

精英·精进
系列丛书

The Art Of Selling 推销的艺术

如何让顾客从拒绝到掏钱购买

崔小西◎著



全新
升级版

让每一次推销都能成交

条理清晰、步骤明确的**推销实战经验**
方法全面、技巧独到的**绝对成交秘诀**

 **江西美术出版社**
JIANGXI FINE ARTS PUBLISHING HOUSE

The Art Of Selling 推销的艺术

崔小西◎著

推销的艺术 / 崔小西著. — 南昌: 江西美术出版社, 2017.5

ISBN 978-7-5480-4259-4

I. ①推… II. ①崔… III. ①推销-通俗读物 IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 033784 号

出品人: 汤 华

企 划: 江西美术出版社北京分社 (北京江美长风文化传播有限公司)

策 划: 北京兴盛乐书刊发行有限责任公司

责任编辑: 王国栋 陈 东 陈漫兮 楚天顺

版式设计: 阎万霞

责任印制: 谭 勋

推销的艺术

作 者: 崔小西

出 版: 江西美术出版社

社 址: 南昌市子安路 66 号江美大厦

网 址: <http://www.jxfinearts.com>

电子信箱: jxms@jxfinearts.com

电 话: 010-82293750 0791-86566124

邮 编: 330025

经 销: 全国新华书店

印 刷: 廊坊市华北石油华星印务有限公司

版 次: 2017 年 5 月第 1 版

印 次: 2017 年 5 月第 1 次印刷

开 本: 880mm × 1280mm 1/32

印 张: 7

I S B N: 978-7-5480-4259-4

定 价: 26.80 元

本书由江西美术出版社出版。未经出版者书面许可, 不得以任何方式抄袭、或节录本书的任何部分。

版权所有, 侵权必究

本书法律顾问: 江西豫章律师事务所 晏辉律师

推销是一门艺术，其最高境界是“在任何时间任何地点将任何产品推销给任何人”。

组织、事业和个人的成败，都离不开推销能力和掌握推销能力的人。

总统候选人为了赢得选票，要把自己的施政纲领推销给选民；创业者为了赢得投资，要把自己的财富故事推销给风险投资家；企业为了赢得市场的青睐，要把自己的产品推销给消费者；男人为了赢得女人的芳心，要把自己的魅力和风度推销给心仪的对象……

人与人之间、人与社会之间，接受与拒绝、认可与反对、吸引与排斥、选择与放弃的背后，无一不是与推销的成败有着千丝万缕的关系。

掌握了推销的艺术后，你想认识谁，就能认识谁；你想说服谁，就能说服谁；你想和谁做生意，就能和谁做生意……这本《推销的艺术》将让你领略其中的奥秘，不信你可以先阅读下面两个案例。

案例一：如何成为比尔·盖茨的女婿？

一天，父亲对儿子说“儿子，你已经长大了，该娶媳妇了。我给你找个老婆吧。”儿子说：“我不要。”父亲又说：“可她是比尔·盖茨的女儿”。儿子听了说：“好吧。”



第二天，这位父亲找到了比尔·盖茨并对他说：“尊敬的比尔·盖茨先生，我给你找了位女婿。”

比尔·盖茨说：“想做我女婿的不胜枚举呢。我不需要。”父亲说：“可这个人是世界银行的副总裁呢！”比尔·盖茨听后说：“那好吧。”

又过了一天，这位父亲又去找世界银行总裁说：“尊敬的总裁，我给您找了位副总裁。”银行总裁说：“我们这里已经这么多银行副总裁，没有必要再多招一个了。”父亲说：“可我为您找的这个人就是比尔·盖茨的女婿呢！”

银行总裁听了后想了想，能做比尔·盖茨的女婿一定很有能力，于是同意了这位父亲的要求。

于是，这位穷父亲的儿子既顺利地做了比尔·盖茨的女婿也当上了世界银行副总裁！

案例二：如何把斧子推销给布什总统？

布鲁金斯学会创建于1927年，以培养世界上杰出的推销员著称于世。它有一个传统，在每期学员毕业时，都会设计一道能够体现推销员实力的实习题，让学生去完成。克林顿当政期间，他们出了这么一个题目：请把一条三角裤推销给现任总统。八年间，有无数个学员为此绞尽脑汁，最后都无功而返。克林顿卸任后，布鲁金斯学会把题目改成：请将一把斧子推销给小布什总统。

