

Φ
效率
译丛

推销员的诀窍

〔日〕 二见道夫 著



科学普及出版社

效 率 译 丛

推 销 员 的 诀 窍

【日】 二見道夫 著

宋守今 朱成浩 译

陈 禾 校

科 学 普 及 出 版 社

訪問セールス101の法則

二見道夫 著

日本實業出版社

昭和52年6月20日第51刷發行

— (效率译丛) —

推销员的诀窍

[日]二見道夫 著

宋守今 朱成浩 译

陈禾 校

责任编辑: 王 蕾

封面设计: 范惠民

技术设计: 艾 华

科学普及出版社出版 (北京海淀区白石桥路32号)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

北京燕山印刷厂印刷

开本: 787×1092毫米 1/32 印张: 5.875 字数: 130千字

1988年9月第1版 1988年9月第1次印刷

印数: 1—226 00册 定价: 1.65元

ISBN 7-110-00542-9/F·17

F713

E 47

276421-3:2

173p

内 容 提 要

推销员想获取事业上的成功，不仅包含着提高工作效率的要素，还需加强自身的修养，提高职业素质。本书从推销前的准备开始至推销过程中的细节一一展述，教你如何取得上门推销的成功，如何面对拒绝而绝处逢生，如何使买卖洽谈顺利，如何在旅途中收集信息，等等。不仅是具体的工作技能指导，而且涉及到销售心理学的丰富内容。从事商业工作的经营管理、销售人员阅读此书定会有新收益。

前 言

感谢您从书市上众多的书籍中挑选了这本书。

我虽然有幸蒙您买了这书，但还得向您谈谈我写这本书的构思。下面就分四个方面介绍。

一、以实际事例和例证为中心内容进行归纳总结。我阅读了几乎是泛滥成灾的推销方面的图书，体会到可以把它们分成两种。

第一种的内容主要是介绍推销行业中公认为佼佼者的体会和经验。

第二种的内容往往教科书的色彩太重，不是谈推销行业的准则，就是介绍种种必须遵循的规定。

前一种由于对特定人物的个性和独特色彩过多着笔，以此反映读者的实际业务、书本上所谈和读者的体会就格格不入了。有人批评说，它与实际业务内容很难对号。对后一种，大多数读者都不以为然，认为道理虽然可以理解，但感情上接受不了。

笔者尽量排除上述两种读物的消极内容，并且不受自己销售经验的约束，在书中插入读者所喜爱并能接受的众多的实例和例证，而且总是提出某个结论。

二、本书每一节都是相对独立、各有结论的。

每一节都是独立成章的体系，而且结论也是独具特色的，说句极端的话，即使从后倒着往前读，也能理解它的内容。换句话说，本书的写法是任你何时，何地，从何处都可以阅读

• • •

下去。

老实说，上门去推销，有时累得连话都不想说，还谈得上去念一本非逐页翻阅才懂得其内容的书，明明知道只要念它，就会有收获，但是疲倦的脑细胞接受不了。这本书的设计不同，只要有5分钟的功夫，即便是很疲乏，也想念念它。

