

修订版

推销人员职业技能训练手册

“世界上最伟大的推销员”实践版

The First Time Salesman

第一次 推销

热忱、进取、自信、自励、毅力、机智、勇气
积极进取、坚韧不拔、永不服输、合理规划
广结善缘、完美沟通

吴必达/编著

企业管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

第一次推销/吴必达编著. —北京:
企业管理出版社, 2003.3

ISBN 7-80147-863-0

I. 第... II. 吴... III. 推销-方法
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 010863 号

书 名: 第一次推销

作 者: 吴必达

责任编辑: 朱志琼

技术编辑: 华 瑞

书 号: ISBN 7-80147-863-0/F·861

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100044

网 址: <http://www.cec-ceda.org.cn/cbs>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com emph1979@yahoo.com

印 刷: 北京地质印刷厂

经 销: 新华书店

规 格: 850 毫米×1168 毫米 32 开本 12.5 印张 250 千字

版 次: 2004 年 8 月第 2 版 2004 年 8 月第 2 次印刷

定 价: 25.00 元

版板所有 翻印必究·印装有误 负责调换

前 言

在林林总总有关推销的书籍中,既能深入浅出地讲明推销的一般知识、基本规律,又能在推销实践上给读者朋友以具体指导的图书并不多见,因而突出实用性、可操作性是本书的第一个追求。

人生有许多第一次,因其第一次,激情与希冀伴随着迷惘与困惑;因其第一次,成功、失败参半,危险、机遇共存……紧紧围绕这第一次,设身处地地为读者着想,纳百家之言,集腋成裘,采他山之石,用以攻玉,这是本书的第二个追求。

推销是一门技术,也是一门艺术。其最大特点是综合性强,它融合了商业、政治、心理、伦理、公关、传播等各种知识。天下事,皆一理。本书不囿于推销技术的藩篱,试图观一叶而知一秋,以使读者朋友,由此及彼,了解自我,洞悉大千,感悟人生,以健康向上的心态去重塑自我,企划将来……这将是本书的第三个追求。

本书专为即将转行的就业人员及刚从学校毕业正为自己设计职业方向的年轻人编写。它是从事推销工作的启蒙教材,同时对在职的推销员解决工作中的技术难关,提高推销水平,更出色地创造推销业绩有一定的现实指

导意义。

本书在简要介绍推销理论基础的同时,探讨了丰富多彩的推销技巧和制胜奥秘,并且对零售业、房地产、保险等方面的推销实务进行了介绍。

对于第一次做推销的人而言,最重要的是澄清认识、端正心态:推销之途既洒满鲜花,又遍地荆棘。你用心去做,就能鲜花满抱;得过且过,必定颗粒无收。推销靠的是智慧和勤奋。

良好的愿望,毕竟不是结果;好的结果要从你的行动开始。

让我们引用全美成功者协会主席保罗·迈耶的话来概括本书的价值:

遵循书中原则行事的人,不可能遭遇失败;无视这些原则的人,也不可能成就大业。

目 录

第一章 21 世纪的首选职业——推销 …… (1)

◎如果你不甘命运摆布，如果你不拒绝富有，如果你对自己充满信心，你不妨先从推销做起 …… (2)

◇“换个活法儿”——21 世纪人生企划 …… (2)

◇诱人的职业如满天星斗，为何对推销情有独钟
…………… (3)

◇来自国外的资料 …………… (4)

◇原一平的传奇故事 …………… (4)

◎为推销正名 …………… (6)

◇认识的误区 …………… (6)

◇推销的广义与狭义 …………… (7)

◇古老而年轻的职业 …………… (9)

◇从“一文不名”到“百万富翁”的终南捷径
…………… (10)

◇推销业——充满机遇、最富挑战性、最有前途的事业
…………… (11)

小结 …………… (13)

第二章 推销员的必备素质	(15)
◎成功者必备的心理素质	(16)
◇自信	(16)
◇勇气	(18)
◇热情	(20)
◇亲和力	(21)
◇耐力	(23)
◎推销员的礼节要求	(25)
◇打招呼的礼节	(25)
◇握手的礼节	(26)
◇介绍的礼节	(27)
◇使用名片的礼节	(29)
◇吸烟的礼节	(31)
◇约会的礼节	(33)
◇使用电话的礼节	(34)
◇喝饮料的礼节	(34)
◇坐的礼节	(35)
◎推销员的业务能力	(37)
◇洞察力	(37)
◇社交能力	(38)
◇自控能力	(40)
◇应变能力	(41)
◇语言表达能力	(43)
◇组织能力	(44)

◎推销员的业务素质要求	(46)
◇企业知识	(46)
◇产品知识	(47)
◇顾客知识	(49)
◇市场知识	(50)
◎你适合做推销员吗?	(53)

第三章 推销前的必要准备 (57)

◎推销前先推销自己	(58)
◎推销自己的八个方面	(62)
◇仪表	(62)
◇倾听	(65)
◇微笑	(69)
◇赞美	(73)
◇热诚	(78)
◇关心	(81)
◇信赖	(85)
◇牢记人名	(89)
◎推销什么与向谁推销	(93)
◇推销什么	(94)
◇向谁推销	(96)

