



高效推销技巧

崭新理念与实用技巧
推销实务与案例

顶尖 推销



肖胜萍◎主编

推销不只是靠能力,更重要的是方法

本书重点除了当代推销的理念与原理,以及独到精辟的剖析之外,同时辅以颇富启发性的推销实务与案例,是理论与实践兼顾的一本推销技巧范本。

DINGJIAN TUIXIAOSHU

★ ★ ★ ★ ★
高效推销技巧

顶尖 术 推销



肖胜萍◎主编

推销不只是靠能力,更重要的是方法

DINGJIAN TUIXIAOSHU

中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

顶尖推销术/肖胜萍主编.

—北京:中国纺织出版社,2011.1

ISBN 978-7-5064-6964-7

I. ①顶… II. ①肖… III. ①推销-方法

IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第208900号

责任编辑:王学军

责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

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

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京振兴源印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2011年1月第2版第3次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:21

字数:315千字 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



走进推销新时代

(序)

这是一个推销的时代。

我们几乎没有一天不在推销,只是推销的目的各不相同罢了,有的人是在推销有形的商品,有的人是在推销无形的服务,有的人是在推销新奇的创意和策划,有些人则是在推销自己……

可以这么说,只要存在竞争,并且需要将“产品”推向市场,就需要推销。

今天的推销人员,和以往在街头叫卖的游商小贩迥然不同,和那些闯入民居强买强卖的“推销者”也不可同日而语。今天的推销员,不仅在生产厂商和消费者之间起着沟通者的作用,为买卖双方作出了很大的贡献,并且对整个经济的发展也有着不可磨灭的功绩。专业推销员不仅是备受敬重的一种工作,也是当今最时髦、最受欢迎的职业之一。每年都有成千上万的人投入推销行列,每年都有许多优秀推销员晋升为高层管理者。在美国就曾经以“你希望和从事什么职业的人缔结良缘”为题,征询适婚女性的意见,结果荣登榜首的就是推销员,可见推销工作令人倾慕的程度。

然而,做一个成功的推销员并非易事。它要求推销员除了必须具有高超的应变能力之外,还要熟练各种推销技巧。一个推销员要创造高人一等的业绩与丰厚的收入,其惟一的秘诀就是:训练、再训练、不断地训练。因为推销员最可贵的是要不断演练、检讨、改进,熟能生巧之后才能称其为“术”。正如我们虽然可以从书本上学到百米赛跑、撑竿跳高、打保龄球以及各式游泳的方法要领,如果没有亲自去体验、练习、训练,仍然是纸上谈兵,无济于事。无论我们所推销的是什么,都会深深感到推销工作的变化无穷,而且具有高度的领先性。一位顾客赞赏不已的推销方法,可能是另一位顾客极力排斥的原因;成功促成一位顾客购买的推销技巧,不见得就能顺利打动其他顾客的心。这就需要推销工作者的头脑必须敏捷清醒,视推销对象和场所的不同,随机应变,而且要恰到好处。推销之

难就难在于此,当代推销员所要把握的主要关键也在于此。

本书重点介绍、分析和讲解了当今各种成功的推销术,尤其是在寻找客户、预先接近准客户、推销说明与演示、促成交易等技巧的掌握和运用等章节,按照推销过程的每一个步骤,循序渐进,做深入且详尽的论述。除了当代推销的理念与原理,以及独到精辟的剖析之外,同时辅以颇富启发性的推销实务与案例,是理论与实践兼顾的一本推销技巧范本。书在再版时,吸取了更多推销领域的崭新理念与实用技巧,更是当今我国的推销人员所应学习和掌握的。全书内容丰富,资料新颖,值得广大的企业管理人和推销员一读再读的好书。

千高原



目录

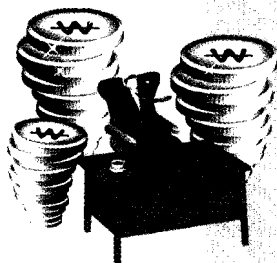
CONTENTS



第一章 DINGJIAN TUIXIAOSHU

不打无准备之仗

确切地说,推销高手是在制作一出戏,目的只有一个:当幕布合上时,自己是舞台上接受如潮掌声的人。这种剧目演出的舞台可能是某个专门场地,也可能是走唱式的。不管是什么舞台,推销员一定都要事先作好精心的准备,才能得到想要的结果。



- 1 / 选对池塘钓大鱼
- 2 / 了解区域内行业状况
- 2 / 了解区域内客户对商品的使用状况
- 3 / 要做行家,不做门外汉
- 3 / 精通商品知识
- 5 / 把握诉求要点
- 6 / 制订推销计划
- 6 / 计划的制订与原则
- 7 / 计划表
- 10 / 把自己推销给客户
- 11 / 你的穿着打扮
- 12 / 有“礼”走遍天下
- 17 / 出门前先检查自己的“装备”
- 18 / 检查的 15 项内容
- 18 / 让检查成为习惯



