

The classical Marketing



最经典的推销 智慧全集

本书将帮助你掌握卓有成效的推销技巧

让你成为推销世界的王者，同时也教给你人生的道理。

成 巍◎编著

{ 找到自己的价值，获得人生的快乐 }

从推销中获得财富

ZUIJINGDIANDE
TUIXIAOZHUI

 吉林大学出版社

The classical
Marketing

最经典的推销 智慧全集

图书在版编目(CIP)数据

最经典的推销智慧全集/成 巍编著. —长春: 吉林大学出版社, 2010. 12

ISBN 978-7-5601-6542-4

I. ①最... II. ①成... III. ①推销—通俗读物 IV.
①F713.3—49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 202921 号

书 名: 最经典的推销智慧全集

作 者: 成 巍

责任编辑: 王世林

责任校对: 王世林

封面设计: 创品牌

出版发行: 吉林大学出版社

社 址: 长春市明德路 421 号

邮 编: 130021

发行部电话: 0431-88499826

网 址: <http://www.jlup.com.cn>

E-mail: jlup@mail.jlu.edu.cn

印 刷: 北京龙跃印务有限公司

开 本: 710×1000 毫米 1/16

印 张: 22

字 数: 250 千字

版 次: 2010 年 12 月 第 1 版 第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5601-6542-4

定 价: 35.00 元

版权所有 翻印必究

前言

有人说，在推销的世界里只有两种人存在，一种是强者，一种是弱者。强者生存，弱者淘汰，这既是生物世界的不二法则，同时也是推销世界的永恒真理。

确实，推销这个工作，进门容易生存难，绝大多数的公司、企业对推销员实行的都是多劳多得，少劳少得，不劳就不得的工资制度。如果你没有学会相应的推销技能，就很难完成公司的考核；如果你没有销售业绩，拿不到佣金不说，离被辞退恐怕也就不远了！

那么，究竟怎样才能更好地做好推销工作呢？方法很简单，那就是全面提升你的推销智慧。

本书能教给你成为一名优秀推销员的全套本领，例如：怎样开发客户资源、怎样应对拒绝、怎样搞好售后服务，等等。它可以让你掌握卓有成效的推销技巧，也教给你人生的道理。本书不但可以使你具备过硬的业务素质，还能让你把推销当成一种享受，不但从推销中获得财富，还能找到自己的价值，获得人生的快乐。

现实的世界风起云涌，推销的王国波谲诡异，唯有那些掌握各种实用推销能力的人才能在各种残酷的现实之中脱颖而出，笑傲群雄，成就自己的推销事业，建立自己的卓越功勋。如果你也想提升自己的推销能力，成为推销世界的王者，那就从阅读本书开始吧！

目 录

第一章	先推销自己，再推销产品	(1)
第二章	端正推销心态	(43)
第三章	正确把握客户心理	(89)
第四章	锤炼推销语言	(119)
第五章	掌握必要的推销实战技巧	(164)
第六章	妥善应对客户异议与拒绝	(252)
第七章	养成良好的推销习惯	(287)
第八章	推销员必备的自我训练技巧	(322)
附录：	世界著名推销员的经典语录	(345)



第一章 先推销自己，再推销产品

坚守底线，正直为人

为了利益，一些人不择手段，到头来其实失去的比得到的要多，特别是失去大家的信任。所以，无论做什么事，一定要坚守自己的底线，做正直的人。

在一个人的推销生涯中，正直更是不可或缺的品格。不要以为推销就是骗人，如果没有正直的品格，你就不会得到人们的信任，也就无法实现你的推销。

在英语中，“正直”一词的基本词义指的是完整。在数字中，整数的概念表示一个数不能被分开。同样，一个正直的人也不能把自己分成两半，他不会心口不一，想一套，说一套——因为实际上他不可能撒谎；他也不会表里不一，怎么说就怎么干——这样他才不会违背自己的原则。我坚信，正是由于没有内心的矛盾，才给了一个人充沛的精力和清晰的头脑，他必然获得成功。

