

推销的 艺术

〔美〕汤姆·霍普金斯著

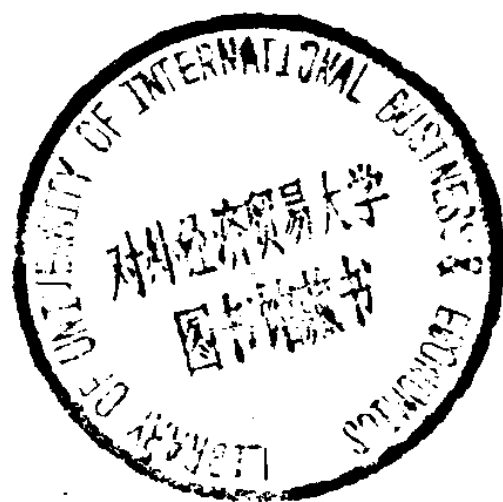


中国对外翻译出版公司

推销的艺术

〔美〕 汤姆·霍普金斯 著

段至诚 编译



中国对外翻译出版公司

1991年·北京

How to Master the Art of Selling

by Tom Hopkins

Warner Books Edition

1982 by Champion Press

责任编辑: 徐瑞华

责任校对: 蔡 荣

推 销 的 艺 术

〔美〕汤姆·霍普金斯 著

段至诚 编译

中国对外翻译出版公司出版

(北京太平桥大街4号)

新华书店北京发行所发行

北京振华胶印厂印刷

787×960毫米 1/32 6 印张 字数(100千)

1991年8月第1版 1991年8月第1次印刷

印数: 1—12,000

定价: 2.95元

ISBN 7-5001-0149-X/F·33

出版前言

飞速发展的经济形势和瞬息万变的市场要求人们善于抓住最佳时机、积极主动地推销产品，以便加速资金周转，促进生产发展。这就需要工厂和商业单位对推销的性质、推销所起的巨大作用以及优秀推销员必备的素质有充分的了解。这本《推销的艺术》即可满足这方面的需求。

书作者汤姆·霍普金斯是美国一流的推销培训专家，他本人曾是一位了不起的推销员。多年来，他一直潜心研究推销艺术，举办过各种培训讲座，致力于培养专业人才。本书系作者根据教材和讲课录音整理而成，其中有大量销售实例和生动有趣的对话，循序渐进地说明如何掌握和运用推销艺术并获取成功。尽管我国与美国的国情不尽相同，但在对推销学和推销技巧的研究方面也许会有不少共通之处。希望本书对我国从事经济发展、产品销售和市场学研究的人士，以及广大商业职工都能有所借鉴。在编译过程中对本书参考价值不大的内容做了一些删节。

编者

1991年4月

导 言

我初遇汤姆·霍普金斯大约是在 50 年代末。我还清楚地记得当时的情景。那时，我正在加利福尼亚开办一次推销员培训班。课堂上我看到一个年轻人坐在前排，他身穿一套乐队制服引起了我的注意。我一生中从没见过像他这样记笔记既快又全的人，他似乎想要在我的话出口之前就把它抓出来记在本子上。当时我就认定这是一个值得注意的人。

我第二次见到他是在洛杉矶机场。我是到他工作的公司去商议事情的，他来接我。汤姆这次穿了一身新套服，还开着一辆新车。到了他们公司的总部，总经理告诉我汤姆牢记着我教给他的推销技术，现在他像一支火箭一样腾空而起了。

汤姆继续成长，成为到那时最了不起的一位不动产推销员。后来他又当了几年销售经理。此后我知道，他和我一样追求着同一个目标——销售教育，其热情之高给所有推销业前辈都留下了深刻的印象。

汤姆吸收了我的培训材料并加以充实和精炼，正像我当年所做的那样。

从那以后，汤姆花了许多年的时间开办培训讲座，致力于发展推销专业。在他本人不能亲自授课

的地方，则用录音带和录像带把他的教学传布各地。现在又出了这本书。

本书可说是一个世纪以来销售培训发展的一大成就，每个渴望成功的人都不可不读。

J.道格拉斯·爱德华

目 录

导言(道格拉斯·爱德华)	(vii)
一、推销究竟是一种什么职业	(1)
二、优秀推销员必备的素质	(4)
三、善于提问, 买卖成功	(9)
四、创造良好的销售气氛	(25)
五、学会喜欢“不”字	(39)
六、广招天下客	(48)
七、用电话寻找好运	(83)
八、把推销活力注入产品介绍和展示 活动	(95)
九、赢得第一次会面的成功	(113)
十、判断顾客的购买条件	(122)
十一、怎样克服来自顾客的障碍	(132)
十二、成交——甜蜜的成功	(146)
十三、12 种强有力的成交法	(153)

第 一 章

推销究竟是一种什么职业

多年的经验告诉我，推销既是代价最高的艰苦工作，又是代价最低的轻松工作，主动权全在你自己。我的推销事业之所以能成功全在于自己的努力，别人的影响是无关紧要的。

本书的主要宗旨是提高推销人员的素质，包括推销技术、知识和魄力。如果你有志成为一个杰出的推销人才，我希望你下决心对自己投资，花些时间和金钱去参加推销员培训班，刻苦学习。这种投资一定会得到报偿。

