

商务社交智慧丛书

SHANGWU SHEJIAO ZHIHUI CONGSHU

诸葛亮计中有借

草船借箭·巧借东风·计借荆州

借脑

经商

生意场上计中有借

JIENAO JINGSHANG

王俊峰 / 主编



得生意场上的**锦囊**

借得一本万利的**妙方** 新生活中有你一份

台海出版社

商务社交智慧丛书
SHANGWU SHEJIAO ZHIHUI CONGSHU

诸葛亮计中计借荆州
草船借箭·巧借东风·计借荆州

借脑

经商

生意场上计中有借 JIENAO JINGSHANG

王俊峰 / 主编



借得生意场上的锦囊

借得一本万利的妙方 新生活中有你一份

台海出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

借脑经商/王俊峰主编. —北京: 台海出版社, 2001.9

(商务社交智慧丛书)

ISBN 7-80141-212-5

I. 借… II. 王… III. 商业经营-基本知识 IV. F713

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 058883 号

台海出版社

社址: 北京景山东街 20 号

邮编: 100009

印刷: 北京洛平印刷厂

经销: 新华书店

开本 850×1168 毫米 1/32 印张 50 字数 1000 千字

版次 2001 年 9 月第 1 版 2001 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 7-80141-212-5/Z·31

印数: 1-5000

全套四册定价 78.00 元

商务社交智慧丛书——

借脑经商

王俊峰 主编

台海出版社

前 言

《三国演义》中有著名的三借，而且都出自诸葛亮之手：一是草船借箭，二是巧借东风，三是计借荆州。

一个“借”字，能发挥出种种的谋略。如：凭借某种机缘摆脱一时的处境，叫“借台阶”；假借由头，假托名目，寻找某种借口，进而巧妙地利用，则名“借题发挥”；借助于外力顺势行事，又名“借水行舟”；借用他人的东西顺便送个人情，喻为“借花献佛”……

那么，何谓“借脑”？脑则指聪明、经验、教训、点子、策略、才能。借脑就是借鉴他人的智慧、经验和才能而成就自己的事业，达到自己的目的。

一个人的智能和阅历是有限的，而人类的智慧是前人一代接一代积累、传承下来的，是前人的结晶，也是后人的宝镜。对着镜子办事，当然要比摸着石子过河要轻松得多，可靠得多。所以，古有“借鉴”一词，一直沿用至今。

前人的智慧、他人的经验，即使是敌人、对手的谋术，只要于我有利，都是可以借鉴的，而且人人都可借鉴。由于借的人不同，借的方法各异，其效果自然千差万别。本套丛书展示了一系列借的方法，借的形式，借的谋术和策略，做为一种新的尝试，奉献给读者，以便互相借鉴。借，是你中有我，我中有你，希望我们也能借到诸君的“智脑”和“慧脑”。

目 录

借脑 1——笑口常开

这是笑借，俗话说，“伸手不打笑脸人”，笑一笑，生意便来了。

- 人无笑脸莫开店 (1)
- 用微笑迎接顾客 (3)
- 微笑代表友善和谦卑 (4)
- 笑容满面地说“您早” (5)
- 别板着一张苦瓜脸 (7)
- 举手不打笑脸人 (8)
- 幽默感容易促成推销 (9)

借脑 2——投机取巧

这是巧借，抓住了商机，生意自然好做了。

- 发现人家没有发现的机会 (12)
- 从平常的事物中看出机会 (13)
- 人们普遍的心理中藏着机会 (15)
- 用流动的眼光审视机会 (16)

借脑经商

- 在事物的联系中寻找机会 (17)
- 在大量的信息中捕捉机会 (19)
- 先于别人利用机会 (20)
- 从反面来开发机会 (22)