正直的人，实际上意味着他有某种内在原则。几个例子可以说明正直意味着高标准地要求自己——许多年前，一位作家在一次投资中，损失了一大笔财产，趋于破产。他打算用他所赚取的每一分钱来还债。三年后，他仍在为此目标而不懈地努力。为了帮助他，一家报纸组织了一次募捐，许多要人都慷慨解囊，这是一个诱惑——接受这笔捐款将意味着结束这种折磨人的负债生活。然而，作家却拒绝了。他把这些钱退还给了捐助人。几个月之后，他的一本新书问世，并随之轰动一时，他偿付了所有剩余的债务。这位作家就是马克·吐温。

正直意味着有高度的名誉感——提醒你，这里指的不是声誉，而是名誉。弗





兰克·劳埃德·赖特曾经在美国建筑学院的演讲中这样说：“这种名誉感指的是什么呢？那好，什么是一块砖头的名誉感呢？那就是一块实实在在的砖头；什么是一块板材的名誉呢？那就是一块地地道道的、名副其实的板材；什么是人的名誉呢？这就是要做一个正直的人。”弗兰克·劳埃德·赖特恰恰如此，他不愧为一个忠实于自己做人标准的人。

正直意味着具有道德感并且遵从自己的良知。马丁·路德在他被判死刑的城市里，对着他的敌人说：“去做任何违背良知的事，既谈不上安全稳妥，也谈不上谨慎明智。我坚持自己的立场；上帝会帮助我，我不能做其他的选择。”

正直意味着有勇气坚持自己的信念，这一点包括有能力去坚持你认为是正确的东西，在需要的时候义无反顾，并能公开反对你确认是错误的东西。在一所大医院的手术室里，一位年轻的护士第一次担任责任护士。“大夫，你取出了11块纱布，”她对外科大夫说，“我们准备的是12块。”

“我已经都取出来了，”医生断言道，“我们现在就开始缝合伤口。”

“不行”，护士抗议说，“我们准备了12块，现在有一块都没了。”

“由我负责好了！”外科大夫严厉地说，“缝合。”

“你不能这样做！”护士激烈地喊道，“你要为病人想想！”

大夫微微一笑，举起他的手让护士看了看这第12块纱布：“你是合格的护士。”他在考验她是否正直——而她具备了这一点。

正直意味着坚持对的原则。从某种意义上说，这是正直的核心，没有谁能迫使你按高标准要求自己，也没有谁能强迫你献身。同样，没有谁能勉强你服从自己的良知。然而，不管怎样，一位正直的人是会做到这些的。

这一点很难做到吗？的确很难。这就是为什么真正正直的人是难能可贵的、值得钦佩的，但是从根本上说，正直所具有的无与伦比的价值，是值得人们为此而努力的。下面这些品质就是正直带给你的。

勇敢：正直使人具备了冒险的勇气和力量，他们欢迎生活的挑战，绝不会苟且偷安，畏缩不前。一个正直的人是有把握、并能相信自己的——因为他没有理由不信任自己。

坚定不移：正直经常表现为坚持不懈、一心一意地追求自己的目标，拒绝放



弃自己努力的坚韧不拔的精神。“我们决不屈服！决不，决不，决不！无论事物的大小巨细——永远不要屈从，唯有屈从于对荣誉和良知的信念。”温斯顿·丘吉尔是这样说的，也是这样做的。

心地坦然：我注意到，正直的人都是抗震的，他们似乎有一种内在的平静，使他们能够经受住挫折甚至是不公平的待遇。哈利·爱默森·福斯迪克曾讲过亚伯拉罕·林肯在1858年参加参议院竞选活动时，他的朋友警告他不要发表某一次演讲时，当时林肯答道：“如果命里注定我会因为这次讲话而落选的话，那么就让我伴随着真理落选吧！”他是坦然的。他确实落了选，但是两年之后，他就任了美国的总统。

正直还会给一个人带来许多好处：友谊、信任、钦佩和尊重。人类之所以充满希望，其原因之一就在于人们似乎对正直具有一种近于本能的识别能力——而且不可抗拒地被它所吸引。

怎样才能做一个正直的人呢？没有现成答案。但至少要在小事上做到完全诚实。当你不便于讲真话的时候，不要编造小小的谎言，不要去重复那些不真实的流言蜚语，不要把个人的电话费用记在办公室的账上等。

