



OCCUPATION SKILL

力言◎编著

现代推销 技术

最专业、最实用的推销技术

XIANDAI ZHIYE JINENG

“推销菜鸟”最需要的专业技能和使用技巧

 中国农业出版社



力言◎编著

现代推销 技术

最专业、最实用的推销技术

XIANDAI ZHIYE JINENG

“推销菜鸟”最需要的专业技能和使用技巧

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代推销技术 / 力言编著. -- 北京 : 中国农业出版社, 2015.1

ISBN 978-7-109-20099-9

I. ①现… II. ①力… III. ①推销—高等职业教育—教材 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 011391 号

中国农业出版社出版
(北京市朝阳区麦子店街 18 号楼)
(邮政编码 100125)
责任编辑 张艳晶 黄向阳

北京万友印刷有限公司印刷 新华书店北京发行所发行
2015年3月第1版 2015年3月北京第1次印刷

开本: 910mm×1280mm 1/32 印张: 7

字数: 200 千字

定价: 26.80 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

Preface



推销是一种历史非常悠久的职业。

古代文献《易传·系辞下》记载：“神农氏作……日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。”其大概意思是，在农业已有一定发展而城乡还未分离的氏族社会时期，各氏族部落之间就有物物交换的习俗。《诗经·卫风·氓》一书中的记载也显示，早在原始社会末期，我国就有了以物易物的原始推销形式。可以这样说，当人类社会第一次出现产品这个概念时，推销就随之产生，并随着产品的发展而发展，两者同呼吸、共命运，产品生产越发达，推销的地位也就越重要。

目前，推销员这一职业在许多国家已处于举足轻重的地位，他们的队伍不断壮大。据媒体报道，推销在美国是十分令人羡慕的职业之一。民意调查反映，推销员的政治地位在 54 种职业中排第 11 位，经济地位更是排进了前 6 名。其平均年收入不低于 25 万美元，而成绩优异者则更会超过这一平均数的 1 倍，绝对属于高收入人群。

推销，是展现个人魅力的最佳舞台。一个成功的推销员，在获得经济收益的同时，其生活态度也会更加乐观向上、积极进取，精神面貌整体焕然一新，从而收获巨大的精神财富。

为此，我们编写了《现代推销技术》一书，以使更多人学习现代推销的理论和实践策略。书中先简单介绍和分析了推销理论和原理，以使读者能够了解推销的基础理论。在此基础上，全面向读者展现了推销过程的各个环节，以理论剖析和实际案例相辅相成，重点探讨了推销实践中的策略和技巧应用，内容结构合理，逻辑严密，应用性、实践性、操作性极强，不仅适宜初级推销从业者，同时也可以作为企业中高级推销人员和管理人员的培训工具。

最后，我们衷心希望有志从事推销的读者，可以从本书中受益，快速提升自己的推销能力和水平，在职业生涯中立于不败之地。

Contents

■ 前 言	1
■ 第一章 现代推销概论	1
第一节 现代推销的内涵	1
第二节 推销的模式	12
第三节 推销的原则	22
第四节 认清推销职业	26
■ 第二章 推销前的准备工作	32
第一节 推销员的职责	32
第二节 推销人员的职业素质和职业能力	38
第三节 推销员的职业形象	44
第四节 推销人员的交往礼仪	51
■ 第三章 搜集市场信息情报和定位顾客	59
第一节 推销机会与风险分析	59
第二节 市场信息情报的搜集	70
第三节 寻找潜在顾客的方法	80
第四节 潜在顾客的审核	93

第五节	目标顾客的选择	99
■ 第四章	访谈准备和约见、接近顾客	108
第一节	推销与沟通工具的准备	108
第二节	约见顾客	118
第三节	接近顾客	132
■ 第五章	推销洽谈的策略	136
第一节	了解推销浅谈	136
第二节	推销洽谈的方法	139
第三节	推销洽谈的流程、策略和技巧	153
第四节	顾客异议的处理	162
■ 第六章	成交	176
第一节	成交及策略	176
第二节	促使成交的技巧	186
第三节	签订合同	195
■ 第七章	再推销与售后	202
第一节	推销后的再推销	202
第二节	售后服务	207
第三节	回收货款	217