在众多学员中，乔治·赫伯特做到了！一位记者在采访他的时候，他是这样说的：我认为，把一把斧子推销给小布什总统是完全可能的。因为小布什总统在得克萨斯州有一座农场，那里长着许多树。于是我给他写了一封信。信中说，有一次我有幸参观您的农场，发现那里长着许多矢菊树，有些已经死掉，木质已变得松软。我想，您一定需要一把小斧头，但是从您现在的体质来看，这种小斧头显然太



轻，因此您仍然需要一把不甚锋利的老斧头。现在我这儿正好有一把这样的斧头，正是我祖父留给我的，很适合砍伐枯树。倘若您有兴趣的话，请按这封信所留的信箱，给予回复……然后他就给我汇来了15美元。

原来这样也可以啊？是的，原来这样也可以！上面两个案例，是不是让你的脑洞大开呢？而在《推销的艺术》中，类似这样的案例和故事，随处可见，每一则都蕴含着精妙的哲理，每一则都体现着高超的智慧，可以事半功倍地提升你的推销能力。

此外，书中还列出了推销员实战中常见的错误及解决方案，以便各位推销员朋友解决实际问题，帮助他们及时弥补业务上的不足，提高专业能力。这给以推销为职业的人，提供了反省的镜子和成功的指南。

建议在你的枕边和书包里，放着这本《推销的艺术》，它会在你需要的时候随时指导你，给你鼓励和正确的指引，帮助你签下一张张“人生的订单”，成为出类拔萃的人！

第1章 推销员的专业素质与能力

- 坚定的推销信念 / 002
- 积极的推销心态 / 005
- 正面的推销思考 / 007
- 亲切的推销仪表 / 009
- 得体的推销礼节 / 012
- 专业的推销素养 / 015
- 推销员的自我管理 / 017

第2章 开发新客户：理念、思路、法则

- 开发新客户应有的理念 / 024
- 开发新客户的一般思路 / 026
- 记住：新客户就在你身边 / 029
- 开发新客户的18种方法 / 031

第3章 初访三部曲：接近、邀约、拜访

- 接近客户的三个目标 / 038
- 从“共同的话题”开始 / 039
- “产品吸引法”接近客户 / 040
- 利用客户的好奇心 / 043
- 利用问题接近客户 / 044
- 利用特长接近客户 / 046
- 与客户邀约的五个步骤 / 048
- 如何用电话约见客户 / 049
- 约见客户的注意事项 / 053
- 熟记顾客的姓名 / 055
- 言谈举止关系到拜访的成败 / 057