这些戒律听起来可能是微不足道的，但是当你真正在寻求正直并且开始发现它的时候，它本身所具有的力量就会令你折服。最终，你会明白，几乎任何一件有价值的事，都包含有它自身的不容违背的正直的内涵。

这就是万无一失成功的秘方吗？是的。它之所以是百灵百验的，正是因为它与人的声望、金钱、权力以及任何世俗的衡量标准毫不相干——如果你追求它并已发现了它的真谛，你就一定是一个成功者。

提升个人魅力

推销高手在接触顾客的时候，寥寥数语或是一个微笑就能使他融入顾客群。这就是推销高手的个人魅力。让顾客放松戒备，并不是说几句动听听话那么简单。只有长期与顾客打交道，积累丰富的经验，并在工作中体现出来，这才是一个人的个人魅力。所以，如果你是新手，一定要多去接触顾客，积累经验，这样才能



提升你的个人魅力。

股票经纪人李先生几乎全是通过电话来做推销生意。他相信一个人的自我形象是成功的一个重要因素，特别是在电话推销方面。他说他看到在培训中，推销员都是在做同样的电话推销，然而一段时间之后，那些志在必得的推销员就在成交数额上大大超过了那些形象不佳的同行。“这就叫有什么样的形象，就有什么样的结果，”有人解释说，“如果你把自己看作重要人物，别人也会那么看。”

他指出许多顶尖的推销员说话都带口音，声音沙哑，而且有时还会发错音，尽管如此，这些自我形象颇佳的推销员始终能够比那些缺乏自尊自重形象的同行卖出更多的产品。“总而言之，你对自己的态度将决定在电话的另一端，顾客能否对你形成积极的良好印象。”有人说，“在当面会谈中，如果你衣着华贵，外形出众，或许能给人一种重要人士的感觉。但在电话里，顾客并没有机会见到你，他只能通过你的言谈勾画出你的形象。你怎么看自己，他们往往也会那么看你。你在他们心中的形象却又常常与实际的你差得老远！譬如说，你只是通过电话认识了某个人，等有一天两人碰面的时候，你会大吃一惊：‘这人怎么跟我想象的不一样呢？他应该更老、更高或更胖一些才对呀！’他的衣着打扮可能也出乎你的意料。这时候，你往往会觉得在电话里得出的形象是错的，但是，我们所看见的也许只是一种假象，而电话形象却是真的——它更准确地代表了一个人的本质。我们都知道，外表可能带有欺骗性。”

另外，推销员的肢体语言和面部表情也代表了他们的自身形象。一个形象欠佳的推销员有可能拖拖沓沓地跨进顾客的办公室。每个人的自我形象都能通过言谈举止、音容笑貌表现出来。所以，即使你自己没想到要向顾客传达这些信号，但你在不知不觉中已经做了。

当生意进展缓慢，你自己情绪低落的时候，建议你给熟悉的几位客户打电话随便聊一聊，但是要有目的地去做这件事。也许你可以为他们提供一些有用的最新信息或者只是问一问他们对你的服务质量有什么看法，然后就让他们讲，你只管洗耳恭听。吸收一些好的建议，或许你会增强信心，产生积极的自我形象。你这样做，说不定还有意外的收获——这些老主顾表示再给你一份订单或者愿意把你推荐给别人。所以，当你处在低谷的时候，没有什么比提高你的自我形象更重

要的了。

所谓魅力，只有得到周围人们的承认才可称为魅力，作为推销员的魅力，可以说最重要的是要被顾客承认。在推销过程中，只能通过短时间的接触和谈话来取得对方的好感。在此前提下，评价一个推销员是否专业，他的语言艺术便是极为重要的评价标准。

