



胡谢骅老师强力推荐

顾客自动倍增的策略

大口碑

大销售

帮助你建立100%成交顾客转介绍系统

张志诚 著

帮助你迅速提升感召力和影响力
财富势不可挡的秘密
让顾客成为你的免费推销员

地震出版社



大销售

顾客自动倍增的策略

大口碑

张志诚 著

地震出版社

图书在版编目(CIP)数据

大口碑 大销售:顾客自动倍增的策略/张志诚著. —北京:
地震出版社, 2005. 8

ISBN 7-5028-2704-8

I. 大... II. 张... III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 073744 号

地震版 XT200500122

大口碑 大销售——顾客自动倍增的策略

张志诚 著

责任编辑:李 玲

责任校对:王花芝

出版发行: **地震出版社**

北京民族学院南路 9 号

邮编:100081

发行部:68423031 68467993

传真:88421706

门市部:68467991

传真:68467991

总编室:68462709 68423029

传真:68467972

E-mail: seis@ht.rol.cn.net

经销:全国各地新华书店

印刷:大厂回族自治县彩虹印刷有限公司

版(印)次:2005 年 8 月第一版 2005 年 8 月第一次印刷

开本:787×1092 1/16

字数:177 千字

印张:15.75

书号:ISBN 7-5028-2704-8/F·253(3335)

定价:26.00 元

版权所有 翻印必究

(图书出现印装问题,本社负责调换)



■ 张志诚先生

2004年度中国最具潜力的三大培训师之一

中国十大优秀培训师之一

国内魔鬼训练权威

NLP新教练技术创始人

国内最早研究NLP神经语言及NAC的专家

国内著名的行销专家；销售业培训讲师

天智企业管理咨询有限公司——总策划

北京人间远景文化交流公司——高级顾问讲师

北京博思天宇文化交流公司——高级顾问

2005届学习型中国——女性成功论坛主讲嘉宾

实战经历：

1996年至今独立完成400余场次《魔鬼训练营》课程培训，被业内人士赞为国内最具发展前景的专业培训师。原版引进美国体验式训练，30年的历史，备受企业及各界人士欢迎。国内已有近100000人参加过魔鬼训练营，近30000人连续参加3期以上。

张志诚老师是国内顶尖的演说家及销售高手：20岁进入销售业，21岁即取得辉煌业绩；在过去10年中，张老师数次创下惊人销售成果的同时，又把实践经验与理论基础相结合；在国内举行过数百场以上的专业培训，受训人员高达10万以上。

曾服务过的企业：

红牛集团	创佳集团	科健手机	猎豹汽车	泰康人寿
中原汽贸	辅仁药业	四方药业	蜥蜴团队	太平洋保险
海润集团	仲景药业	交通银行	广发银行	香港赛莱拉
傲哥服饰	哈轴集团	河南商报	新华人寿	上海绿业元
中国人寿	平安保险	蒙妮坦	上海炫彩	元洲装饰