第一章 现代推销概论

第一节 现代推销的内涵

推销拥有十分久远的历史，这种社会经济现象和实践活动源远流长，可以追溯到很久以前。随着社会不断变迁、产品不断生产，以及产品交换不断发展，推销也在不断发生着变化，推销的含义也在不断发生着演变，一直到今天为止都没有统一的定论。

一、了解推销

推销有狭义和广义之分。狭义的推销主要是指推销人员在推销的过程当中与潜在顾客直接进行接触、介绍产品、洽谈、进行说服，并最终促使客户完成购买行为的活动。这主要指的是市场营销组合 4PS 中促销组合中的人员销售 (Personal Selling)，如图 1-1。

对广义推销而言，推销已经不限于产品之间的交换，一切说服活动都可以称之为推销，即使别人接受我们的物品或者某种观点。在我

们的生活中，广义的推销随处可见、随时可见。例如，学生毕业求职面试、政治家的游说演讲、青年男女的求爱、各种性质的谈判、以人本管理思想下计划的贯彻执行等，有时候甚至婴儿的啼哭与微笑也是一种推销。

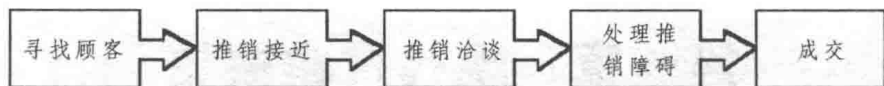


图1-1 人员推销的五个阶段

苏秦推销“连横合纵”战略

讲到政治家推销自己的政治主张，历史上的成功案例有很多。在我国春秋战国时期，有一些这样的人，他们就是所谓的“谋士”，当他们在进行政治游说活动的时候，就是非常典型的推销案例。“连横合纵”战略的主要策划人员之一的苏秦，就是战国时期的一位推销员。关于苏秦，《战国策》中有非常精彩的描写。

在成名之前，苏秦只是一个穷困潦倒的书生。他希望有朝一日自己的命运能够得以改变，于是他头悬梁、锥刺股，刻苦攻读。不仅努力学习书本上能学到的知识，就连政治时局的变化也经常关注。当时的秦国正在日益壮大，不断膨胀着自己吞并其他诸侯国的野心。经过仔细分析之后，苏秦断定秦国一定会一统天下，自己只有通过秦国才会有光明的前途。在经过仔细研究之后，苏秦准备了非常详细的资料，将“连横”的政治和军事策略（连横的意思就是各个击破）拟定好，准备向当时的秦王游说。他采用的方法就是举例子，苏秦将以前很多有名的帝王成就伟业的例子列举给秦王，进行劝导，并极力怂恿秦王尽快攻打六国。他对秦王说，自古以来，凡是取得成功的人都是通过战争来取得的，之后他将自己关于攻打六国的“连横”战略向秦王推荐出来，秦王听到这样的计策之后心花怒放。但作为一国之

君的秦王，对于这个远道而来并急于推销其政治见解的年轻书生并没有轻易相信，于是他对苏秦说，现在还不是攻打其他国家的时机，所以拒绝了苏秦的主张。

根据史书上的记载，苏秦“说秦王书十上而说不行”，所以没有成功的苏秦只好整理行囊，打道回府。

苏秦回到家中之后，史书上是这样记载的：“归至家，妻不下纊，嫂不为炊，父母不与言”。但是，在这样的情况下，苏秦始终没有放弃希望，他相信自己的主张一定能得到采纳。他觉得既然秦国不接受自己的主张，那他可以到秦国的对立面，帮助其他国家抵抗秦国。

之后的苏秦经过一番详细的准备，就将自己的主张转变为“合纵”（合纵的意思就是联合六国，防止被秦国各个击破）。他将赵国作为自己首先游说的国家。赵国地处秦国旁边、实力相对较弱，在虎视眈眈的秦国面前，整天都战战兢兢，担心被秦所灭。苏秦来到赵国，将自己的观点推销给赵王，这种行为对赵王来说简直就是雪中送炭。史书上记载：“见说赵王于华屋之下，抵掌而谈，赵王大悦，封为武安君。”一举成功之后的苏秦拿到了相印，赵王还赐给他大量黄金作为“合纵”战略实施的资费。一时间，苏秦风光无限。