因此，关于推销员的语言艺术，应该认识到下面几个问题：

(1) 顾客从你对他所关心和感兴趣的事物所表现出的共鸣上，感觉到你的魅力并产生好感。

(2) 对推销员而言，所要争取的顾客的职业、兴趣、年龄、人生观、性格等千差万别，所以，他们关心和感兴趣的事情当然也需多种多样。

(3) 谈话的内容，与其求深，不如求甚广。

S君和T君两人都是公司有成绩的推销员。T君浑身上下带着乡土气息，是个朴实的人，也就是说他有一种使顾客不抱有戒备而十分放心的气质。与此相比，S君是一个典型的城市青年，他强有力的武器就是他能进行话题广泛的谈话。

一天，S君说：“经理，某先生说，马上就要签订合同了，请您去作决定。”

“呀，我这次倒要领教一下你的本领了。”经理向他开玩笑地说，便来到顾客的家中。

在顾客家中，经理感到十分惊讶，S君正与主人热火朝天地谈飞碟射击。S君作为经理的部下已将近两年，在这期间，关于飞碟射击的议论，一次也没听他说过。一直认为他对飞碟射击不感兴趣。事后，经理问他：“怎么不知道你对飞碟射击如此感兴趣？”

“一次，我到他家拜访，看到枪架上挂着的枪和刻上他名字的射击纪念杯，回去马上准备的呀。”尽管那些推销成绩不良的同事经常背后议论S君，说：“他是嘴上功夫，现学现卖，都是杂志上的肤浅知识……”但S君却把T君等人落得远远的，成绩超群。

推销员的魅力之一便是能够自如地就各种话题与顾客交谈，对于这一点，推销员应通过大量阅读，广泛涉猎来实现。



真诚是推销的第一步

真诚是推销的第一步。简单地说，真诚意味着你必须重视客户，相信自己产品的质量。如果你做不到，建议你最好从事别的职业，或者去推销你信得过的产品。

真诚、老实是绝对必要的。千万别说谎，即使只说了一次，也可能使你信誉扫地。如果你自始至终保持真诚的话，成交大概没有问题。正如《伊索寓言》的作者所说：“一个经常说谎的人，即使你说真话，人们也不会相信。”

还有一点很关键——不要轻易许诺。如果你的计算机系统需要三个月才能安装完毕，那你就不要仅仅为了拿到订单而谎称四个星期就够了。这种无法兑现的承诺常常会搅得你坐立不安，所以最好对你的客户实话实说。

真诚的另一个表现是不要虚假的恭维。赞美别人固然好，但过分赞美只能适得其反，别人不仅不会相信你，还会把你一眼看透！不管你说的奉承话多么娓娓动听，别人也能意识到你的虚伪，因为他们比你想象的要聪明得多！记住，客户本来就可能心存戒心，所以千万不要加重他们的疑虑与反感，不要忘了你首要的任务是去推销产品。客户的时间是宝贵的，他不会有兴趣听那些离谱的恭维话，因为他与你见面的目的是谈生意，是看你能够为他提供什么样的服务。

有的时候，就是最专业的推销员也不可能回答客户所有的问题。遇到这种情形，你可以直率地说：“对不起，我现在还无法回答您，但我回去后会马上查找答案，很快就给您回电话。”记住，要是你总是这样解释，那就说明你并没有准备充分。不过，这种坦率的回答倒是体现了你的诚恳，总比说假话，敷衍客户好得多。

要是时间允许的话，你最好立刻就着手查找答案。比如，当客户问起你不熟悉的汽车挡速时，你可以说：“咱们现在就去请教专家。”然后，你把他带到一位汽车技师那儿去，让他当面提出问题并得到答案。

这里提供两条建议能使你第一面就给人留下真诚的印象：第一，决不要戴太阳镜。老实说，就算你是站在沙漠的中央向人推销土地，你也必须用眼睛和客户直接交流，而太阳墨镜显然做不到这一点。第二，当你和客户说话的时候，你一



定要正视对方的眼睛，而当你聆听的时候，你也得看着对方的嘴唇。否则，客户会把你的心不在焉理解为你不诚实。有许多人，他们因为羞怯而不敢直视别人的眼睛，但是客户们绝不会相信一个推销员会害羞。因此，鼓励你努力学会眼神交流法，不管它有多么难。