借脑 3——心理催眠

这是暗借，所谓酒席上生意好谈便是这

种借法。

- 纠缠不放，让顾客产生同情的心理 (24)
- 向女性推销，一定要强调命运 (25)
- 运用心理战术需要注意的细节 (26)
- 给对方一个选择的范围 (29)
- 改变商品的价格单位 (30)
- 推销时应该问：“你一定很喜欢，是吧？” (31)
- 对待犹豫的顾客：创造紧迫感 (34)

借脑 4——和气生财

这是明借，平心气和地借，故不言借，

自然会有生意可谈了。

- 礼貌待客要从平时做起 (36)
- 最后加上一句赞美的话 (38)
- 让顾客带着满意的心情离去 (40)
- 永远保持热情的态度 (41)
- 有礼貌地打招呼 (43)
- 越有成就的人越和气地待客 (44)
- 向对方明确自己的社会位置 (46)
- 生意上，礼节性的规矩不可省略 (48)

经商的理念——和气、真诚、实在 (49)

借脑 5——算人在先

这是计借，计谋、庙算深的人，生意总能先人一步。

- 提前几分钟搭车的启示 (52)
- 走在别人的前头 (54)
- 抢先处理好顾客的反意见 (55)
- 进步越快的行业竞争越激烈 (56)
- 反过来指责消费者的错误 (58)
- 对自己率先开发的技术要充满自信 (59)
- 选择对方感兴趣的话题为推销突破口 (62)
- 上门推销，说好第一句话很重要 (63)
- 堵住顾客的退路 (65)
- 了解顾客叫贵的八种动机 (67)

借脑 6——甘拜下风

这是赖借，“赖”者谦卑讨好也。换句话说，不管三七二十一，我就要做成这笔生意。

- 弱者往往在交涉中达到目的 (70)
- 帮助优柔寡断的顾客早作购买决定 (72)
- 不放过任何可能成交的客户 (73)
- 不和顾客发生正面冲突 (75)
- 运用心理学上的“暗示作用” (76)

借脑 7——有效沟通

这是串借，要想弄“借”不难，常借无

借脑经商

碍，就要将相互的需求和感情串起来。

- 在语言上下功夫 (78)
- 设计一套说服客户的理由 (80)
- 客户说“不”之后的六个应对方法 (81)
- 怎样和沉默寡言的人谈生意 (83)
- 进入推销话题前，说几句不相干的话 (84)
- 事先提供信息，引导对方改变购物态度 (86)
- 除了让顾客看商品，还要做合理说明 (87)

借脑 8——投其所好

这是钓借，钓鱼需要钓饵，做钓饵的东西

正是对方所喜好的东西。

- 将自己摆在客人的位置上 (90)
- 提供优质的服务和良好的环境 (92)
- 招引顾客的绝招 (93)
- 利用人的“同类意识” (94)
- 维护客户的立场 (96)
- 避免与客户一争高下 (98)
- 没有人喜欢被强迫购买 (99)
- 让客户接受推销的秘诀 (101)

借脑 9——讨价还价

这是磨合着借。通过一轮、二轮、三轮

的讨价还价，艰难的磨合，终于使生意做成

了。

- 一小口一小口地咬 (104)
- 替客户算细账 (106)

用商品吸引顾客的注意·····	(107)
“投石问路”法·····	(109)

借脑 10——情感策略

这是情借，用感情做媒介，生意便在不
言中。

不做一锤子买卖·····	(111)
加强售后服务·····	(113)
不隐瞒商品的缺点·····	(115)
用感情化解顾客的警戒·····	(116)
经常和顾客保持联系·····	(118)
做生意不一定要会说·····	(120)
以交谈的方式和顾客接触·····	(121)
对待顾客要口到、心到、腿到·····	(123)
痛痛快快做蚀本买卖·····	(125)

借脑 11——促销策略

这是促借。有些生意看起来做不成，只
要想办法促一促，也就自然办成了。

花样翻新的有奖大酬宾·····	(128)
牺牲小利获大利·····	(129)
低价推销·····	(131)
大减价·····	(133)
保证价格合理·····	(136)
用优点抵消缺点·····	(137)
买一送一·····	(139)
神奇的价格曲线·····	(141)