我们先谈一谈推销工作优于其他工作的优越性：

第一，推销工作是一种能让你充分发挥自主性和表现自我的职业。你靠智谋和坚毅的精神竞争成功，从而赢得自由。推销工作对经济发展所起的作用可谓至关重要，而又比其他工作更有赖于个人的主动精神。

第二，从事推销工作，收入是没有上限的。你可能对这种说法有怀疑：“为公司推销的最高收益不就是我个人收入的最高限度吗？”当然不是。如果你掌握了本书介绍的高超的推销策略和技巧，就能为

公司挣得更高的利润，你自己的收入不就提高了吗？

第三，推销工作是日复一日的挑战。你要精神振奋地面对这个事实，要以此为荣而不要感到厌倦。对于推销员来说，每天都是一次新的冒险。我们在 24 小时之内可以从兴奋的顶峰跌入失望的深谷，第二天又爬回到顶峰上去。这不是很令人兴奋的事吗？

请回答“是”。

如果你不想做一个平庸的推销员，就要学会喜爱挑战。挣大钱的捷径就是不断征服挑战而得来的。

第四，推销工作是以小额投资换取高额报酬。例如，一个快餐联营店投资 20 万美元，店主每天辛苦工作很长时间，只能期望来年赚得 4 万美元的利润。而推销生涯所需要的投资真是微乎其微，但赚得的报酬却高得多，也快得多。

第五，推销工作能使你得到精神上的满足。当顾客带着购买的物品离去时，你会高兴地想：“我们的产品已让一个家庭得到了快乐，或使某个机构得以实现它们的某种目的。”而这正是由于你的帮助才得到的。你的服务对象所得到的利益与你的推销能力和技巧水平成正比。你干得越好，就越能使他人更多地受益，包括你的顾客、家庭和国家经济。

优秀的推销员知道进步是无止境的。他们不怕

未知的不利因素。正是在克服不利因素中他们不断地增长才干。这就是从事推销工作的第六个优越性——激励你全面地提高个人素质，发挥你生命的精华。

我们再谈一谈推销员的五项基本功。

我们之中很少有人愿意接受这样一个事实：杰出的推销员像杰出的运动员一样，只要把基本功练得棒棒的就不难成功。有些人想绕过基本功而找捷径，那等于幻想坐在家里等待财源滚滚流进大门。一旦你摆脱幻想而去实践基本功，你就能达到你想要达到的高度。

第一项基本功是学会用职业的方式去发掘顾客。

第二项基本功是学会用职业的方式去接触顾客。

第三项基本功是学会准确地判断顾客的购买能力，或者说是判断顾客是否具备购买条件。对能够作出购买决定的人花时间而不把时间浪费在不能作出购买决定的人身上。

第四项基本功是学会有效地处理来自顾客的障碍。

第五项基本功是提高使买卖成交的能力，这既是艺术又是科学。

以上五种基本功都是可以学到手的。本书正是要教会你们运用这些基本功。

第 二 章

优秀推销员必备的素质

从我的“常胜无限公司”培训班毕业的“常胜”推销员具有以下 12 个特点。这些特点综合地、全面地体现在一个人身上，缺一不可。

1. 一个“常胜”推销员，无论其服饰是保守的还是时髦的，都带着鲜明的个性特点，并以独特的风度给人以深刻的印象，让人一看就知道他是个有能力的人，值得信赖。

2. “常胜”推销员总是信心十足。新参加推销工作的人常因业务不熟而表现出信心不足。长期处于信心不足的状态是很大的危险，必须加强锻炼克服这种软弱心理。顾客是否能下决心购买你的产品，在很大程度上是依你在推销时表现出来的自信和说服力为转移的。顾客期望于你的只是你对于产品或服务项目的知识，所涉及的领域并不太宽，要掌握它并不难。只要透彻地掌握你所推销的产品或服务项目的专业知识，你就能帮助顾客下决心购买你的产品。你相信自己的价值，就会表现出十足的信心。

3. “常胜”推销员对自己的事业具有很强的自豪感。这种自豪感来源于严肃认真的责任感和充分

发挥才能的强烈愿望。没有这种高尚的自豪感，就不会成为优秀的推销员。

4. 推销员的优秀品质集中表现在热情而亲切地引导顾客达成交易。有些推销员认为，推销工作主要是不择手段地从不情愿花钱的顾客身上把钱挖出来。这些座山雕式的贪得无厌的人到头来会被逐出销售大军。优秀的推销员不屑于用不正当的手段去攫取钱财，而是善于发现潜在的主顾，从顾客的利益出发，帮助顾客正确选择，让他们从所购买的物品中充分获得好处。这种知识型的文明销售人员正在逐步地取代那些不择手段掠夺顾客的人。当然，销售人员这个从旧型变成新型的过程可能是缓慢的，但它已经开始了，这是无可置疑的。