大口碑 大销售

顾客自动倍增的策略

张志诚先生优势课程：

魔鬼训练营——营销精英版

魔鬼训练营——高效团队训练版

魔鬼训练营——企业教练技术研习会

魔鬼训练营——总裁班

魔鬼训练营——初、中、高级等系列课程

志诚销售学

卓越销售学

NLP超级销售学

保险业系列培训课程

电话行销

策略行销

美容院经营管理课程

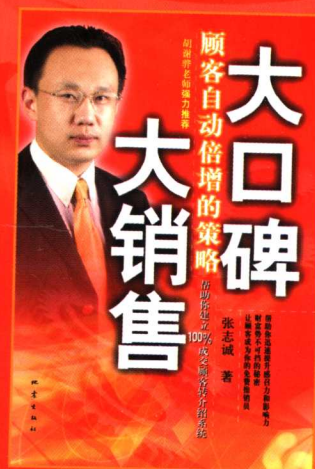
目标管理——员工激励

高绩效的团队发展

PTT职业讲师培训

NLP超级成功学

企业全员的职业化塑造



责任编辑：李玲

总策划：博思天宇·高朝良

封面设计：红十月工作室

RED OCTOBER STUDIO
TEL: 13901105614

代序

和张志诚认识大概在 2000 年的北京，那是首届学习型中国——世纪成功论坛的召开期间。在我的印象中，志诚是个做事沉稳、治学严谨的青年培训师。

直到 2005 年 3 月 26 日我接到天智企业管理咨询公司发来的演讲邀请，到那里才知道志诚就是天智企业管理咨询公司的创办人及现任总裁。

看到天智团队在我当天演讲过程中表现出来的专业精神和工作态度，令现场的我和广大学友都深深的感动。志诚不仅仅是一位职业培训师，更是一位身体力行的实践者。所以他每次培训都能深深地打动每一个人的心灵，也许这就是他成功的秘密之一吧。

很高兴看到这本新书即将面世。营销的灵魂在于是否真正为顾客创造了价值，而当顾客自动自发以口碑相传的时候，也正是这种价值被创造成功的显著标志。志诚能用较通俗、简洁的语言把营销的心法轻松地呈现，实在是所有从事营销工作人士的福音。

在当今这个多变的资讯时代，大凡成功人士都有一个阅读的良好习惯。想想也对，一本书可能会花掉你二三十块钱，而当有一个观念或一句话突然跳入你的大脑时，价值又何止是上千上万呢？

在这本书中，让我佩服的是志诚想出这么多实用的方法，可以



让顾客自动自发地转介绍。因为他证明了，我长久以来所信仰的观点：每一个人无时无刻都在为自己做最佳利益的选择。而口碑营销创造了最高的亲和力和影响力，是人性化营销的终极体现之一。

阅读这本书的读者，不管你是来自餐饮、旅游、企业培训、管理咨询、房地产销售、汽车销售、物资贸易，小至个体户，大至跨国公司，你都能从中受益。

我知道志诚还有一个特质，就是他愿意投入时间在他的专业领域里。所以，当你拿起这本书的时候，就仿佛拿起了打开你未来所有潜在顾客心灵的钥匙。你即将看到顾客透过他们的口碑将源源不断地介绍更多的顾客来向你购买你的产品或服务！

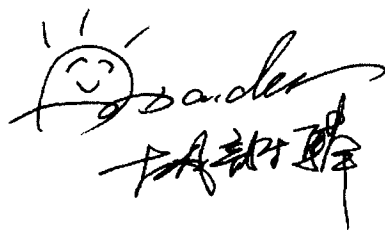
很高兴在这里写下这些文字，祝愿志诚和他的团队以及亲爱的读者朋友，去创造我们生命的最佳表现！

亚洲八大名师之一

中国十大杰出培训师

胡谢群国际训练机构掌舵人

华人世界最聚人气的 NLP 应用大师

A stylized signature of Hu Xiequn in Chinese calligraphy, accompanied by a simple line drawing of a smiling face with radiating lines above it.

2005 年 7 月 24 日



大口碑 大销售

自序

一位意志消沉的年轻人向美国推销大王贝吉尔请教成功的秘诀。他说,他从事推销已经14个月了,刚开始做得还不错,可后来就不行了。

在交谈中,贝吉尔发现这个年轻人之所以失败是因为他对许多准客户都浅尝辄止,浪费了许多“资源”。

贝吉尔告诉他:“你只做到事情的一半。回去找你卖过产品的客户,从每个客户那里至少得到两个介绍的名单。记住,在你卖给一个人产品之后,再没有比你请求他介绍几个人的名字更重要的事了。此外,不管你和准客户面谈的结果如何,你都要请他为你介绍几个朋友或亲戚。”

年轻人高兴地走了。

6个月后,他热切地告诉贝吉尔:“贝吉尔先生,这些日子以来,我紧紧把握一个原则:不管面谈结果如何,一定从每个拜访对象那里至少得到两个介绍名单。现在,我已得到500个以上的客户名单了。”

“你的业绩如何?”

