表 /62
- No.023 学会得体地握手 /65
- No.024 打造充满魅力的声音 /67
- No.025 准备一些精彩的开场白 /71
- No.026 设计些探讨性的问题 /74
- No.027 储备几个雅俗共赏的小笑话 /77
- No.028 动听的小故事要能信手拈来 /80
- No.029 突破前台“封锁线” /83
- No.030 找到有决策权的购买者 /86
- No.031 备齐推销工具 /89
- No.032 预约——不做唐突的拜访 /91

第4章 磨刀不误砍柴工——拜访客户 /95

- No.033 巧用寒暄拉近双方心理距离 /96
- No.034 微笑，让客户无法拒绝 /98
- No.035 用赞美来消释沟通隔阂 /100
- No.036 以热情融化信任坚冰 /103
- No.037 将客户引入感兴趣的话题中 /105
- No.038 以尊重赢得客户尊重 /107
- No.039 避免使用消极措辞 /110
- No.040 唤起客户的需求 /113
- No.041 用好幽默这张牌 /115
- No.042 洞察客户反应 /118
- No.043 读懂客户的表情和动作 /120
- No.044 善于听比善于说更重要 /122
- No.045 以退为进，创造更多拜访机会 /126

第5章 对症下药——巧妙应对客户借口 /129

- No.046 让自己习惯于被拒绝 /130
- No.047 异议往往是成交的开始 /132
- No.048 将反对意见转化为独特卖点 /135
- No.049 以退为进，迂回应对客户异议 /138
- No.050 化解客户的拒绝心理 /140
- No.051 应对“太贵了，我买不起” /143
- No.052 应对“我要考虑考虑” /146
- No.053 应对“我需要老板同意” /148
- No.054 应对“我没有兴趣” /151
- No.055 应对“我很满意目前的供应商” /154
- No.056 不与客户争口头上的胜利 /158
- No.057 给客户留足面子 /160
- No.058 面对拒绝要善于等待 /162

第6章 成功交易的催化剂——促成交易的技巧 /165

- No.059 让客户感受到利益所在 /166
- No.060 识别客户透露出的购买信号 /169
- No.061 巧提妙引促成交 /172
- No.062 让客户自愿成交 /174
- No.063 让客户不断说“是” /177
- No.064 巧妙利用客户的好奇心理 /179
- No.065 唤起客户的危机意识 /182
- No.066 让客户在非此即彼的选择中成交 /185
- No.067 站在客户的立场说话 /187
- No.068 见机行事，适度沉默 /190
- No.069 巧言激将促使成交 /193
- No.070 生动形象的比喻更易说服客户 /195
- No.071 留有一定的成交余地 /197
- No.072 用情感触动你的客户 /199



No.073 敢于利用有影响力的客户 /202

No.074 交易之后进行经验总结 /204

第7章 成交不是结束——做好售后服务 /207

No.075 销售最好的机会是在客户购买之后 /208

No.076 售后服务细节为王 /210

No.077 坚持以客户为中心 /213

No.078 保持良好的服务心态 /215

No.079 持续推进优质服务 /217

第8章 细水长流——维护客户比销售更重要 /221

No.080 维护老客户带来新客户 /222

No.081 推销成功之时，应与客户成为朋友 /224

No.082 不让任何一个老客户流失 /226

No.083 持续不停地用心问候客户 /229

No.084 用细节感动客户 /233

No.085 平等对待每一个客户 /235

No.086 用关心赢得永久客户 /237

No.087 要不断认识新朋友 /239

No.088 真诚，让订单源源不断 /242

参考文献 /246



第1章 战胜自己才能征服客户

原一平曾说过：“对于积极奋斗的人而言，天下没有做不到的事！”你若失去了资产——你只失去了一点儿；你若失去了荣誉——你就丢掉了许多；你若失去了信心——你就把一切都失掉了！任何形式的销售，都是从被拒绝开始的，没经历过拒绝，就称不上是真正意义上的推销员。信心是推销员制胜的法宝，战胜自己才能战胜客户。



No.001 光明的未来从自省开始

【理论精讲】

苏格拉底说过：“没有经过反省的生命，是不值得活下去的。”有迷才有悟，过去的“迷”，正好是今日“悟”的契机。因此经常反省、检视自己，可以避免偏离正道。

日本近代有两位一流的剑客：一位是宫本五藏，另一位是柳生又寿郎。宫本是柳生的师父。

当年，柳生拜师学艺时，问宫本：“师父，根据我的资质，要练多久才能成为一流的剑客呢？”