借脑 12——双赢技巧

这是互借。生意是相互的，只要双方一
把算盘两面打，都能做到你赚我也赚。

- 放弃前嫌，联手合作····· (143)
- 设立一个竞争的对象····· (144)
- 花花轿儿人抬人····· (147)
- 问一问商品为什么受排斥····· (149)
- 不是冤家不聚头····· (151)
- 具备正当的竞争精神····· (153)
- 走出恶性竞争的怪圈····· (155)

借脑 13——慷慨激励

这是将借。下象棋主要是为了将军，生
意场上，在某种关键的时候，巧妙地将对方
一军，也会起了大喜过望的效果。

- 把潜意识变成明意识····· (158)
- 底牌别亮得太早····· (160)
- 刺激顾客须讲究分寸····· (162)

借脑 14——扬长避短

这是比借，比较双方的实情和实力，找
出各自的长处和短处，然后以己之长击彼之
短。

- 摸透顾客对商品价格的看法····· (164)
- 与顾客在语言上加强交流····· (166)
- 电话预约的要领····· (168)

愈挫愈奋成大器·····	(170)
--------------	-------

借脑 15——先退后进

这是屈借。先把拳头缩回来，然后再更有力地冲拳一击。这样，以退为进，以屈求伸。

利用“但是”的说话技巧·····	(173)
改变过去对客户的偏见认识·····	(175)
“有理更让人”的推销术·····	(177)
被客户拒绝时的正确做法·····	(179)
碰到危难时要主动撤退·····	(181)
具备撤退的勇气·····	(182)

借脑 16——以柔克刚

这是软借，先来个棉内藏针，以柔作盾，抵挡对方的矛，然后则以柔克刚，使对手就范。

冷水泡蘑菇的策略·····	(185)
似水柔情的语言，力量胜过千钧·····	(186)
尽可能地避免抽象的说话方式·····	(188)
学习水的精神·····	(190)
斗智不斗力·····	(192)
“沉默是金”的战术·····	(194)

借脑 17——以静制动

这是静借。处于静中的事态，让人揣测不安，或发生错觉，或使之恐慌；静中有

借脑经商

动，这种动一旦爆发，则有雷霆万钧之力，一触即发，一发而能改变局势。

- 分析时间对商战过程的影响…………… (196)
- 善加利用时机…………… (199)
- 处理顾客投诉的方法…………… (201)
- 使用“间接法”与顾客讨论…………… (203)
- 优秀的推销员要学会听话…………… (204)

借脑 18——难得糊涂

这是智借。大智若愚、大巧若拙、大勇若怯，外表示人以“愚”、以“拙”、以“怯”，迷惑对手，使对手在自以为沾到便宜的得意中钻入“糊涂”的圈套。

- 以聋制吼…………… (207)
- 装糊涂战术…………… (209)
- 在忍耐中争取应得到的一切…………… (210)
- 不固执己见…………… (211)

借脑 19——轻拍马屁

这是谄借。俗话说，好话不用钱买，随口来几句奉承话，给对手灌上一口“迷魂汤”，马屁拍在点子上，生意做在台面上，双方都得到了满足。

- 给顾客一个台阶下…………… (214)
- 礼多人不怪…………… (215)
- 迂回战术…………… (216)
- 讨好女秘书…………… (218)

借脑 20——能黑能白

这是变借。浙江乐清有句俗语：“变得起是条龙，变不起是条虫。”变，不但要会变，还要求变得起。意思就是说，在瞬息万变的竞争中，不但要有巧变的智谋，还要有能变的实力。

- 硬推销和软推销····· (220)
- 红脸白脸对着唱····· (222)
- 将公事私人化····· (223)
- 触发顾客的优越感····· (225)