事实上，你是有点时间就想看一节，而我会断定让您还想往下看一节。

三、按时间序列。推销工作当然是按部就班的。

本书第一章是谈推销活动之前的准备，提示研究有关问题和方法。

第二章之后，大致按推销工作的顺序加以阐述，尽管每一节都有独自的内容和结论，但准备构成一个批发和零售体系。

四、给良药包上糖衣。“良药苦口”是我用以警惕自己，不可愚蠢得把自认为的良药强加给读者。

我注意到文字浅显易懂，避免使用晦涩难懂的语句和字眼。值得自诩的是，书中所用字词虽然通俗易懂，但含义匪浅。

心理学是我的专业之一，凡遇推销实际业务中可能出现的难点，都尽量赋予简明易懂的心理学方面的解释。

愿本书作为推销员的业务书籍和经营管理人员的重要参考书籍发挥更大的作用。

本书在出版过程中，曾得到日本实业出版社书籍出版部编辑主任鹤野健二先生及编辑部各位先生的协助，借此，深表谢意。

二見道夫

目 录

第一章 推销前如何考虑与行动

第一节 推销的成功就是人生的成功	
——事业、人际、书本三大磨练则为必由之路.....	2
第二节 无形的敌人就是你自己	
——要时刻抑制贪图安逸享受的心理.....	3
第三节 要倾心追求成功	
——成功的实现就在我们周围的方寸之地.....	4
第四节 推销的成败并不完全取决于商品	
——推销员气质、风度与魅力的作用.....	6
第五节 推销员要具备灵活的技巧	
——如何掌握推销方法.....	8
第六节 莫把资料当包袱	
——应向推销广泛投资.....	10
第七节 推销员的数字观念	
——由利润第一向全局利益转变.....	11
第八节 时间并未流逝	
——变一小时为两小时的方法.....	13
第九节 推销员的形象	
——两种性格的优缺点.....	15
第十节 把握、分析、运用信息	
——与知识相比,更重要的是抓住信息.....	17

第二章 取得胜利的精神准备与物质准备

第一节 名片的运用

——运用自我延长心理方法.....	20
第二节 推销气氛与推销技术	
——正确区分生理需要的商品与感情需要的商品.....	21
第三节 50% 可与 99% 相匹敌	
——购物心理上的六个重点阶段.....	23
第四节 身穿油渍斑斑的礼服	
——T·P·O 服装战术.....	24
第五节 首要的是要有钱购买	
——M·A·N 法则.....	26
第六节 三个“热爱”是推销员的必备条件	
——启用敏感的五官.....	28
第七节 要有自己独特的风格	
——为了博得顾客的好感.....	29
第八节 金钱并非万能	
——切忌被金钱毁灭.....	31
第九节 要观察对方的拒绝方式	
——面对 99% 的拒绝,如何对待.....	33
第十节 如何造就自己的魅力	
——如何使话题广泛中肯.....	34

第三章 怎样在旅途中推销

第一节 旅途是收集信息的好时机	
——充分发挥眼、耳、手的作用.....	37
第二节 一张一弛的节奏	
——变换生理节奏以消除紧张感.....	38
第三节 切忌跑到远处去贩卖	
——弱犬远吠.....	40
第四节 来往门前而不深入是得不到信息的	

——如何发现新的信息.....	42
第五节 道听途说也要追根寻源	
——情报搜集方法.....	43
第六节 冬南夏北的原则	
——创造自我的环境.....	45
第七节 动中取静的养身之道	
——切断恶性循环.....	46
第八节 旅行要有伴处世要互助	
——友谊是成功的种子.....	48

第四章 如何取得初次推销的成功

第一节 战胜起跑线上的软弱	
——战胜软弱的办法.....	51
第二节 要逐门逐户地推销	
——推销成绩与推销次数成正比.....	52
第三节 一次躲闪会引起再次躲闪	
——要克服畏惧心理.....	54
第四节 射人先射马	
——首先要射中心腹之人.....	56
第五节 务必准点到达	
——要信守约定的时间.....	57
第六节 请用医生询问法	
——从用耳听开始.....	59
第七节 如何递上名片	
——“圆月呈上法”的作用.....	60
第八节 如何接受名片	
——提高对方自我意识的作用.....	62
第九节 拒绝是推销的开始	

——勿要轻信对方的许诺.....	63
第十节 慌慌张张要不得	
——切忌急于求成.....	65
第十一节 有礼貌地告辞	
——要给顾客留下深刻的印象.....	66
第十二节 铺平下次登门的路	
——不要忘记留下后路.....	68
第十三节 巧妇难为无米之炊	
——首先要准确地抓住购买力.....	69
第十四节 要盯住幕后人	
——能做出决定的老板是谁.....	71
第十五节 不是寻找需要而是激发需要	
——激发隐藏的购买欲望.....	72
第十六节 与理性相比,更要重视感情	
——初次推销要交心.....	74
第十七节 寻找共同语言	
——要使对方肯定回答.....	76
第十八节 切断逃跑退路,创造洽谈气氛	
——造就一箭双雕的销售环境.....	77
第十九节 AIDMA 推销方法	
——牢记推销的基本公式.....	79
第二十节 等待过程中准备话题	
——了解顾客挑选商品的重点.....	81
第二十一节 突破对方两大障碍	
——解放思想独树一帜.....	82
第二十二节 要坐在同一高度上洽谈	
——精通座位者精于推销.....	84