据史书记载，苏秦成功以后“将说楚王，路过洛阳，父母闻之，清宫除道，张乐设饮，郊迎三十里。妻侧目而视，倾耳而听。嫂蛇行匍伏，四拜自跪而谢。”见到这样的情况，苏秦很是感慨，于是就故意问嫂子：“何为前者倨而后者卑？”嫂子也是一个爽快人，回答得也直接：“以季子位高且多金也。”

从苏秦推销自己观点的案例中，我们可以得知：不论推销的物质是什么，广义推销的实质及广义推销所使用的方法、手段与狭义推销是没有太大区别的。所以，在进行推销的过程当中，只有培养敏锐的观察力，将广泛存在于日常生活中的广义推销方法运用到狭义的产品

推销活动中，才能获得更高的推销成功率。

二、现代推销的内涵

推销并没有具体的定义，从不同的角度可以有不一样的理解，但其定义的科学性和完整性均没有达到要求。现对国内外学者和企业家的表述进行分析归纳，推销的概念如下：推销是指企业通过人员或非人员方式，在一定的经营环境中，运用各种推销技术和手段，使现实的或潜在的顾客在其帮助和说服下接受特定的产品、劳务及观点，进而使顾客的需求得以满足，同时也能实现企业的营销目标的整个活动过程。企业市场营销活动中很重要的一部分就是推销，同时也是促销组合的一种重要手段。要想将这一概念的完整意义掌握住，以下几点应着重理解（图1-2）。



图1-2 推销活动的三个基本要素

1. 推销的基本任务是说服顾客接受产品、劳务及推销观点

说服是一种人与人之间沟通的方式，在推销活动中，推销人员与客户进行交流的时候，推销人员以话语或其他形式向客户传达自己的意见，使顾客作出相应反应、争取顾客认同其推销观点，最终将商品推销出去。推销人员只有将自己的推销观点变成适当的语句、图表、肢体语言或其他传输符号，传递给客户之后，客户才有可能接受。推

销人员是进行推销的时候,要保证所传输的各种符号能被顾客客观、准确地理解,避免误解和偏差的出现。只要将推销人员传递的信息积累起来就会引起顾客的注意,进而激发购买的兴趣,最终完成推销行为。从某种意义上讲,说服是推销的核心,人与人之间说服与被说服的活动过程就是推销。

2. 推销是一种互利互惠的活动,具有双重目的

在推销的时候,推销员和顾客都有自己的特定目的,所以只有满足供需双方的需求才算是一场成功的推销。如果只考虑其中一方面,是无法顺利完成交易的。推销的目的在于实现企业营销目标及满足顾客的需求,要想达到这一目的就要考虑到顾客的购买动机与购买目的,只有将他们的需要解决掉之后,顾客才会购买商品;顾客主要是希望能满足自己的需要,所以推销员在推销的过程当中就要想方设法满足顾客需要,这就是销售过程中的主要目的。海因兹·姆·戈德曼是世界上著名的推销专家,他认为,推销就是要让购买这种商品的顾客相信,自己的需要能被满足,自己能得到某种好处,也就是说,顾客所得到的产品有一定的使用价值和实际利益。所以,推销人员进行推销的时候,不能为了推销而推销,要根据顾客的物质需要,有针对性地进行推销,要满足顾客的需要,同时还要满足顾客心理上的需要。企业在生产商品的时候只有与顾客的切身利益相结合,满足顾客的具体需求,才能保证推销活动的顺利进行,顾客才会不断购买所推销的产品,进而才会长期购买;反之,销售活动将会很难成功。另外,企业与顾客之间的关系可以通过现代推销得以沟通,现代推销同时也是一种企业活动,主要表现就是现代推销是企业市场营销活动中一个重要的组成部分。所以,企业市场营销活动的整体目标是现代推销必须服从和服务的对象,以保证企业营销目标能够顺利完成。

3. 推销是一个活动的过程

推销活动是一个十分复杂的过程:这个过程不仅包括推销人员对

顾客的说服和引导,进而使顾客购买产品,使产品的价值得以实现,同时也是顾客接受推销员所推销的产品,获得产品使用价值的一种活动;这种活动不仅是推销人员向顾客传递商品信息,同时也包含着顾客向推销人员反馈信息。这是一种产品从卖者向买者手中转移的过程,同时也是双方之间信息沟通的过程,这个过程还是卖者与买者之间的情感交流和心理活动的过程。所以,发生在两个推销主体之间以及推销主体与推销客体之间的运动过程就是整个推销活动。