同样重要的是，你得注意态度要真诚而不贪婪。要是赚得太狠，客户就不会愿意与你再度合作。贪婪很可能毁掉你的信誉，使你失去更多的客户。你需要的是长期的、多次的合作，而合作只有在双方都感到满意的时候才称得上是好的合作。

为了你的声誉，你最好别去欺骗他人，因为被骗的人会把你告诉另一个人，而另一个也会转告其他人，失去一桩生意并不意味着你只失去了一位客户。千万别因为一次交易的微薄利益得罪客户而失去大量潜在的客户。当你予人好处的时候，影响就会像滚雪球一样越来越大，你的钱包自然就会渐渐鼓起来，而声誉也会相应得到提高。

推销之本——守信

时间是宝贵的，而奉为上帝的顾客、尤其是巨富老板的时间更是宝贵的。因此，与他们约见一定要准时，说几点到就几点到，绝对不可以爽约。只有准时、守信，才会在顾客心中树立正面形象，而这对你产品的推销是至关重要的。

1. 信用乃推销之生命

信用是推销事业的生命。信用有小信用和大信用，大信用虽然重要，却是由许多小信用累积而成。有时候，守了一辈子信用，只因失去一个小信用而使唾手可得的生意泡汤，好比柱子被白蚁蛀坏而使整个房子倒塌一样。推销高手们是最讲信用的，有一说一、实事求是，言必信、行必果，对顾客以信用为先，以品行为本，使顾客信赖，使用户放心地同你做买卖。

2. 守时才有信用

不管是约会时间、交货时间还是完工时间，一定要守时。不守时就没有任何信用可讲，这对推销工作非常重要。



B君推销超级市场里摆的环保冷冻橱窗。有家商店要改装，想购买这种冷冻橱窗，B君便与店主约好时间面谈。不料一见面，店主却冷若冰霜，几乎置之不理。

“你这人真不守信，说好要来却不来，差点耽误了我开店。我等了三天你都没来，我就向别家公司订货了。”

原来在电话里约定时间时，B君把“一号”听成“七号”，一字之差，却谬以千里，失去推销的良机。

要做到守时、守信，应注意以下三点：

(1) 说好了几月几日后，最好再确认一下是星期几，以避免不必要的误会。

(2) 要与对方约定好是几时几分，上午或下午，否则对方早晨在等你，你却下午才去，误会的结果可能会把事情搞砸了。

(3) 约定地点一定要说清楚，否则同样是车站，对方在东站等你，你却在西站等他，等到天黑也见不到面。那还能做成买卖吗？

按约定时间赴约，还应遵守一个原则，就是提前几分钟到，宁可自己等人也不能让对方等你。提前赴约的意义，不仅是使自己有充分准备，不致见面时慌慌张张，万一中途出了点情况，也能有充裕的时间解决问题，不致迟到。

迟到的歉疚会使你与对方一见面就屈居劣势，甚至会受到埋怨，因此无论如何不要迟到。遇到特殊事，万不得已非迟到不可，应先打电话给对方说明理由，这比迟到后再道歉容易得到对方谅解。

有位推销人员偶尔会耍点小花招，就是故意迟到几分钟。先打电话给对方：“实在对不起，我因公司推销太忙，恐怕要迟到5分钟，请原谅。”于是正好迟了5分钟到达，一分也不差。对方信以为真，“真是个守信的人，连迟到5分钟都要打电话……”因而加深了良好的印象，为下一步开展推销工作铺开了道路。

用真心打动顾客

马特是一名出色的股票经纪人，他向许多有钱的大客户推销股票。他不仅是个股票专家，还是个一流的股票推销员。



一次，马特想向一位大富翁推销股票，此人是美国中西部煤矿公司的老板。可是，马特调查到，这位富翁对股票向来是采取拒绝态度。他只对债券感兴趣，其名下有几千万美元的债券，但对于其他的投资方式，却从来没有任何兴趣。马特不愿失去这个大客户，于是决定想方设法说服大富翁，让他投资经营股票。