第五章 再度推销成功的窍门

第一节 要能叫出客人的姓名	
——叫出名字可密切双方关系	87
第二节 礼品的效用	
——使用感情的表达方式	88
第三节 用一分钟取得一生的信用	
——定时汇报的效用	89
第四节 指出缺点赢得信任	
——光讲优点并非都可取得成功	90
第五节 分别更是交友时	
——分手时要比初访问时更加热情	92
第六节 新鲜感产生魅力	
——改变形象可以改变顾客的心理	93
第七节 座位上的礼仪	
——下手座位在哪里?	95
第八节 空间位置与推销的关系	
——要使顾客心情舒畅地坐下	96
第九节 谨防伏兵	
——隐藏在周围的批评者	97
第十节 服务的三个要点	
——学习三成的献茶法	99

第六章 如何绝处逢生

第一节 谁笑到最后，谁就笑得最好	
——充分体验和研究“拒绝”	103
第二节 感情重于物质	
——切勿被假拒绝所迷惑	104

• Nii •

第三节 防止拒绝的劝说法	
——避免以没钱为理由的拒绝	106
第四节 尊重顾客的感情	
——及时称赞顾客的孩子	107
第五节 诱导与暗示作用	
——向走街串巷的老大娘学习	108
第六节 攻其不备	
——抓住女性保守的弱点	110
第七节 加强外围力量	
——加深感情的方法	111
第八节 制造紧张心理的效果	
——保健药S与眼药V	113
第九节 制定破釜沉舟的计划	
——铁的意志是成功的保证	114
第十节 勿要落入欢迎的陷阱	
——拒绝心理与欢迎心理	116

第七章 如何使洽谈成功

第一节 推销成绩与推销户数成正比	
——越是高档商品，越需多次推销	120
第二节 割断对金钱的难舍之情	
——备好各种成交用具	121
第三节 机不可失	
——利用诱导法促进合同的签定	123
第四节 匆忙乞食布施少	
——成交中的原则	124
第五节 把抽象利益具体化	
——要使顾客看到结果	125

第六节 签定合同的七点体会	
——提高销售质量	127
第七节 销售中的六条忌讳	
——不可践踏顾客的心灵	128
第八节 切勿忘记人的本能	
——一种事半功倍的推销方法	130
第九节 要取得领导的协助	
——促使顾客做出购买决断的方法	131
第十节 加强社交活动的作用	
——酒作为润滑剂的作用	133

第八章 谁笑到最后，谁就笑得最好

第一节 严格要求自己	
——勿要断送一生	136
第二节 成功也要靠性格	
——要了解自己的性格	137
第三节 博士的手	
——以极大的热忱换取顾客的信赖	139
第四节 满足顾客微小的愿望	
——人不会被山绊倒却会被蚁冢绊倒	141
第五节 分清功劳与能力	
——从西撒隆盛的遗训所想到的	142
第六节 用数字评价工作	
——以“二价四率法”衡量自己	144
第七节 请运用数字差异感	
——数字的变换方法	146
第八节 推销员的自我管理	
——务必领会内在含意	147

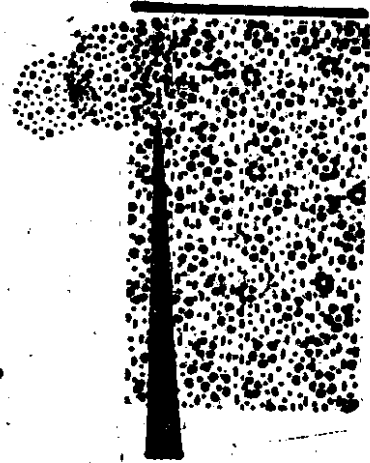
第九节 饮食与健康	
——制定自己的饮食法	149
第十节 抓线不抓点	
——切忌犯近视	150

