

GEN

YUAN YIPING

XUE ZUIQIANG TUIXIAOSHU

跟原一平学最强推销术

高原◎编著

在日本保险业中，他是一个响当当的人物，
被誉为“推销之神”！

光明日报出版社

跟原一平学最强推销术

高原◎编著

光明日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

跟原一平学最强推销术 / 高原编著. — 北京: 光明日报出版社,

2016. 8

ISBN 978-7-5194-1957-8

I. ①跟… II. ①高… III. ①推销—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 228154 号

跟原一平学最强推销术

编著: 高原

责任编辑: 靳鹤琼 策 划: 未来趋势文化传媒 (北京) 股份公司

封面设计: 鼎央阁 责任校对: 傅泉泽

责任印制: 曹诤

出版发行: 光明日报出版社

地址: 北京市东城区珠市口东大街 5 号, 100062

电话: 010-67078245, 67078270 (发行), 67019571 (邮购)

传真: 010-67078227, 67078255

网址: <http://book.gmw.cn>

E-mail: gmcbs@gmw.cn

法律顾问: 德恒律师事务所龚柳方律师

印 刷: 三河市明华印务有限公司

装 订: 三河市明华印务有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 620×889 1/16

字 数: 204 千字 印 张: 15.75

版 次: 2016 年 10 月第 1 版 印 次: 2016 年 10 月第 1 次印刷

书 号: 978-7-5194-1957-8

定 价: 49.80 元

版权所有 翻印必究

前言

在日本保险业，他是一个响当当的人物。近百万的日本寿险从业人员中，也许会有人不知道十大寿险公司老总的名字，但绝对没有人不认识原一平。

原一平的一生充满着传奇色彩。1904年出生于日本长野县的他，长大后身高只有1.5米，被人们称之为“矮冬瓜”。同时顽皮狂野的性格也被乡里认为是不可救药的小太保。当他刚刚加入日本明治保险公司时，常常穷得连坐公车的钱都没有。形象差，起点低，圈子窄、积蓄少……种种不利的因素紧紧地包围着原一平，让他举步维艰。这个矮个子穷小子，以他坚韧的毅力和命运作艰苦卓绝的斗争。

推销之路孤寂而又漫长，遭受的白眼和冷遇都远远超过其他行业。然而，独一无二的原一平，却用辛勤的汗水和独特的方法跨过了这条路上的荆棘。为了争取更多的工作时间，他早上一边穿衣服，一边让妻子将紫菜包裹的饭团喂到自己口中，以节省吃饭的时间。为了不放过任何一个准客户，他曾经在长达近4年的时间里，登门拜访70次都失败而归的情况下，在第71次拿到了保单。

在36岁时，原一平摘得日本保险冠军的桂冠，并荣升为世界百万

圆桌会议协会成员。更令人仰视的是：从45岁开始，他连续15年荣登推销业绩全国第一宝座，创下世界推销最高纪录20年未被打破。这位日本历史上最为杰出的保险推销员简直就不是“人”，而是“神”——被业界尊称为“推销之神”。

“推销之神”已名声赫赫、收入丰厚，但是他从来没有停止过自己的疯狂推销。他总是睡得晚、起得早。他的太太曾关爱地埋怨他说：“以我们现在的储蓄已够终生享用，不愁吃穿，何必每日再这样劳累地工作呢？”原一平回答道：“这不是不愁吃穿的问题，而是我心中有一团火在燃烧着，是这一团永不服输的火在身体内作怪的缘故。”

内心的火一旦点燃，就能烧毁一切不利的因素。这个执着于推销的狂热分子，会时常对着镜子苦练微笑，并将微笑分为38种！曾经在约见一个思想顽固的客户时，他竟然动用了足足30种微笑，才终于打动这位客户。

原一平的成功营销理念和实践已成为企业培训管理者、公关人员、寿险营销人员的生动教材。为此，我们编写了《跟原一平学最强推销术》一书，让推销之神给你的推销生涯拉响鸣笛。此书的内容涵盖了原一平从心态、修养到与客户打交道、缔约方法等，相信能给广大读者带来全新的启示。

目录

第一章 疯狂治身之术，激发潜能	1
推销员的“五张脸谱”	3
哲理透视的玄机	6
修行自身，原一平的批评会	8
在自信的光环下造就奇迹	10
与情绪挥手告别	12
不该遗忘的自省	14
时刻检讨自己	15
疯狂自省术：雇用别人调查自己	17
价值百万的微笑	19
用勤奋赢得精彩人生	23
顶尖推销员拥有的五种爱	24
第二章 人际战术，助你搬走路边的石头	27
有人脉才能赚大钱	29
推销新人如何建立人际关系网	32

闻其声，辨其人，识其心.....	34
墙头草，随风倒——见什么人说什么话.....	35
远离“独行侠”，建立良好客户关系.....	37
站在对方的立场上思考.....	39
“菜鸟”推销员的成功术.....	41
以“礼”洗心法.....	43
“擒贼先擒王”的战术.....	44
用人际关系助力推销.....	46
推销的“为人”三境界.....	48