4. 推销活动应将为顾客服务的宗旨贯彻始终

推销的宗旨就是全心全意为顾客服务、替顾客着想、努力满足顾客的需要、为顾客解决问题。对顾客的服务意识与质量将会直接决定推销人员推销进程的成败,因为在企业和消费者心中已经形成一种现代产品的整体概念,整体产品中必不可少的一个重要组成部分就是服务。同时,随着社会的不断进步,人们已经越来越重视商品的服务,这就要求推销人员进行推销的时候不仅要有很好的推销技巧,同时还要有强烈的服务意识及较高的服务质量;反之,产品的技术含量高、内在品质再好,顾客都难以满意,甚至不会成交,就很难取得满意的销售效果。

一个中国商务代表团因为需要到美国进行考察,到达美国之后,美国发达的经济使他们大开眼界。因为这是他们第一次来到这个国家,再加上晚饭之后就是他们的自由时间,因此,其中的几位女代表就在翻译的陪同下来到纽约的一家大型商场,这里的商品琳琅满目,看得几位女代表目不暇接、流连忘返。商场里的顾客渐渐变少,一直到最后,就留下了这几位女性。这时候已经是晚上的8点30分,到了商场打烊的时间,但是这些顾客依然兴趣盎然,她们没有感觉到时间的流逝,全神贯注地关注产品,没有注意到商场里面除了她们已经没有人了,因为她们根本就不知道商场这时候打烊。这时候该商场的营业员应该怎么做呢?是立即整理、清点产品来暗示顾客时间到

了，还是态度和蔼地对顾客进行提醒，还是满足顾客的购买欲望？

如果你是该商场的一名营业员，你想要怎样做呢？

三、正确认识推销

1. 人人都是推销员

在某种意义上来讲，用广义的推销概念来分析，几乎全社会的人都很难避免推销，是推销队伍中的一份子，多多少少都从事过推销活动。

在竞选期间，各级各类的政治人物为了获得竞选的成功，走街串巷，走州过府，脸上堆满了微笑，亲切而又随和地同所有民众问好，有时候会和人拥抱、握手、谈心，就像是朋友一样，有时候会亲吻、逗弄孩童，又像是一位慈父一样；有时候表情凝重沉静、宣扬政纲，有时候又会慷慨激昂、针砭时弊；有时候为宣传时事大声疾呼，有时候会发出义愤填膺的怒斥声……这一幕幕嬉笑怒骂，有怎样的目的？并不是他们穷极无聊，打发时间而为，这就是一种推销行为，他们表现出来的各种姿态，说出口的各种承诺，主要目的就是要将自己的政纲、思想以及他们自己推销出去，一旦选民接受他，为他们投上一票，就意味着他们的推销是成功的。由此可见，政治家同样是一位推销员。

那些站在神圣殿堂上的教授们，有很长一段时间被国人认为是不食人间烟火的高人。但实际上他们的工作也包含推销。推销行为包含在他们行为的方方面面，不论是讲台上的和风细雨、循循善诱或眉飞色舞、情绪激昂，还是深夜里面苦心勾画、著书立说，这些都在推销的范畴当中！他们推销的内容既有科学知识，又有他们个人的见解，他们个人对社会、对人生的看法也包含在内。思想就是他们推销的主要内容。

即使是现实生活当中，平民老百姓当中，也会有上乘的推销表演不时上演：在婴幼儿时期，推销自己的手段就是哭叫吵闹，父母就要过来满足孩子的需要；豆蔻年华之时，如果有了自己喜欢的异性，为了博取对方的欢心和好感，就会努力推销自己，推销自己的手段就是展示自己的才能和魅力；在申请某一份工作的时候，为了获得用人单位的青睐，会将自己的闪光点都表现出来，这同样是一种推销行为；工作期间，为了能够提薪升职，会在领导面前不断表现，以创造升职加薪的机会……

由此可见，生活中到处都有推销，每个人在特定的时间都会扮演推销员的角色。与专职推销员的区别就是平常人只是一时客串，而专职推销员却是以此为生。

2. 推销是崇高的事业

现代社会中，推销人员是必不可少的，这是一份崇高而伟大的事业。正是因为有了推销员，商品流通的进程才大大加快，也正是因为有推销员，商品从生产到消费的过程也实现了有效缩短。具体到某一行业当中，推销有着更加明显的重要性。