第九章 成功之路

第一节 人生的地狱与乐园	
——从任务观点中解脱出来	154
第二节 创造自我	
——提倡个性化	155
第三节 开朗的个性与幽默	
——勿要虚度光阴	157
第四节 要善于计算	
——真正看懂数据的含义	158
第五节 要时刻不忘销售	
——服务与利润的平衡	160
第六节 自我启发是成功之本	
——向自己挑战	161
第七节 向小酒馆学习	
——加强资金的回收管理	163
第八节 销售管理之路(1)	
——从单纯推销到推销管理	165
第九节 销售管理之路(2)	
——部下时时刻刻都在观察你	166
第十节 没有目标就没有成功	
——向一切可能挑战	168
第十一节 成功之路	
——胜利在召唤	169

第一章

推 销 前
如何考虑与行动



第一节 推销的成功就是人生的成功

——事业、人际、书本三大磨练则为必由之路

讲谈社的创始人，野间清治先生说：“人的一生要取得成功，必须途经三境：其一、事业磨练（向经验学习）；其二、人际磨练（向他人学习）；其三、书本磨练（向书本学习）。”

据推销工作的实质特征而言，不管你主观愿望如何，如不经受这三种磨练，最终，等待你的只能是失败。

1. 事业磨练 原安三郎先生（日本化学药品协会会长）说：“一个即使取得了极大成功的人，也一定会有失败的经历，只是不说而已”。

一个赚得 100 万日元的人，未必就有了再赚 10 亿日元的经验。相反，一个有赔 100 万日元的教训的人，倒很可能从中取得了赚 10 亿日元的诀窍。

在推销工作中，您一定会多次失败过吧。别小看这些失败的教训，经验总是在各种不同场合中，在与形形色色的人打交道时而获得，比之那些内勤人员，您恰从中受益匪浅。在其它工作中，并非都能获得如此多的前车之鉴，能把自己失败的经历作为进步的阶梯，那么，今后事业发达将指日可待。

2. 人际磨练 要想取得人际磨练上的成功，必须在与他人相处之中向他人学习。推销这一工作就是人与人之间的工作，直接与人发生联系的工作。那些被认为是成功者的人们，也是这样向他人学习的。因此，处理人际关系来不得丝毫马虎和草率。即便只是接触一次的人，也不可轻视与他们的来往，而一定要从对方身上获取对推销有益的东西，重要是对信息

留意捕捉,千万莫使机会之神溜之大吉。

3. 书本磨练 作为推销人员,要懂得以读书获得知识的重要性。哲学家弗朗西斯·培根先生指出:“知识就是力量,要努力挤出读书的时间”。人,不能仅仅局限在自己已有的知识与能力之内去观察事物、考虑一切。一个人若只是依赖现有的知识和能力,那就会“坐井观天”,或者陷入“只见树木,不见森林”的眼界狭窄的境地。通过看书学习,可以变他人的经验为自己的经验。从事推销工作的人,若是不刻苦读书,人际磨练、事业磨练也不会有大的收益。所以,只要做好充分准备,经受三大磨练,您的工作就一定会取得好成绩。

仔细想来,人生的成功与推销员的成功有许多共同之处。事业、人际、书本三大磨练既是推销员成功的条件,也是人生成功的必由之路。

第二节 无形的敌人就是你自己

——要时刻抑制贪图安逸享受的心理

在横滨,我有机会遇到一个失去一只腿的军曹(相当于中士军衔——译者注),听他讲了这样一段话:“我认为最可怕的敌人便是躲在暗处,看不见的敌人。与明处的敌人作战时,内心具有一种充实感。但我最害怕在密林深处作战。当你屏息静气,不敢发出任何声响,紧张地注视着周围时,好象什么阻力也没有、甚至连敌人的影子都看不见。时间1分钟、2分钟、5分钟、10分钟地过去,最令人害怕、毛骨悚然的就是如此的寂静,当恐怖感渗透全身时,也就到与那些看不见、摸不着的敌人开始战斗的时刻了……”。