第四章 争取第一次推销成功..... (101)

◎良好的心理准备	(102)
----------------	-------

◇战胜起跑线上的软弱	(102)
◇克服第一次推销的畏惧心理	(103)
◇不要害怕拒绝	(105)
◎第一次出击	(108)
◇逐门逐户推销	(108)
◇抓住推销对象	(109)
◇了解客户	(111)
◇激发客户需求	(117)
◇盯住幕后人	(122)
◎第一次推销的其他技巧	(123)
◇信守约定	(123)
◇运用医生询问法	(125)
◇与顾客交心	(126)
◇寻找共同语言	(127)
◇在等待过程中准备话题	(129)
◇平等推销	(130)
◇不要急于求成	(132)
◇铺平下次登门的路	(133)

第五章 推销的口才艺术

◎推销的口才艺术	(136)
◇“开门红”推销	(136)
◇现场有谈也有试	(145)
◎面谈中的技巧	(152)

◇建立融洽的面谈气氛	(152)
◇注意倾听	(162)
◇注意察言观色	(168)
◇善于提问	(177)
◇巧妙回答	(186)
◇耐心说服	(194)

第六章 巧用电话做推销 (197)

◎如何用电话联系客户	(198)
◇寻找客户的姓名与地址	(198)
◇激发客户的兴趣	(199)
◇打电话的最佳方式	(201)
◇打电话的最佳时机	(204)
◇打电话的最佳次数	(205)
◇保存记录	(206)
◎如何约见客户	(207)
◇寒暄的正确方式	(207)
◇确保找对人	(209)
◇讨好把关人	(209)
◇如何应对“买主不在”	(211)
◇应付对方的拒绝	(213)
◇用信件铺路	(216)
◎如何在电话里交谈	(217)
◇克服恐惧心理提高听力	(217)

◇巧妙回答问题·····	(220)
◇注意措辞·····	(222)
◇掌握适当的通话时间·····	(223)
◇了解客户的想法·····	(225)
◇听出顾客的弦外之音·····	(226)
◇如何做得更好·····	(228)
◎如何接听电话·····	(229)
◇如何应对顾客“突然来”的电话·····	(229)
◇接听电话的规则·····	(232)
◇电话联系与公共关系·····	(234)
◇防止生意溜掉·····	(236)
◎如何打销售电话·····	(239)
◇敲定订单·····	(239)
◇争取长期生意·····	(240)
◇销售电话不分前后·····	(242)
◇销售电话重建联系·····	(243)
附录：电话推销成功案例·····	(245)
1. 小山与日本电话营销公司·····	(245)
2. 用电话打开帆布的销路·····	(246)

第七章 推销模式 ····· (247)

◎“激发反应式”推销模式·····	(249)
◇“激发反应式”推销术的优点·····	(250)
◇“激发反应式”推销术的缺点·····	(251)

◎ “满足需求式” 推销模式·····	(252)
◇ “满足需求式” 推销术的三个步骤·····	(252)
◇ “满足需求式” 推销术的优点·····	(255)
◇ “满足需求式” 推销术的缺点·····	(256)
◎ “协商型” 推销模式·····	(257)
◎ “系列化” 推销模式·····	(258)
◎ “谈判型” 推销模式·····	(260)
◎ “非操纵型” 推销模式·····	(263)
◎ “研讨会型” 推销模式·····	(264)
◎ “组团型” 推销模式·····	(266)
案例练习·····	(267)

第八章 分行业推销 ····· (269)

◎零售业推销·····	(271)
◇零售业推销中存在的问题·····	(271)
◇零售业的六阶段推销·····	(275)
◇其他推销技术·····	(282)
◎房地产推销·····	(288)
◇房地产推销的策略·····	(288)
◇房地产推销的常用术语·····	(295)
◇常见问题举例·····	(299)
◎保险推销·····	(301)
◇保险推销的程序·····	(301)
◇保险推销的策略·····	(307)

◇原一平的保险推销·····	(310)
----------------	-------

第九章 推销员的自我管理 ····· (319)

◎实行自我管理的四项内容·····	(321)
◇推销区的管理·····	(322)
◇客户的管理·····	(322)
◇推销拜访的管理·····	(323)
◇个人成长的管理·····	(323)
◎设定工作目标·····	(323)
◇设定工作目标的标准·····	(323)
◇设定工作目标的参考资料·····	(326)
◇工作目标的具体化·····	(328)
◎制定管理战略·····	(334)
◇管理战略的种类·····	(334)
◇管理战略的评估·····	(347)

第十章 成功的推销案例 ····· (353)

案例一 “牛仔裤”风靡世界的秘密·····	(355)
案例二 两份内容相反的电报·····	(356)
案例三 “认养”布娃娃的“闹剧”·····	(357)
案例四 奇妙的汽车广告和手表广告·····	(359)
案例五 “欢迎您再来”·····	(360)
案例六 必须为顾客保全面子·····	(361)
案例七 精诚所至，金石为开·····	(363)