宫本答道：“至少也要十年。”

柳生说：“十年太久了，假如我加倍努力地苦练，多久可以成为一流的剑客呢？”

宫本答道：“那就要二十年了。”

柳生一脸狐疑，又问：“如果我晚上不睡觉，夜以继日地苦练，多久可以成为一流的剑客呢？”

宫本答道：“你晚上不睡觉练剑，必死无疑，不可能成为一流的剑客。”

柳生颇不以为然地说：“师父，这太矛盾了，为什么我越努力练剑，成为一流剑客的时间反而越长呢？”

宫本答道：“要当一流的剑客，先决条件就是必须永远保留一只眼睛注视自己，不断地反省。现在你两只眼睛都看着一流剑客的招牌，哪里还有眼睛注视自己呢？”

柳生听了，当场开悟，终成一代名剑客。

要当一流的剑客，光是苦练剑术不管用，必须永远留一只眼睛注视自己，不断地反省；同理，要当一流的推销员，光是学习推销技巧也不管用，必须永远留一只眼睛注视自己，不断地反省。



原一平在27岁时进入日本明治保险公司，开始了推销员生涯。虽然每天都在勤奋工作，但收入少得可怜。为了省钱，他甚至不吃午餐、不搭电车，但仍因拖欠了房东七个月的房租而被迫露宿公园。

有一天，他向一位老和尚推销保险，等他详细说明后，老和尚平静地说：“你的介绍丝毫引不起我投保的意愿。”

老和尚注视原一平良久，接着又说：“人与人之间，像这样相对而坐的时候，一定要具备一种强烈吸引对方的魅力，如果你做不到这一点，也就没什么前途可言了。”

原一平听了哑口无言，冷汗直流。

老和尚又说：“年轻人，先努力改造自己吧！”

“改造自己？”

“是的，要改造自己首先必须认识自己，你知不知道自己是一个什么样的人呢？”

老和尚又说：“你在替别人考虑保险之前，必须先考虑自己，认识自己。”

“考虑自己？认识自己？”

“是的！赤裸裸地注视自己，毫无保留地彻底反省，然后才能认识自己。”

受到触动的原一平大彻大悟，从此开始努力反省自己，改善自己，终于成为一代推销大师。

“我们这一代最伟大的发现是，人类可以经由改变自己而改变命运。”原一平用自己的行动印证了：有些时候，迫切应该改变的，或许不是环境，而是我们自己。

【推销实训】

我们每天应该反省些什么呢？反省是不是意味着要弄得自己不高兴，跟自己过不去？不！以下几个方面就值得你去自省：

人际关系。你今天有没有做过什么对自己的人际关系不利的事？你今天与人争论，是否自己也有不对的地方？你是否说过不得体的话？某人对你不友善是否还有别的原因？

做事方法。反省今天所做的事情，是否得当？怎样做才会更好？



生命进程。反省自己至今做了些什么事，有无进步？是否在浪费时间？目标完成了多少？

你是否经常像上述那样反省自己？如果没有，就从现在起培养自省的习惯吧。那么，一个人应该怎样培养自省习惯呢？

1. 抛弃“只知责人，不知责己”的思维意识

长期以来，不少人习惯了找借口逃避责任，年轻人更是如此：如果一直没有为公司的发展提出过合理方案，他可能解释说自己的阅历太浅；如果没有按进度完成任务，他也许会说自己经验太少，比不了那些前辈；作为一个部门负责人或创业者，如果他发现因为计划表或者方案书上的明显错误，而导致了经营方向的偏离和失误，他也许会解释：“这些是我口陈述的，速记员写完后，我没有亲自审阅。”孰不知，在他不断寻找借口逃避这些应该承担的责任时，他离成功也就越来越远！

走向成功的道路不是人们想象的那样一帆风顺，想少犯错误，就需要不停地反省自己，只有通过不断地反省和总结，改正自己的错误，才不会老在原处打转或再次被同一块石头绊倒。三毛曾说：“经常反省、审察自己缺点和优点的人，在求智慧上，比那些不懂得自省和观察的人来得快多了。”

2. 要有自知之明

正确认识自己，实在是一件不容易的事情。不然，怎么会有“人贵有自知之明”、“好说己长便是短，自知己短便是长”之类的古训呢？自知之明是一种高深的智慧。如果一个人把自己估计得过高，就会自大，看不到自己的短处；把自己估计得过低，就会自卑，对自己缺乏信心。只有估准了，才算是有自知之明。很多人经常处于一种既自大又自卑的矛盾状态中：一方面，自我感觉良好，看不到自己的缺点；另一方面，却又在应该展现自己的时候畏缩不前。准确地进行自我评价是不易的，但又是必要的。因为准确地自我评价才能进行准确的自我定位，而定位是省察的标尺和基点。