从初访到再访的技巧 / 058

第4章 洽谈三部曲：倾听、提问、答复

推销洽谈的4个基本任务 / 062

推销洽谈的4个成功原则 / 063

对推销的商品要了如指掌 / 066

推销洽谈中的倾听技巧 / 069

推销洽谈中的提问技巧 / 074

推销面谈中的答复技巧 / 076

介绍商品的3种方法 / 077

洽谈中的产品演示法 / 080

洽谈中的文字演示法 / 081

洽谈中的证明演示法 / 082

第5章 成交三部曲：拒绝、说服、签约

成交从拒绝开始 / 086

设法不使客户拒绝 / 090

聪明捕捉拒绝的信号 / 093

聪明应对客户的借口 / 100

聪明处理客户的异议 / 111

促成缔结的技巧 / 119

判断签约的时机 / 130

商谈签约的要领 / 131

要避免犯的成交错误 / 134

避免和应对客户的反悔 / 136

第6章 售后服务三部曲：保持、善待、珍惜

售后服务：无声的推销员 / 140

“保持”比“发掘”更重要 / 141

经常访问客户 / 143



周到的服务可以减少双方的损失 / 145

正确对待客户的牢骚 / 148

关心、帮助你的客户 / 149

与客户保持密切联系 / 151

珍惜你的老客户 / 153

第7章 向女性推销的艺术

对待女性客户的基本法则 / 158

不要对女性使用艰难的说明 / 161

忍受女性客户的怨言 / 162

利用女性的特点进行推销 / 164

出售梦想与喜悦 / 166

跳入对方的心中 / 168

对女性说些与众不同的赞美词 / 170

以感动的心情来听女性客户说话 / 172

营造挡不住的气氛 / 175

一网打尽女性客户 / 176

利用视觉刺激进行推销 / 178

利用女性做免费宣传 / 179

如何向阔太太推销 / 180

说服母亲先要说服孩子 / 182

第8章 实战进阶：38个推销错误与解决之道

没有办法突破秘书的障碍 / 186

空有信心也是无用的 / 186

躺在过去的成绩上 / 187

只做容易成功的小生意 / 188

不了解客户的预算 / 189

电话留言不一定有用 / 189

忘记开发新客户 / 190



- 没有接受有效的训练 / 191
- 找准客户的上司，要小心 / 192
- 害怕成功率很小的电话推销 / 192
- 约见的错误 / 193
- 花太多的时间整理内容 / 194
- 攻击自己的对手 / 194
- 滥谈政治话题 / 195
- 不要骄傲 / 196
- 对个别的客户提供超出限度的服务 / 196
- 乱找失败的借口 / 197
- 埋怨同事 / 198
- 忽视第一印象的作用 / 198
- 攻击性太强 / 199
- 轻易和客户争辩 / 200
- 开口就说错话 / 201
- 只重视价格 / 201
- 从自己的角度出发 / 202
- 说得太多 / 203
- 自以为已经成交 / 204
- 忽略客户的太太 / 204
- 不理客户的内部工作程序 / 205
- 不理解客户心里的话 / 206
- 亲切变成了轻视 / 207
- 你听过“墨菲定律”吗 / 207
- 见面不能集中精力 / 208
- 不理解下一步做什么 / 209
- 展示不够专业水准 / 209
- 信口雌黄会破坏生意 / 210
- 回避“刺头”客户 / 211
- 不能充分讨论的说话方式 / 211
- 太差的记忆力 / 212

第 1 章

推销员的专业素质与能力

推销人员的基本能力是指推销人员在日常工作中从事推销活动所运用的专门技巧和基本能力。

一名优秀的推销员需要具备出色的口才、一流的实战经验和独到的成交技巧，才能在推销工作中无往不胜。





坚定的推销信念

许多刚入行的推销员总爱问：“要怎样做才能推销成功？”
“要怎样做才能成为一位成功的推销员？”大家都期盼着有人能给他们一个速成的秘方。

秘方在哪里呢？其实秘方就在你的心中。就如同任何一位获得成功的人，在他的内心都存在着一个坚定不移的信念：我行！这个信念让他克服横阻在前面的障碍和困难，这个信念让他打败其他的对手。

有这样一个故事。一位记者曾访问一位退休的美式足球教练，问道：“创造奇迹式的胜利的秘诀在哪里？”他回答：“我们的球队如同其他球队一样都有最杰出的选手，面对这些一流的选手，我还能教他们什么技巧呢？他们对美式足球的技巧与认识，绝不会比我少一分，我懂得的也绝不会比他们多一分，我能做的唯一的事情，就是让我的球队在迎战对手前的一分钟，将战斗意志达到沸腾状态。”

这个创造美式足球奇迹的秘诀，不在知识，也不在技巧，它存在于每一位选手的内心，这股心灵的力量，才是创造奇迹的关键点。

信念不是一种知识，不是一种理论，也不是一时的狂热，它是慢慢形成的。信念是依据过去的经验逐一证实的想法，这个想法被证实的次数愈多，信念就愈坚定。

有太多的推销员，接受正规的推销训练后都充满着要一展身手的欲念，很遗憾的是半数以上的推销员经过一个月，有的甚至尝到一两



个星期的实地推销的“闭门羹”后，沮丧就会挂上他们的脸庞，意志也变得相当脆弱，训练时的雄心壮志及对成为一流推销员的憧憬似乎破灭了。

因此，渴望成功的推销员，一定要记住下面这段话：“推销和其他任何伟大的工作一样，在你尝到甜美果实，享受所得与荣耀前，路途上有许多挫折与困难需要你克服，能够伴随你克服艰辛疲惫的利器就是你自己推销工作上所秉持的信念。课堂上虽然有一些成功专业推销员将他们的成功信念写出来提供给你，但在你没有亲自逐步实践、验证前，这些信念终究仅停留在‘知’的阶段，你仍然无法拥有支持你成为一流专业推销员的成功秘诀——信念。因此，从现在这一时刻起，你就必须建立你自己的信念，这就是你成为杰出推销人才的秘诀。”