第二章 DINGJIAN TUIXIAOSHU

如何接近你的推销对象

爱她,首先要接近她——这是恋爱法则中的第一条。其中的道理虽简单,但何时、何地、用何种方式去接近,却是讲究颇多。对于推销员来说,接近推销对象的难度,丝毫不亚于一场马拉松恋爱中的追逐,需要无比的精心、苦心与耐心。

- 19 / 你的一万推销大军
- 20 / 直接邮件对谁都有效
- 20 / 每个人都在做
- 21 / 推销信
- 24 / 宣传小册子、折价券与电子邮件
- 25 / 如何回应准客户的来函
- 26 / 你的飞行计划
- 26 / 千里“姻缘”一线牵
- 27 / 电话预约三部曲
- 29 / 电话预约的问题
- 29 / 说话的艺术很重要
- 30 / 注意自己的音质
- 31 / 让客户有亲切感
- 32 / 透过电话“看见”对方
- 32 / 不愉快的沉默
- 32 / 预约日期怎么定
- 34 / 清除对立,化解拒绝
- 35 / 直接登门拜访
- 36 / 克服怯场心理



- 37 / 选好拜访时间
- 38 / 坚持“扫楼”原则
- 39 / 用笑容铺平道路
- 42 / 用赞美架通桥梁
- 46 / 记住并说出对方的名字
- 46 / 注意客户的情绪
- 47 / 引起客户注意的方法
- 51 / 不同对象的访问方法
- 58 / 全面评价准客户



第三章 DINGJIAN TUIXIAOSHU 面谈的技巧

推销的过程,一环扣一环,而面谈是其中重要、困难与微妙的一环。在面谈的过程中,客户“买”与“不买”已到了决定时刻。一个专业的推销高手,能通过面谈将客户的“不买”改变成为“买”;而一个蹩脚的推销员,只会令原本打算“买”的客户掉头而去。

- 62 / 语言
- 62 / 口头语言
- 67 / 肢体语言
- 76 / 询问
- 77 / 状况询问、问题询问与暗示询问
- 78 / 开放式提问与封闭式提问
- 80 / 不恰当的提问
- 80 / 倾听
- 81 / 积极倾听的原则



- 82 / 培养积极倾听的方法
- 83 / **商品说明**
- 84 / 找出客户最关心的利益点
- 86 / 眼观四路,耳听八方
- 88 / 养成 JEB 商品说明习惯
- 90 / 将商品特性转换成利益
- 92 / 成功的商品说明范例
- 95 / **商品展示**
- 95 / 展示的含义
- 96 / 展示说明的注意点
- 97 / 准备展示讲稿
- 98 / 把握展示大方向
- 100 / 通过证据说服客户
- 101 / 展示讲稿范例
- 103 / 样品有助于推销
- 103 / **不同类型客户的应对方法**
- 104 / 以个性划分
- 110 / 以年龄划分
- 112 / 以职业划分
- 118 / **不同商品的推销方法**
- 118 / 书籍
- 119 / 玩具
- 121 / 服装
- 123 / 钟表
- 125 / 办公设备
- 126 / 家用电器





- 127 / 汽车
- 128 / 物流服务
- 130 / 建筑材料
- 132 / 药品
- 133 / 耐用消费品



第四章 DINGJIAN TUIXIAOSHU

成功跨越异议的河

这是一条河,横亘在推销员面前的一条河。这条河的名字叫异议。对于推销员来说,几乎每一个客户都会有或多或少的异议——除非客户压根就没有半点购买意愿。异议的河,有的看似激流,实则只有脚背深;有的看似平缓,实则水深千尺……推销员只有成功跨越异议的河,才能领略到河那边的美妙风景。

- 136 / 客户异议的类型
- 136 / 自我异议
- 136 / 价格异议
- 139 / 商品异议
- 139 / 服务异议
- 140 / 货源异议
- 140 / 购买时间异议
- 141 / 异议产生的原因
- 141 / 客户原因
- 142 / 推销员原因
- 143 / 处理异议的总策略
- 143 / 正确对待



- 143 / 避免争论
- 145 / 避开枝节
- 145 / 选准时机
- 146 / 有效的异议处理方法
- 146 / 忽视法
- 147 / 补偿法
- 147 / 太极法
- 148 / 针锋相对法
- 149 / 以退为进法
- 150 / 询问法
- 152 / 深度解读客户不购买的原因
- 153 / 让我再考虑一下
- 154 / 不需要、用不着
- 156 / 没钱、买不起、没预算
- 157 / 客户的抱怨



第五章 DINGJIAN TUIXIAOSHU

如何再访曾拒绝你的客户

想一出手就将客户搞定？别做梦了！要是这么简单的话，推销员这一职业还有什么存在的价值？推销业界流行一句话：“推销从被拒绝开始。”意思是说：当你被客户拒绝时，并不是推销的结束，而只是推销大幕的正式开启。

- 159 / 再次拜访的技巧
- 159 / 问候函的妙用
- 160 / 下定决心，直接再访



- 160 / 与上司同行
- 161 / 寻找客户的软肋
- 163 / 继续访问的要点
- 166 / 久攻不下怎么办
- 167 / 有必要作选择
- 168 / 建议书是再次访问客户时的帮手
- 168 / 建议书的准备
- 169 / 建议书的撰写
- 170 / 建议书的范例
- 175 / 建议书的范例