“今年上半年的业绩已超过238000元。以我目前的客户资源推算,今年我的业绩应该会超过100万元。”



各位亲爱的朋友,不知你看过上面这个故事之后,有何感想。上面两个人中有你的影子吗?你是那个年青推销员吗?你是改变前的年青推销员,还是改变后的年青推销员?

本书的写作,缘起于一次大型销售研讨会。我作了一个有关口碑营销的专题演讲。按照惯例,在课程结束时,我会开放一段时间给学员提问。

1000多位听众中,有一位学友提出了这样一个问题:“对于销售,我各方面条件都不错,我很努力,也很有激情,可为什么会觉得越做越累,推销的道路越走越窄?”没想到这个问题一石激起千层浪,在全体学友中一呼百应。

我的回答是:“你可能没有做好口碑营销工作,没有做过让顾客为你推荐新顾客的动作,不懂得让顾客自动倍增的策略。”

任何事情的发生必有其原因和结果,且必定有助我。学友的问题以及学友对这个问题的反应,让我了解到顾客自动转介绍对于销售是多么的重要。在学友的一再要求下,我开设了一套口碑营销的课程。

对于讲授这个主题,我是非常自信的,因为这是我多年来在销售领域摸爬摔打、千锤百炼的结果,点滴经验都是无数次失败之后的总结。我做过,我成功过,更重要的是我用这些方法帮助许多人成功过。我想这些方法是有效的。再则,这个主题,这个领域还鲜有人涉足,这是领先法则。这些方法或策略在课堂上非常受欢迎,也希望在书中更受读者欢迎。这本书的内容帮助了数万人获得成功,希望你也加入到这个行列中去。

说我是营销专家,如果我狂妄一点,我会顺风吹火,借势鼓吹,即使谦虚一点,我也可以默认。可我不,我不认为我是营销专家,我只是一位做我所教的,教我所做的营销行者。教学相长,不亦乐乎。

本书有两大特色,一是这些东西,不知该不该说是策略,是我躬



耕营销，亲自实践过的东西。大家应该能够找到共鸣，能够感到亲切，因为这些都是发生在你我身边的事情。二是书中有许多案例，案例多是我自私的结果，因为这些案例有很多在我的课程里都讲过，写进书里，驾轻就熟。再则我知道读者朋友都喜欢听故事，看故事，算是投其所好。