如何培养你推销的心灵力量呢？心灵的力量来自你的信念。要想成为一位专业推销员，你必须建立下面的信念：

1. 确信你的工作对客户有贡献。

化妆品的企业主相信他能带给人们美丽的希望，从而建立全球性的企业。IBM相信他对客户的贡献在于替客户解决问题，因而IBM能成为世界上最大的资讯处理公司。

成为专业推销员的第一个信念就是确信你能提供给客户有意义的贡献，若你心中没有这个信念，你是无法成为一流推销员的。

2. 关心你的客户。

你的第二个信念是要真心诚意地关心你的客户。关心是赢得客户信赖的销匙，信赖有如冬天里的暖流，烈日中的清风，能扫除人与人之间的隔阂。信赖在推销过程中是最珍贵的触媒。有了它，客户不再对你设下防备的栅栏；有了它，客户能坦诚地向你诉说他真正的期望。

3. 积极与热诚。

你的第三个信念是：“只要你做一天的推销员，积极与热诚就是

你的本能。”本能是一种自然的反应，是不打折扣的，是不需要理由的。一位成功的推销员一旦失去了积极与热诚，就有如艺术家失去了灵感，有如发电机失去了动力，你还能打开客户闭塞的心扉吗？

积极与热诚是会传递的。你不但能将积极、热诚传递给你的客户，而且能将你此刻的积极与热诚传递给下一刻的你。因此，每天早上起来的第一件事——“告诉自己：积极、热诚”。

4. 驱策自己的意志力。

推销员也是凡人，你很难要求一个长时间暴露在被客户拒绝的环境中的推销员一直维持高昂的意志力，但是这种意志力必须支持他完成“最低的目标”。

什么是“最低的目标”呢？这里所谓最低目标是指推销员要能达到3成以上的业绩是由他的客户介绍而来的，那么到底他要花多长的时间才能达到这个目标呢？每一个行业不同，但是任何行业都是一样的，你握有的客户数愈多，你的推销工作就有如倒吃甘蔗。因此，作为一位专业的推销员，你第一个意志力的考验就是不管多么的艰辛，你一定要有坚定的信念达成这里所指的最低目标。

意志力的第二个挑战是你必须驱策自己确实地执行你每日的推销计划，不管你每天计划要做多少新客户（new call）拜访、拜访几位准客户、打几通预约电话，都绝不可替自己找理由拖延每天该执行的计划，因为专业与非专业的差别就在于每天的计划执行得是否彻底。

5. 尊重你的客户。

尊重客户的最基本点是任何时刻对客户一定要诚实，绝不可欺骗、敷衍你的客户。客户的“挑剔”，就是你的改善点，你要虚心诚意地接受，并尽最大的努力改善。

尊重你的客户，你就要增进自己的专业知识，给客户提最好的建议；尊重你的客户，你就要站在客户的利益点为客户考虑；尊重你



的客户，你就不能为了自己的利益给客户带来任何困扰；尊重你的客户，你就要让你的客户每花一分钱都能获得相应的价值。

伟大的推销员具有三种特质：信念、爱心、技巧。注意，技巧排在第三，因为信念和爱心是法，技巧是术，法总是大于术的。唯有坚定的信念，才能助你踏平推销路上的坎坷，直至摘取最后的成功果实。

积极的推销心态

对于成功的愿望和企图心永远是一个成功的推销员所必备的条件。一个成功的推销员对于自己所销售的产品具有无比的动力和热忱，他想要成为顶尖的人物，他有强烈的成功欲望，他绝对不会允许任何事情阻碍他达成目标。