这天，马特给大富翁打了一个电话。在电话中，马特简单地介绍了一下自己，然后单刀直入问大富翁有没有股票投资的意向。

正如马特所料，富翁开口便说：“抱歉，我只对证券投资有兴趣，如果你不是为此而来，那就没有继续谈下去的必要了。”

马特正想解释，富翁又说：“目前我已经有了自己固定的经纪人，他在证券方面是个行家，同时也是我忠实的朋友，我们合作得很愉快。所以，马特先生，我是不会考虑找第二个经纪人的，希望你明白。”

“先生，您的意思我明白。其实就算您同意与我合作证券方面的生意，我也是心有余而力不足。我在证券方面并不精通，当然无法跟您的经纪人相比。因此，在我完全清楚了您的意思后，我决定马上打消与您合作的念头。”

富翁没想到马特会这样回答，立刻惊讶地说：“马特先生，你真是个直率的人。我就欣赏你这样的坦率！”

“先生，谢谢您这么说。我只是在讲真话。如果您真的只感兴趣于证券投资，那我们确实不会有机会合作。毕竟我对证券了解不深，也不愿意为您提供二流的服务。”

富翁听完马特的话，哈哈大笑起来，气氛也在无形中缓和了。

接着，富翁居然在电话里和马特侃侃而谈，谈他的煤矿公司的运营状况，言辞间不无自豪和得意。

“那么，除了证券投资以外，您就没有想过其他方面的发展吗？”马特试探性地问富翁。

“当然不是。我也希望自己的事业能够做得更大。其实我有两个梦想，建立煤矿公司只是其中一个。”富翁感慨地说。

“那另一个梦想是什么呢？”

“我想建立一个属于自己的人寿保险公司。”

“是吗？那真是了不起的梦想啊！那您都在这方面做了哪些努力呢？”

“唉，别提了。人寿保险虽然具有很大的潜力，能带给我更多的利益，但是



我却对此一窍不通，不知如何下手呢！”

“这样子呀！”马特立刻抓住机会说，“先生，我想我们还是有机会可以合作的。要是您愿意相信我的话，这件事情我愿意帮您留意一下，看看能不能找到比较成熟的创业机会。”

“真的吗？那太谢谢你了马特先生。不过我还是要提醒你，我要的是人寿保险公司，可不是你那些所谓的股票，请你记住这一点。”

“放心吧，先生。”

“那就拜托你了，马特先生。这还真是一件有趣的事情，我等待你的好消息，再见！”

“再见！”

那天之后，马特便四处奔波，搜集各种信息，打听有没有出售的保险公司。终于，“功夫不负有心人”，马特从一位朋友那里得到一个可靠消息：一家人寿保险公司不愿意与别的公司合并，正打算低价出售。而且最令马特兴奋的是，该公司的股票售价仅是票面价的 50%。

马特立即从中看到了希望，他赶紧对这家人寿保险公司做了全面调查。调查结果的各方面都令马特比较满意，但有一点却让他很沮丧。原来这家公司是一个公众投股的公司。这可有悖富翁的要求。他一再强调自己只投资给私人公司，绝不会去收购股票。

这下马特可犯难了。摆在他面前只有两条路：要么放弃努力，要么说服富翁。当然，不服输的马特最后选择了第二条路。

经过一番精心策划，马特想出了一个妙计。

马特首先寄了封信给富翁，信中还为富翁算了一笔账：创建一个保险公司的最少投入是 2000 万美元。此外，还要设立营销部，聘请管理人员和推销保险公司的业务员；同时还要建立业务管理部；最重要的一点是必须取得从保险评估中心发出的 A++ 等级证书。而这一系列大概要花费 4000 多万美元。他在最后写上自己的建议：“先生，您要有心理准备。这些数据远远不够。您应该知道创办一个新公司具有多大的风险性和多少不可预测的因素。所以，还得准备一些其他的花费。要建立一个新公司就得一切从头开始，的确很困难。”信寄出几天后，马特给富翁打去了电话：

“先生，您收到我的信了吧？”