借脑 21——借鸡生蛋

这是间借。直接的是借鸡，间接的是借蛋，而借蛋则是真正的目的，只不过因势因时而转了个弯而已。

- 背靠大树好乘凉····· (228)
- 向银行借钱的要诀····· (229)
- 借别人的名字发财····· (230)
- 聘请“红娘”····· (232)

借脑 22——明知故问

这是佯借。佯装不知，把自己的真实企图伪装起来，以对手以假象，来个“装聋不赔本”。

- 欲擒故纵法····· (234)
- 吊客户的胃口····· (236)

借脑经商

- 最挑剔的顾客应付法…………… (239)
有得必有失…………… (241)

借脑 23——看风使舵

这是看着借。一看市场的风向，二看对手的来头，三看稍纵即逝的商机，随风转，任何时候都能做到常赚稳赚。

- 别一条道走到黑…………… (243)
当争则争，当让则让…………… (245)
看菜吃饭，看顾客说话…………… (246)
如何对付胃口过大的对手…………… (249)
对顾客的话题随声附和…………… (251)

借脑 24——网开一面

这是起借。留有余地，放人一马，网开一面，是人际间的宽起；留个人情，让点利益，放点帐，是生意上的宽起。起人则是起己。

- 导致商谈失败的原因…………… (255)
促使商谈成功的条件…………… (256)
选择和客户接近的话题来谈…………… (257)
商谈必须重视的原则…………… (259)
围绕客户的需要进行商品说明…………… (261)
怎样避免使用负面性用语…………… (263)
牢牢把握主动权…………… (264)

借脑 25——喧宾夺主

这是强借。喧宾夺主，关键在于一个

“夺”。强制性的抢占先机，抢占市场上的“天王山”，总之，我就是要做成这笔生意。

- 使用易难渐进法…………… (267)
- 强人购买的做法不足取…………… (270)
- 灵机一动，斗智斗勇…………… (271)
- 让顾客自己否定自己的意见…………… (273)
- 消除顾客的疑虑…………… (275)

借脑 26——虚张声势

这是虚借。自付在所有竞争对手中，自己并无多少优势，于是虚张声势，先入为主，首先在气势上压倒对手。

- 如何使用烟幕…………… (279)
- 避实就虚的法则…………… (280)
- 咬紧价格不放松…………… (282)
- 将决定权让给消费者…………… (283)
- 知己知彼，百战百胜…………… (284)
- 使拒绝变成答应技巧…………… (286)
- 陷阱里有美丽的诱惑…………… (288)

借脑 27——引而不发

这是退借。时机当不成熟，不得不等待良机，箭在弦上，引而不发，一面弹压对手，一面逗一逗对手。

- 只重结果，不问过程…………… (291)
- 访问推销需要注意的三个方面…………… (293)
- 在引导上下功夫…………… (294)

借脑经商

- 不宜过早谈及价格…………… (295)
- 透析顾客的成交信号…………… (297)
- 再研究研究的不利之处…………… (299)

借脑 28——借题发挥

这是文借。借个题目做篇文章，可以小题大作，也可以大题小作，目的是为我所用。

- 咬住客户“让我考虑一下”的口气不放…………… (301)
- 宜用“缓冲”策略…………… (303)
- 给他们特殊顾客的感觉…………… (304)
- 把各个点串起来就能赚钱…………… (306)
- 价格和代价有什么区别…………… (308)
- 适当对抗成交法…………… (309)
- 针对顾客关心的问题下手…………… (311)

借脑 29——察言观色

这是冷借。生意场上的冷面杀手，经常能及时、准确地封杀对手的商机，因为在冷静的观察、分析和判断中，已经掌握了主动权。

- 破译体态语言…………… (313)
- 要善于观察顾客的心理活动…………… (315)
- 注意观察顾客的一举一动…………… (317)
- 瞄准女人的钱包…………… (318)
- 将热情传导给顾客…………… (319)