企业的生产、经营和效益在很大程度上受到销售状况的影响，有时候销售情况对企业有着决定性影响，而销售的先头兵就是推销，销售会受到推销的直接制约，那些还不被公众所了解和接受的新产品及销售不畅的积压品更是受到推销的直接制约，只有经过推销员的不断努力，才能将商品的销路打开。有一种说法是“没有推销就没有企业”，虽然有点夸张，但也从另一方面说明了推销对现代企业来说具有十分重要的意义。

推销员在许多国家中的地位现在已经变得越来越重要，至今，他们的地位还在不断提高，同时推销员的队伍也在不断壮大。据报道，在美国，推销是一个十分令人羡慕的职业，民意测验之后的数据反映，在当今社会中的 54 种职业中，政治地位中推销员排在第 11 位，

但是在经济地位上，推销员的地位已经进入了前6名。推销员的年收入平均超过25万美元，如果推销员的成绩卓著，则收入将会是这个平均数的1倍，甚至比美国总统的收入还要高。推销员在日本的地位更是超然，受到普遍的重视和尊崇，每年日本都要举行推销员之间的业绩比赛。推销员一旦荣获比赛的冠军，就会扬名四海，荣耀之至。一代推销大师原一平被尊称为“推销之神”，享誉日本，他自己本身就因其卓越的推销业绩获得过“四等旭日小绶勋章”，而当时的日本首相福田赳夫获得的勋章也不过是“五等旭日小绶勋章”。

3. 推销是个人成功的捷径

以社会的标准衡量，推销这份工作美好而崇高。从个人发展的角度来看，推销同样也值得骄傲。在现代社会中，虽然行业众多，但最具挑战性、刺激性和创造性的工作就是推销。

推销的特点就是“杂”，在进行推销的过程当中，推销人员碰到的顾客多种多样，遇到的难题也不尽相同。推销人员在解决这些问题的同时，也是一个积累经验、丰富自己的过程。所以，推销是一种可以一边工作、一边学习各种知识的工作。

事实也正是如此，如果推销活动中的各种经验推销人员能认真吸收，那么得到的结果就是不仅精通了推销的奥秘，成为一个有经验而又高超的推销员，同时对其他方面的发展也大有助益。换句话说，推销能孕育出万能选手，一旦在这艰难多舛、变幻多端的行业中生存下来，并获得最后的成功，与那些仅有一张文凭，没有真才实学的人相比要强得多，如果想要转行，同样也比较容易获得成功。

如今，一些企业已经认识到了推销的重要性，经常会将一些如“是否当过推销员”“绩效如何”等问题当做职工考察里面的一项内容，并将此信息当作职工升职加薪的一个重要指标。美国著名的管理学家彼得·德鲁克曾经预言过，在之后的20年里面，有大约80%的企业在聘请公司经理之类的高级职务的时候，会优先考虑那些曾经当

过推销员的人。

四、推销与营销的关系

1. 营销的定义

企业如何发现和创造价值以满足一定目标市场的需求的行为就是营销。

2. 市场部的职责范围

在一个企业里面，从事推销的部门通常叫做销售部，市场部或企划部等主要是从事营销的部门。以下几项是市场部的职责范围。

(1) 市场调研。包括的内容主要有：行业的整体形势、国家宏观经济形势与发展趋势、本公司产品的市场份额、竞争对手产品的市场份额、本公司的市场形象、竞争对手的市场形象、竞争对手的定价策略等。

(2) 战略定位。本公司根据自己近期的发展目标进而确定公司的目标市场份额，并为了这个目标而确定的价格策略。

(3) 市场推广。包括广告、展览会、推广交流会、客户调查并反馈等。

(4) 工具支持。包括行业经验、公司产品资料、竞争对手的技术资料等。

3. 推销与营销的区别

通俗地讲，想办法将自己的东西卖出去就是推销，而想办法让别人来买你的东西就是市场营销。

有关市场部和销售部的职责分工，有很多企业在实际上并没有分得很清晰。有的公司设立的部门是营销部与销售部；有的公司设立的部门则是策划部、市场推广部和销售部等。从事市场营销工作，要对终端市场的情况有一定程度的了解。因此，如果你想从事市场推广工