在推销界中，因具有积极心态而成功的人数不胜数，克里曼特·斯通就是一例。

克里曼特·斯通，出生于美国一个并不富裕的家庭。他16岁时便开始帮母亲推销保险，获得意想不到的成功——他最终成为美国联合保险公司的总裁。如今，斯通对个人成功历程加以总结，创造了一套“积极的心态”的理论，这套理论使成千上万人从中受益。

按照母亲的指点，16岁的斯通来到一幢办公楼前。但从何开始呢？怎样推销呢？他不知道，徘徊了一阵后，他有些害怕了，想打退堂鼓，毕竟他还是一个未成年的孩子。回忆这一段经历时，斯通说：“我站在那幢大楼外的人行道上，不知道自己该怎样去做，更不知道自己能不能把保单推销出去……我一面发抖，一面默默地对自己说：‘当你尝试去做一件对自己只有益处而无任何伤害的事时，就应该勇敢一些，而且应该立即行动。’”



于是斯通毅然走进了大楼。他想，如果被踢出来，就再一次壮着胆进去，决不退缩。在这一间办公室遭到拒绝，他便毫不犹豫地去敲下一间办公室的门，不断地劝说人们买他的保险。

斯通几乎跑遍了整个办公楼内的办公室，终于有两位职员向他买了保险。这是他在推销保险方面迈出的重要的一步，同时，他还学到了该怎样去克服心理障碍并向陌生人推销的方法。

从第一天的推销中，他发现了一个秘诀，就是当自己被一间办公室拒绝的人而出来后应立刻冲进另一间办公室，这样做是不给自己时间犹豫，从而可以克服自己的畏惧感。对此，他说：“一位成功的推销员，应该具备一股鞭策自己、鼓励自己的内动力。只有这样，才能在大多数人因胆怯而裹足不前的情况下，或者在许多人根本不敢参加的情况下大胆向前，向推销的高境界推进。正是这种推销员，凭着高度的乐观、自信和上进心，凭着鞭策鼓励自己的内动力，总能克服害怕遭人白眼和被拒绝的‘心魔’，勇敢地去向每一个他可能遇到的陌生人推销自己的商品。”

随着推销业绩的不断高涨，斯通对自己做了一个全面的分析。他发现，正是因为自己有了“积极的心态”，才获得了如此巨大的成功。

那么怎么才能培养“积极的心态”呢？斯通说：“最好的办法是从工作中寻求满足。”他又说：“也许工作并不那么容易，那么你应该多做调整来配合自己的个性和能力，使自己快乐。这种方式可使自己的态度由消极变积极。”

如果一个人始终保持积极的心态，养成“立刻行动”的习惯，那么他就会在处理事务时从潜意识里得到行动的指令，将想法付诸行动，从而迈向成功。



正面的推销思考

正面思考不是所谓的理性思考或者识时务的嘴上说说而已。有口无心地说一下“好，从现在起我会想法积极些”，这样根本毫无用处。

正如所有技能无不经学习而掌握，潜意识也要经过无数次的反复示意（如对心理做建设、构思图像等）才能修炼成功。换言之，经过不断的重复作用，自我肯定与说服人的力量才能滋长。因为不断重复地肯定乐观思想，会把潜意识中长期以来的消极想法消除，能让人对你产生信任感，有说服力，能赢得人心。

以下就是一些有关正面思考的建议，希望你能记住并运用它们：

（1）世界上充斥着神经机能衰弱者和胆怯的人！唯有你能往好处想，并借助精神上的能量达到健康与圆满！

（2）积极的人不谈恐惧与烦恼，只谈人生目标、梦想与希望。

（3）绝不钻死胡同，因为一定有活路；能往好处想的人，才找得到出路。

（4）积极的人绝不持反对态度，他一定是赞同的。

（5）了解自己“要什么”和“为什么要”，因此每一刻都是有意义的。

（6）能坚持目标的人，才能达到目标。

（7）目标图像构筑得越明确，就越能早日实现。建构目标并不断重复，就会理想成真。

（8）如果化决心为意念，相信“我能行”，潜意识就会自动帮忙。

（9）不相信偶然，要知道自己才是成功的创造动力。

（10）对别人越有益，对你而言成就越大。然而，为自己做得越多，日后才能为别人做得更多！