序言只是个引子，就如同你去公园游玩。你还只是在门口转悠，虽然略有风光，美景却在公园里。到此为止吧！不耽误你赏景的急切心情了。

去吧！去看看书里面那美不胜收的景致吧！

张志成

2005.7.20



目 contents 录

第一部分 蝶恋蜂迷·魅力推销

——如何成为一位对顾客有吸引力的人

态度,你的事业有多高 / 3

诚信,成功的第一要诀 / 7

我是谁,清楚的自我定位 / 10

自信,你最大的资本 / 12

热情,挡不住的魅力 / 14

自律,经营自己内心的花园 / 16

你的形象,它值多少钱 / 18

目标,成功的原动力 / 22

计划,为成功买保险 / 24

管理时间就是管理生命 / 27

知识,最后的赢家 / 29

推销个性,你是吸引顾客,还是排斥顾客 / 32

· 1 ·

目 contents 录

第二部分 筑巢引凤·服务赢销

——如何让顾客成为你的终生恋人

显微镜下看服务 / 37

随时随地找顾客 / 38

死马当作活马医 / 40

不妨对顾客捕风捉影 / 41

让客户服务成为一种习惯 / 42

客户服务是一种心态 / 44

顾客的问题就是大问题 / 47

开发顾客时不妨拖泥带水 / 48

雁飞有影 / 50

个性化服务 / 52

附加值服务 / 54

做顾客的管家 / 55

零风险,厚保障 / 56

超越顾客的期望 / 58

磁性服务 / 61

鬻马馈纓 / 62

亲情式服务 / 63

差异化服务 / 65

让顾客觉得自己很重要 / 67

成交后隔天打个电话问候一下 / 68

藕断丝还连 / 69

我爱我的顾客 / 72

客户服务没有最好,只有更好 / 74

成交是婚姻的开始 / 76

攻心为上 / 78

- 让顾客自动上门 / 79
- 让顾客回心转意 / 81
- 警惕顾客对你的背叛 / 82
- 如何做到服务自查 / 84

第三部分 借风使船·口碑营销

——如何让顾客主动上门购买

- 口碑营销是一场接力赛 / 89
- 主动出击 / 91
- 人是一场感召的较量 / 92
- 网络营销的好处 / 95
- 包装自我 / 97
- 顾客是你的移动银行 / 99
- 影响力中心 / 101
- 他人认同 / 105
- 名人效应 / 107
- 曝光度比能力重要 / 109
- 有多少人知道你的名字 / 111
- 换一个职位头衔 / 113
- 做解决顾客问题的专家 / 114
- 免费赠送 / 115
- 好品质,产品自己会走路 / 117
- 激励顾客口耳相传 / 119
- 独特卖点 / 120
- 出奇制胜,赢在意料之外 / 123
- 永远多做一点点 / 124
- 做一个销售医生 / 127
- 证书 / 128

目 contents

录

- 贵宾卡 / 129
- 散发纪念品 / 130
- 品牌营销 / 132
- 打造你的个人品牌 / 134
- 公益活动营销 / 136
- 专家营销 / 138
- 故事营销 / 140
- 关系营销 / 142
- 感情行销 / 143
- 使命感营销 / 145
- 图标营销 / 146
- 软性广告营销 / 148
- 网络营销 / 150
- 产品马, 为你出征的战马 / 152
- 他人马, 你平步青云的工具 / 154
- 找一匹公司马来骑 / 156
- 红杉哲学 / 159

第四部分 顺藤摸瓜·顾客转介绍行销

——如何让每位顾客成为你的免费推销员

- 想大才能做大 / 163
- 列一份推荐人的名单 / 165
- 购买或租用别人的名单 / 167
- 推荐的力量 / 168
- 感谢函 / 169
- 推荐函的典型样式 / 171
- 交换名单 / 172
- 守望相助, 宾主两益 / 172

目 contents 录

- 请顾客写赞美函 / 174
- 什么时候使用推荐函 / 176
- 让介绍函先去敲门 / 177
- 让顾客产生为你推荐人的欲望 / 178
- 向顾客要照片 / 179
- 媒体 / 181
- 个人保证 / 182
- 做一个赞美问候的使者 / 183
- 什么样的推荐人是最好的 / 184
- 客户链 / 185
- 每个人都是你的推荐人 / 186
- 言行一致,言出必行 / 189
- 好顾客是哄出来的 / 191
- 沟通致富 / 193
- “6+1”要求顾客转介绍法 / 196
- 螺丝钉问问题法 / 197
- 卧底营销 / 198
- 对比法则 / 199
- 三角交易 / 201
- 向上交叉销售策略 / 202
- 将计就计,借梯上楼 / 204
- 顺便向隔壁多做一次推销 / 205
- 卡尔·巴哈顾客转介绍 / 206
- 要求顾客转介绍经典话术 / 207
- 化解顾客的拒绝转介绍 / 208
- 团体或组织转介绍 / 210
- 永远不知道下一个推荐人在哪里 / 211
- 射不到月亮就射星星 / 213

目 contents 录

超级啦啦队 / 215
我需要你的帮助 / 216
对介绍人信守诺言 / 217
联合促销 / 218
促使顾客转介绍的又一工具 / 219
感动,让顾客到死都记住你 / 221
让顾客成为你的免费推销员 / 223
朋友,你最亲密的推销员 / 225
不要吝啬介绍费 / 226
摔倒了,别忘了抓把泥 / 227
使用见证人 / 228
资料营销 / 229
今日赔,明日赚又何妨 / 230
在“缠”字上做文章 / 232
给自己的顾客转介绍打分 / 233

后记 / 235

第一部分

蝶恋蜂迷·魅力推销

——如何成为一位对顾客有吸引力的人