3. 培养深刻的自省能力

自我反省还需要培养深刻的自省能力，这是我们提升个人境界、赢得成功的关键。我们每天早晨起床后，一直到晚上上床睡觉前，不知道要照多少次镜子；这个照镜子，就是一种自我检查，只不过是一种对外表的自我检查。相比之下，对内任的思想做自我检查，要比对外表的自我检查重要得多。



可是，我们不妨问问自己：我每天能做多少次这样的自我检查呢？我们不妨设想一下，如果某一天我们没有照镜子，那会是一种什么结果呢？也许，脸上的污点没有洗掉；也许，衣服的领子出了毛病……总之，问题都没有被发现，就出了门。同样，我们如果不对内在思想做自我检查，那么，我们就可能出言不逊也不知道，举止不雅也不知道，心术不正也不知道……那是多么可怕啊！我们不妨养成这样一个习惯——就是每天晚上躺在床上睡觉的时候，想一想自己今天的所作所为，有什么不妥当的地方；每当出现问题的时候，首先从自己这个角度做一下检查，看看有什么不对；同时，还要经常对自己做深层次、远距离的自我反省。

“人非圣贤，孰能无过，过而能改，善莫大焉。”可以说能不能知过即改、从善如流是成功者与失败者之间的最大区别。你有反省的习惯吗？趁早培养吧，它能修正你做人处世的方法，给你指引明确的方向。

No.002 积极的心态引导成功

【理论精讲】

原一平说过：“销售是一项报酬非常高的艰难工作，也是一项报酬最低的轻松工作。所有的决定均取决于自己，我可以选择成为一名高收入的辛勤工作者，也可以成为一名收入最低的轻松工作者。”销售业绩的好与坏完全由你自己决定，你可以成为一名王牌推销员，也可以成为一个平庸者。这一切的关键是你的心态。

英国文豪查尔斯·狄更斯曾经说过：“一个健全的心态，比一百种智慧都有力量。”这句不朽的名言告诉我们一个真理：你有什么样的心态，就会有什么样的人生。

有一个关于三个建筑工人的故事：三个工人在砌墙，有人过来问：“你们在干什么？”第一个工人没好气地说：“难道你没看见吗？我们在做苦力活，



砌墙。”第二个工人抬头笑了笑，说：“我们在盖一幢高楼。”第三个工人边干活边哼着歌曲，他笑容灿烂，开心地说：“我们正在建设一个新城市。”十年后，第一个人另一个工地砌墙；第二个人坐在办公室画图纸，他成了工程师；第三个人则成了前两个人的老板。

同样是建筑工人，若干年后却有了不同的命运，而造成这种巨大不同的关键是三个人心态上的差异。前者考虑的只是暂时的利益，比如微薄的薪水，这种短浅的目光不但使工作充满了痛苦，也会使他丧失前进的动力。后面两人则不同，他们对未来充满希望，于是痛苦的工作变成了快乐的学习过程，同时也为未来的事业发展奠定了坚实的基础。

的确，许多成功人士在谈到自己的成功体会时，都有一个共识，那就是人生是好是坏，不是由命运来决定，而是由心态来决定。同样，在推销界中，因具有积极心态而成功的也大有人在，原一平就是一例。

原一平在刚走上推销岗位的头7个月里，没有为公司签出一张保单，当然也拿不到分文的薪水。

为了省钱，他只好上班不坐电车，中午不吃饭，每晚睡在公园的长椅上。可他每天都精神抖擞，自清晨从长椅上醒来开始，他就微笑着向每一个擦肩而过的行人打招呼，不管对方是否在意或者是否回报他的微笑。

一位很体面的绅士，经常看见他这副快乐的模样，很受感染，便与他寒暄：“我看你笑嘻嘻的，全身充满干劲，日子一定过得很痛快啦！”寒暄过后，绅士邀请他一起吃早餐。原一平尽管饥肠辘辘，但还是委婉地拒绝了。