第六章 DINGJIAN TUIXIAOSHU 如何使交易成功

每一位推销人员都会认为,客户缔约的那一刹那,是人生中最为美好的时刻。客户在他的订单上签名盖章,推销人员所有的辛苦努力就有了令人欣慰的双重回报:其一,你的专业水平得到了肯定,你又成功地售出了一项好产品,因为你善于引诱别人的兴致,争取他的认同;其二,缔约保障了你的佣金收入。

- 188 / 要求客户缔约
- 188 / 缔约的含义
- 188 / 缔约的作用
- 188 / 缔约的种类
- 189 / 缔约的时机
- 190 / 缔约的准则



- 191 / 缔约时的注意事项
- 196 / 12 条缔约建议
- 196 / **降龙十八掌——成功缔约总动员**
- 197 / 暗渡陈仓法
- 198 / 意向引导法
- 199 / 步步紧逼法
- 201 / 请君入瓮法
- 202 / 理论说明法
- 204 / 围魏救赵法
- 205 / 渐进追问法
- 206 / 施压法
- 206 / 冷处理法
- 208 / 选择法
- 208 / 利诱法
- 209 / 几率法
- 209 / 巧用习惯法
- 210 / 滚雪球法
- 211 / 变换语气法
- 212 / 温柔一刀法
- 212 / 偷梁换柱法
- 213 / 独孤求败法
- 213 / 讨价还价
- 214 / 迂迴式交易
- 221 / 将小额订单变为大额订单





第七章 DINGJIAN TUIXIAOSHU 成交不是一夜激情

正如一首乐曲,前奏固然动听,过程也是高潮迭起,但唯有结尾与之呼应,才能称得上一场成功的演奏。在一个专业的推销员眼里,成交不是一夜激情,成交是他与客户N次亲密接触的开始。

- 223 / 无条件为客户提供售后服务
- 223 / 成交不是推销的终局
- 225 / 最诚信的服务
- 225 / 增加亲密感的服务
- 226 / 永远的服务
- 227 / 永远不会在沙漠中渴死的方法
- 228 / 建立客户推介系统
- 232 / 争取流失的客户“回笼”
- 238 / 留住客户的10种方法
- 238 / 诱人的异业结合
- 239 / 放长线钓大鱼
- 242 / 组成利益共同体
- 243 / 保障与保证的策略
- 245 / 全面回馈抓紧客户
- 248 / 特别的爱给特别的你
- 249 / 化繁为简的手续流程
- 251 / 主动出击走向客户
- 252 / 满足客户需求
- 254 / 当个客户服务冠军





第八章 DINGJIAN TUIXIAOSHU 推销的误区

以铜为鉴，可以正衣冠；以史为鉴，可以知兴替；以人为鉴，可以明得失。作为推销员，你的镜子（鉴）又在哪儿呢？都说不第二次掉入同一个陷阱的人是聪明人，但更聪明的人能够事先从他人掉入陷阱的事例中反省自己，提高警惕——他们连第一次掉入陷阱的过程都省了。

- 257 / 祸从口出
- 257 / 污言秽语型
- 258 / 滔滔不绝型
- 259 / 信口开河型
- 260 / 措辞不当型
- 262 / 喜好争辩型
- 263 / 画蛇添足型
- 264 / 吝于赞美型
- 266 / 心理因素
- 266 / 轻言放弃型
- 269 / 负面心态型
- 270 / 预设立场型
- 271 / 行为因素
- 271 / 迟到大王型
- 272 / 恶习不改型
- 274 / 找错对象型
- 276 / 磨磨蹭蹭型
- 277 / 毫无目标型
- 278 / 江湖小贩型





- 279 / 因小失大型
- 279 / 无动于衷型
- 280 / 缺乏耐性型
- 281 / 自以为是型
- 283 / 过度膨胀型
- 283 / 心浮气躁型
- 285 / 天马行空型
- 286 / 避重就轻型
- 287 / 强销产品型
- 288 / 漠视名片型
- 289 / 性格懒惰型
- 290 / 贸然离去型
- 291 / 理所当然型
- 292 / 卑躬屈膝型
- 293 / 穿着不当型
- 294 / 酷哥型
- 295 / 盲流型



第九章 DINGJIAN TUIXIAOSHU

做一个专业推销高手

推销魅力不是江湖术士般的招摇撞骗,而是一种坚实沉稳的内在品牌,无论是对自我、对客户,还是专业本身,都要有一种明确理智的态度。

- 297 / 传说中的推销高手
- 297 / 推销高手的过人之处



- 298 / 推销高手的内心世界
- 299 / 推销高手的行事作风
- 299 / 推销高手的思考方式
- 302 / 推销高手的物质观
- 302 / **推销高手的必备条件**
- 302 / 激发别人兴致的能力
- 303 / 杰出的社交沟通能力
- 304 / 表演的天分
- 305 / **通往推销高手的路**
- 305 / 认识你自己
- 308 / 管理好自己
- 317 / 培养第二天性