第三章 追踪之术，接近客户的要诀..... 53

发现“新市场”.....	55
巧设“礼物陷阱”迷乱客户.....	57
现场表演吸引百万客户.....	59
找准客户的好奇心对症下药.....	61
名片与广告的妙用.....	63
寻找准客户的五大方法.....	66
开发新客户需要注意的问题.....	68
初见面的七秒钟决定你的生死.....	69
“一来就走”的绝招.....	72
采用“以退为进”的战术.....	74
“打一巴掌，给个甜枣”.....	75
“地毯”式追踪术.....	77

第四章 人性之术，了解不同类型的客户 79

刁蛮型客户.....	81
贪小便宜类型的客户.....	82
理智型客户.....	84
标新立异型客户.....	85
少言寡语型客户.....	87
专家型客户.....	89
关系型客户.....	91
吝啬型客户.....	92
独断专行型客户.....	94
孩子气型客户.....	96

第五章 用嘴疯狂赚钱的推销之术 99

用声音征服客户.....	101
好的开场白是成功的一半.....	104
一句幽默话，化开三九冰.....	106
用赞美之话笼络客户的心.....	107
用激将法刺激客户.....	109
关键时刻需要闭上嘴巴.....	111
自言自语话推销.....	113
巧妙的长话短说.....	115
花言巧语促成交.....	117
推销人员说话十大类禁忌.....	118

第六章 电话之术，千里“姻缘”一线牵 123

胆大者的电话推销.....	125
电话推销的秘诀.....	128
电话预约三部曲.....	129
预约中遇到的问题.....	131
电话中的艺术之音.....	132
预约日期怎么定.....	134
巧妙地越过接线人.....	136
拨打陌生拜访电话的话术技巧.....	138
透过电话“看见”对方.....	140
电话邀约的三大心态.....	141

第七章 再访之术，收复潜在客户的心 145

再次拜访的技巧.....	147
体验姓名的魅力.....	149
将上座让给客户.....	150
形象是一张有效的通行证.....	152
寻找客户的软肋.....	153
再次访谈中的最后期限.....	156
面对客户最好的五大提问技巧.....	157
用“非语言信息”使客户卸下防备.....	159

第八章 谈判之术，最赚钱的商业策略 163

谈判的基本功.....	165
-------------	-----

推销员如何与客户提价钱.....	167
谈判：问出对手的底牌.....	168
谈判者要学会拒绝的艺术.....	170
让步后，马上要求回报.....	172
结束讨价还价的绝招——反悔.....	175
心理平衡——价格谈判的关键.....	176
讨价还价的技巧.....	178
推销员成功谈判五绝招.....	184
借助上级领导的威望谈判.....	186

第九章 降龙之术，成功签约总动员..... 189

围魏救赵之术.....	191
暗度陈仓之术.....	192
步步紧逼之术.....	194
请君入瓮之术.....	196
偷梁换柱之术.....	197
巧用“习惯”之术.....	198
理论说明之术.....	200
成交的目的与时机.....	202
签约时的注意事项.....	203

第十章 服务再服务，给成功加点料..... 209

口碑推销，让你的产品靓起来.....	211
在老客户那里掘金.....	212
情感推销，成功的战略.....	215

为客户服务的三要诀.....	216
培养客户的忠诚度.....	218
无条件为客户提供售后服务.....	220
留住客户的四种有效方法.....	221
用服务跟进销量.....	223

第十一章 走一条自己的路，不虚此生..... 227

不可救药的“小太保”.....	229
永不服输的“矮冬瓜”.....	230
蜗居于公园之中.....	232
为复仇不畏心酸.....	233
沉浸在“名牌西服”中.....	234
从乞丐到天王的蜕变.....	235
凡事追求完美.....	236
家庭中的后备力量.....	237
时刻不忘给自己“充电”.....	239
有成功理当回报.....	240

第一章

疯狂治身之术，激发潜能

每年都有大批的新人加入推销员的行列。他们希望通过自己的努力，在推销行业获得人生事业的成功，但是成功的人却是少数，这是为什么呢？

“推销之神”原一平在几十年的保险推销生涯中，有很多成败得失的体会。或许，在他那里你会领悟出成就一番事业的真谛。

推销员的“五张脸谱”

推销大师原一平认为每个人都可能成为一名成功的业务人员，但是每个人的销售潜质和资源都是不同的。为此，推销员必须真正了解自己之后，才能根据自己的资源来重新为自己定位。失去定位，就没有方向，一切也将无从谈起。

为了让更多的推销员从容解决在推销中遇到的问题，我们针对不同的推销员总结出五张“脸谱”，也就是五种类型。推销员可对号入座，找到属于自己的脸谱，为自己在重新定位的过程找到依据。

1. 欺骗型

欺骗型主要特征是缺乏吃苦耐劳精神，自以为是，喜欢在工作中弄虚作假，欺骗公司和客户。

由于某公司推出了一个新品牌，派推销员小李去开拓云南省市场。他出差回来说昆明有个大客户非常有意向，差不多要签合同了，只是这个月资金周转有点紧，大概过个把月就打款进货。