案例八 踏进“雷区”	(365)
案例九 以小见大	(368)
案例十 重光武雄“借冕播誉”巧推销	(369)
案例十一 关心客户才能成功	
——迪巴诺推销面包有术	(371)
案例十二 巧会拒绝接见推销员的总经理	(372)
案例十三 不卖打字机，卖办公系统	(373)
案例十四 信守约定	(375)
案例十五 正确处理客户异议	(376)
案例十六 乔·吉拉德注重售后服务	(378)
案例十七 用微笑敲开陌生的门	(379)
小结	(380)

第一章 21 世纪的首选 职业——推销

今天,我开始新的生活。

今天,我要品尝葡萄的美味,还要吞下每一粒成功的种子,让生命在我心里萌芽。

我选择的道路充满机遇,也有辛酸与绝望。失败的小伙伴数不胜数,叠在一起,比金字塔还高。

然而,我不会像他们一样失败,因为我手中持有航海图,可以领我越过汹涌的大海,抵达梦中的彼岸。

(摘自风靡世界的“商业圣经”——《世界上最伟大的推销员》[美]奥格·曼狄诺著)

◎如果你不甘命运摆布,如果你
你不拒绝富有,如果你对自己充
满信心,你不妨先从推销做起

◇“换个活法儿”——21 世纪人生企划

20 世纪刚刚离去,她的气息甚至还氤氲在你的四周。你来不及整理思绪,来不及回味,来不及企划——那个曾在科幻文艺作品里描绘的、梦幻般的新世纪——21 世纪已悄然开始了。

你依然故我。

依然是吃吃睡睡,每天上学、上班、做事……

于是,你开始抱怨,抱怨时运不佳,为什么同样的年龄、同样的学历、同样的资历,成功却总是降临在他人的头上? 我的工资为什么还是三位数? 我××毕业,为什么求职这么难? 为什么要下岗? 为什么商品房价那么高? 为什么别人可以买汽车,而我却要挤公汽? 为什么? 为什么……于是,你开始怀疑:我比别人笨? 我天生不是那块料? 我……

你似乎找到了答案:“命该如此”,“没有好靠山”……

这里,可以告诉你两个事实:其一,你所处的时代,是中国自有文明记载以来,最为开放、平等,给每个人都提

供同等生存、发展机遇的公平竞争的时代。不信，你去翻翻中国历史，去问问上了年纪的人。其二，你与那些你所艳羡的成功者，没有什么不同。论智商，你或许比他们高。“事实上，成功与失败的最大分野，来自不同的习惯。好习惯是开启成功的钥匙，坏习惯则是一扇向失败敞开的门。”（摘自“商业圣经”）

◇诱人的职业如满天星斗，为何对推销情有独钟

诱人的职业如满天繁星，璀璨、耀眼，却不能摘到手；推销是牛奶、面包，营养、必需、实惠；推销是播种，只要耐心耕耘，就一定会有收获；推销是阶梯，虽然每一级都相差无几，但只要一级一级走下去，就一定会有收获；推销是翅膀，一旦羽毛丰满便会直插理想的云端。

面对那么多诱人的职业，为什么要选择做推销员？是的，为什么你一定要做推销员？你可以去当总统、国家主席，因为你可以叱咤风云，实现你的政治抱负；你可以做演员、艺术家，那可以令你享受无数的鲜花和掌声。你可以做企业家、科学家、法官、律师、教师……过着富足而又受人尊敬的生活……

而事实是，你不是总统，不是艺术家，不是企业家，不是……。且不说总统、艺术家毕竟是社会中的少数人；且不说总统、艺术家也不是天生的；我只想说，当你企图设计自己的时候，首先，你要真正了解自己。正确的决策来

源于正确的认识,正确的认识必须是客观的、科学的认识。

◇来自国外的资料

在美国 54 种职业中,推销员的政治地位排在第 11 位,和教授、医生、企业家等量齐观,前后依次排列。从经济收入来看,推销员的收入排在第 6 位,平均每位推销员年薪超过 20 万美元。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,曾经以“你希望和从事什么职业的人结婚”为题,征询适龄女性的意见,结果,荣登榜首的就是推销员。由此可见,专业推销员不仅是备受敬重的工作,也是当今最时髦、最受欢迎的职业。

在日本,每年都要举行优秀推销员的业绩比赛,优胜者有资格加入“百万美元俱乐部”或“绩优俱乐部”。得大奖的超级推销员会名扬四海,荣誉备至。被称为“推销之神”的日本明治保险公司推销员原一平,曾荣获日本政府颁发的“四等旭日小绶勋章”。而当时的日本首相福田赳夫只得到“五等旭日小绶勋章”。

◇原一平的传奇故事

谁是原一平?也许你会问。许多中国人都会问。而这在当代日本是可笑而不可能的问题。作为日本人,不知道原一平就像鲁迅所说,法国人不知拿破仑,美国人不知