绅士便问他在哪里高就。当得知他是保险公司推销员时，便说：“既然你不赏脸和我吃饭，我就投你的保好了！”于是，原一平签下了生命中的第一张保单。

更令他惊喜的是，那位绅士是一家大酒店的老板，随后帮他介绍了很多业务。从此，原一平彻底“转运”了。

照一般人的看法，原一平当时那样的状况，是最没有资格充满朝气和喜悦的。在那种恶劣的生存环境里，他有足够的资格自怨自艾：怪父母没有给自己好的条件，怪命运不公，怨社会冷漠，后悔选择了这份工作，甚至怀疑自己不是个没用的人。但他没有这样，而是照样精神抖擞地迎接每一天，照样热



情友善地对待每一个人。

积极的心态，是走向成功、实现人生目标的指南针。推销员往往要比常人面对更加复杂多样的竞争环境，要想取得成功，更需要培养积极的心态，为今后的发展奠定坚实的基础。记住，你的心态是你——而且只有你——唯一能完全掌握的东西，练习控制你的心态，并且积极导引它。

【 推 销 实 训 】

拥有积极的态度是每个推销员所向往的，那么，怎样才能获得积极的心态呢？这里教你几招：

1. 树立绝对成交的信心

记住，你向客户推销产品的最终目的就是为了成交，有了绝对成交的强烈愿望，在推介商品和说服客户购买时才有更明确的方向和目标。

绝对成交的信心来源于三个前提条件：一是对产品的信心；二是对自己的信心；三是对客户需求的把握。真正的好产品，可以为客户解决问题和带来利益。因此，绝对成交的信心来自于推销员对自己所销售商品的了解和信赖。如果我们成交的信心能激起客户的热情，他们肯定会欢迎我们并感谢我们的建议。自信心强的人容易获得他人的尊重和信任，并在竞争环境中不断积极进取。

树立绝对成交的信心，将销售目标锁定在绝对成交上，才会使我们心无旁骛，专心致志地在销售中发挥应有的水平和技巧，最终获得客户的青睐，实现推销目标。

2. 克服自卑心理和畏难情绪

缺乏自信的推销员，要么是自卑心理很重，认为自己这不行那不行，甚至觉得自己不是做推销工作的“料”；要么就是有畏难情绪，“怕”字当头，怕推销干不好，怕客户拒绝，怕商品卖不出去。自卑感和畏难情绪严重阻碍积极心态的形成，必须予以消除。

推销员要克服自卑感，就应该以一种积极的心理看待自己的缺点和优点，而非消极地畏缩、停滞不前。克服自卑感的另一个重要方面，就是用发展的眼光看待自己，今天不会的，通过勤奋学习明天就能成为内行，现在不是干推销的这块“料”，通过奋发努力将来准会成为推销能手。



畏难情绪是推销员培养积极心态的又一大敌。心理研究表明，越是惧怕的事情就越容易发生。做推销工作，挫折与失败是难免的，向各种客户推销商品，碰钉子也是常有的事；但如果以消极被动的心态对待挫折，在失败面前抬不起头，就会被挫折与失败打倒，一事无成。失败是暂时的，失败仅仅发生在某次行动或某件事情上，对于一名优秀的推销员来说，他的内心永远没有失败的阴影，只有充分的自信，必胜的信念。

成功的推销员不仅能在取得成功后再接再厉，乘胜前进，更能在遭到拒绝或失败后将它们转变为获取成功的经验，或直接当作攀登成功的阶梯。

3. 在推销实践中加强心态训练

克服不良心理习惯的过程，也是一个培养积极心态的过程。训练积极心态的一种有效方法是自我暗示，推销员可在推销实践中经常进行积极的心理暗示，逐步增强自信心。比如，面对新的环境而产生担忧时，就暗示自己很快能够适应新环境；接触陌生客户缺乏勇气时，可自我暗示总有办法说服其购买自己所推销的商品；在失败面前，迫使自己多想想以往的成功；开拓新的推销局面时，常默念自己的资历和业绩，将自己想象成一名出色的推销员，反复告诉自己一定能实现预期目标。提高自信，是一个积极的、自我激励的心理强化过程。你愈显得对自己很有信心，就愈能给人留下你很内行的感觉。”

4. 每天对自己说：我是第一

生活如此孤立无援，如果你不相信自己，就没有人会相信你。人们之所以相信你，是因为你首先相信你自己。推销员每天起床的第一件事情就应该是站在镜子面前，对着自己大声喊：我是第一。

销售同世界上任何伟大的工作一样，在享受自豪和荣耀之前，肯定要走上一段异常辛苦的道路，这条路上有很多困难需要推销员去克服，推销员只有通过自己的信念来支撑自己的行动才能解决问题，最终实现自己的理想。