过段时间领导跟进此事，他马上给所谓的潜在客户打电话，而

且煞有介事的一聊就是半个小时，然后非常坚定的回复领导：15天客户立即打款。领导一旦施压，他便说还要10天左右，尽量争取本周内叫客户打款等等。

最后实在无法拖了，便很无奈地告诉领导，该客户突然发生了什么事情，现在暂时不接新牌子了，要到明年再合作了。所以只有再考虑其他的客户，我这里还有几个不错的客户，虽然实力相对小一点，但是在昆明也是有头有脸的，我接触过两次对方也很有意向，我马上联系一下看看。诸如此类等等。眼看这种伎俩无法再奏效，便换个公司，工作方式如法炮制。

此种推销员喜欢用形容词，喜欢给注重业绩的领导设计“画饼充饥”的小游戏，而且在每个公司都是“混”3个月或者半年的时间。属于混混推销中的典型代表，在业绩方面常常是一无是处。很多新人或者企业的新员工，在工作一段时间之后，当业务能力或者业绩无法进行有效突破时，在公司推销任务的高压下，也很容易沦为这种类型。

为此，原一平大师劝诫那些刚刚进入推销行业的新人，要成为一名有抱负的年轻人，千万不要在遇见什么挫折或者困难时，便钻“牛角尖”，走上一条永远没有成功和成就可言的不归之路。

2. 普通型

普通型主要的特征是思维和做事方式比较常规，循规蹈矩，容易受书本的知识结构限制。即使在工作中有创意，也算不上什么创意，但是善于学习和借鉴别人的成功经验。

这种推销员只能用于开发“粗线条”的销售网络以及客户维护，对于执行深度或者系统的营销政策是不利的。如果勉强为之的话，往往容易被执行过程中出现的一些事务所困扰，甚至迷失执行的方向。

为此，此类推销员要想获得成功就要为自己制订一个升级的计划。应该多多参考一些有价值的成功案例、手段等实战知识、技能。多接触一些较为优秀的推销员，定期进行交流，以获得一些深度操作手法。

3. 执着型

执着型的推销员脚踏实地，有一股不屈不挠的“牛劲”。缺点是不善于讲究方法和技巧，业务效率低。

公司委任王帅负责四川省市场。他每次出差都会脚踏实地地去走访市场和寻找客户，虽然成功率低，但还是获得了一定的业绩。遗憾的是，由于开发市场的方式太缺乏灵活性，所以整体业绩还是远远落于人后。

为此，原一平推销中认为，要成为一名合格的业务人员，光有毅力是不够的，还需要掌握一些业务实战方面的技巧。

4. 投机型

投机型的推销员主要特征是典型的机会主义者，具有善于观察事物和把握机会的能力，能够大胆设想、审时度势的达成销售目的。

很多优秀的推销员都有一定的思想力和执行力，工作独立性强，善于自主灵活的拆分公司的经销政策，以利于市场的开发。但喜欢急功近利或者过于投机，容易导致市场工作遗留很多“后遗症”。

他们有业绩时会容易自满，有时也会利用机会故意要挟自己的领导。甚至会自负地以为可以自立门户。实则不然，业务能力强并不等于领导以及战略管理能力强。

为此，推销员在取得业绩时要虚心，以免被一些缺乏远见的管理者误以为你故意为难、要挟领导，而找理由开掉你。但是，此类推销员善于琢磨谈判对象的心理状态，并能迅速调整谈判策略，因此谈判的成功率很高。

5. 资源整合型

资源整合型的推销员主要特征是不拘一格，能够大胆创意，有效策划，并善于整合各方资源和利益，达成一种受到参与各方认同的“共赢”局面。特别是对于竞争越来越激烈的今天，这种推销人员容易为企业开创一种“长治久安”的区域市场环境。

其善于创造全新的需求和有利的销售环境，善于策划具有正面轰动效应的公关事件，善于把握问题的核心并制定巧妙的政策，让参与各方都成为事件的忠实执行者和拥护者。

对于此类推销员，主要在管理和领导方面有很大的发展空间，特别是在这些方面的工作实践。相信不久，便是一个不可多得的业务领导者。

所以，现实中推销员有5张不同的“脸谱”，也是推销员了解自己的一面镜子。只有了解了自己，才知道自己的位置以及应该如何成长。

哲理透视的玄机

有一天，原一平来到东京日本桥小传马町一个名字叫“村云别院”的寺庙，出于职业敏感，他步入寺内打算向寺内主持推销保险。就是这一举动，使他巧遇老和尚，从而影响了人的一生。那一年原一平27岁，是他刚进入明治保险公司那一年。

“村云别院”的主持是吉田胜逞和尚，是位得道高僧。

“请问有人在吗？”原一平问道。

“哪一位？”

“我是明治保险公司的原一平。”

原一平被带进庙内，与寺庙的主持吉田和尚相对而坐。面对眼