“是的，我已经仔细看过了。你很负责任，马特先生。”

“那您看过后有什么想法呢？”

富翁的回答中带着些无奈：“你分析得很对，问题不像想象中那么简单。我一下子没了主意，正发愁呢。”

马特知道该是自己出手的时候了，他对富翁说：“不过先生，我倒有个好主意。”

“什么主意？快说来听听。”

“我帮您打听到一家正欲低价出售的纽约人寿保险公司，不过它是一家公众持股的公司……”

马特话还没说完，富翁就生气地打断了他：“我说过，我对股票不感兴趣。不要说了，没戏。”

马特没有被吓住，依然很礼貌地说：“先生，您就看在我为您辛苦奔波的分上，让我把话说完好吗？”

富翁迟疑了一下，忍耐地说：“那好，你说吧。”

“我早已为您算了一笔账：这家人寿保险公司的账面价值是2000万美元，而它在纽约股市上却只以1000万美元售出。如果您在股市上收购了这家公司，就可以省去自创公司要花费的1000万美元，这可不是笔小数目啊。”

富翁没有反应，显然他也在心里算计着。

“重要的是，该公司有现成的由A. M. Bat中心颁发的A++测评证书，还有现成的管理机构和推销队伍。”

富翁依旧没有说话，马特知道他已经不再排斥，因此信心大增。他接着说：“该公司已有100年的历史，是一个全国性的公司。这样，您的员工不用担心会因为是新公司的推销员而被别人拒之千里了。”

马特顿了顿，反问富翁：“先生，您想想。有这么多的有利条件可以现成运用，您又何必多花3倍的钱呢？而且，如果您对它有任何不满意，到时还可以卖出去，还可从中获得高额现金分红呢。”

电话里一直安静的富翁终于说话了：“马特先生，既然你都说到这分上了，我又有什么理由拒绝呢？哈哈哈！”



故事的前前后后似乎有点阴差阳错，事实上却是有它的前因后果。

虽然马特知道富翁不喜好股票投资，但他仍执着地给自己尝试的机会，因为他不想失去这样一个大的潜在客户。于是他开始寻找机会，制造机会。

首先，马特博得了富翁的好感，然后借机建立友好的交情并在交流中寻找可以合作的线索。当富翁坦言自己想要拥有一家保险公司的时候，马特敏锐地意识到自己可能有机会。于是他主动请缨完成这件事情。在帮助富翁找到保险公司之后，马特同时面临了合作的机遇和挑战。为此，他没有泄气，而是想办法磨合这对矛盾。最终，在他的因势利导下，富翁最终妥协，同意收购这家公众控股公司，自然，马特也从中获利。

即使面对的是一桩渺无希望的生意，推销员也要对客户报以真诚的态度，因为真诚最容易打动别人。真诚是推销员的一种重要的品格。只有打动了对方，才会获得继续交流的机会。然后在彼此的交流中，去发现销售的机会。当然，机会不仅需要发现，最重要的是好好把握。马特在这上面就做得很成功。他以一名出色推销员的智慧和职业经验来诱导富翁，最后让他跟着自己的思维走，并心服口服。作为一名推销员，善于因势利导是成功推销的一个重要技巧。

用快乐感染顾客

著名的无线电新闻分析专家——H. V. 卡腾堡曾经告诉卡耐基，他是如何将一件毫无乐趣的工作变得趣味无穷的。

22岁那年，H. V. 卡腾堡曾经在一艘横渡大西洋运牲畜的船上工作，他的主要任务是为这些牲口喂水和饲料。后来，他想周游世界，于是就骑着自行车，独自一个人先游历完了全英国，接着到了法国。不幸的是，在巴黎他的积蓄就花光了，无计可施，他只好将随身携带的照相机当掉，拿着这些钱在巴黎版的《纽约先驱报》上登了一个求职广告，找到了一份推销立体观测镜的差事。

到法国来游玩的卡腾堡并不会讲法语，但推销了一年以后，他居然挣了5000美元的佣金，成了当年法国收入最高的推销员。

卡腾堡是怎样创造这样的奇迹的呢？