5. “常胜”推销员认为要保持对生活 and 事业的信念只能靠自己。他们了解，在我们生活的这个世界上普遍存在着互不关心和急功近利的心理状态，个人是无法改变这种现状的。所以他们总是精神饱满，不为自己无力解决的困难而烦恼。他们深知，应该把精力投入到最能发挥自己优势的工作中去，一心一意地用自己的专长帮助他们所热爱的顾客。

6. “常胜”推销员渴望致富，这是对的。而推销员必须竭诚为顾客服务，在推销工作中实现自我价值才能达到致富的目的，这是无可非议的。

7. 在“常胜”推销员身上经常表现出一种无法测量的素质。那就是想要取得成就的强烈愿望。每个公司经理都这么想：“要是我们能用一种仪器测出

人们的上进心有多强，挑选推销员的困难就迎刃而解了。我们需要知道哪些人在遇到困难的时候仍然不懈地工作，哪些人遇到困难就躺倒不干。我们不能容忍那些貌似能干而实际上缺乏上进心的人。”测量上进心的仪器是没有的。但你可以扪心自问：

我能处理多少烦恼的事而不袖手旁观？

我能容忍多少困难而不逃回家躺到床上去？

一个“常胜”推销员对上述问题的回答必定是：“不管有多大困难，我决不就此罢休。”

8. 我们每个人都很善于掩饰自己的胆怯。但作为一个“常胜”推销员却要坚持找出自己对什么事物感到胆怯，然后就迎着这种事物冲上去，克服自己的胆怯。一旦克服了胆怯，就会表现出信心十足，这可以说是取得成功的关键之一。

9. 有不少推销员只在外界环境顺利时才能保持饱满的情绪，他们的热情决定于别人的态度和外界事物的情况如何。你是这样的人吗？如果你是，那就请认真地想一想，你怎能如此屈从于命运的播弄？为什么只有在事情顺利时你才感觉良好？这说明你只不过是个平庸的推销员。这样的推销员总是闲散地站在那里等待顾客上前买东西。有人来买了，他高兴。没有人来买，他就不快活。可是，从一个“常胜”推销员的情绪上，人们看不出他工作是否顺利。你会问，他们怎能将情绪掩饰得这样好？好的，我来告诉你。首先，他们并非“掩饰”情绪，而是对生活充满热情和信心。他们知道，无论今天

运气如何，它总会变化——坏变好，好变坏。但是他们所具有的那种乐观精神则能使他们永远作出好成绩，无论是身处顺境还是逆境——他们能为自己带来阳光。

10. “常胜”推销员能赢来许多回头客和经人介绍慕名而来的顾客。这里面确实有一种技巧，其本质就是让顾客看到你确实是感情真挚地为他们的利益着想。在一个正常的市场上如果没有大批慕名而来的顾客，任何推销员也不能挣大钱。

在成百万的销售人员中有那么一些人对顾客怀有憎恶之心。他们对自己的同胞缺乏耐心却又想赚大钱，其结果必然是因树敌过多而遭到事业的失败。

11. 你遭到过来自顾客的障碍——失信和拒绝吗？在你不厌其详地向顾客介绍产品时，也许他心里正想着和你的竞争对手会谈，却对你说下星期给你打电话。可是他没有打电话来。等你反过来找他时，他已经从你的竞争对手那里买了货。你遇到过这样的事吗？如果还没有遇见，你要作好思想准备——这种事是必然会发生的。

优秀的推销员懂得，这就是推销，这就是商业。你无法阻止这类事情发生，但必须学会巧妙克服这种障碍的技能。

12. 最后，有作为的推销员坚信，他们必须不断地接受再教育，学习日新月异的推销技术。公司的领导人鼓励其推销员去参加学习班，听录音，看

录像，还要读书。“常胜”推销员深知，多花一些时间、金钱和精力对自己进行智力投资，会在各方面得到报偿。最重要的是让自己具备完美的事业素质。这并不是什么新鲜事。本杰明·富兰克林就曾说过，“掏空钱包，把钱装进你的头脑，你的头脑将用更多的金子装满你的钱包。”

第三章

善于提问,买卖成功

你和一位顾客谈生意,在他最后作出肯定答复说“是”之前,会有一连串不那么肯定的回答。这个过程是合理的,对吧?

用巧妙的提问和应答技术引导那些可能成为买主的顾客作出一连串“是”的回答,直到成交。这就是引导顾客成交的“引导术”。

引导顾客成交的提问方式有多种,大体上可以分成主导式,征询式,含蓄式,应答式和限定式几种。

主导式提问——把你的主导思想说出来,在这句话的末尾用提问的方式把你引导成交的意图传递给顾客,例如:

“目前节约燃油是个非常重要的问题,不是吗?”

“现在很多先进的公司都使用计算机了,不是吗?”

“我们每个人都要把安全因素放在首要地位,您同意吗?”

这些都是把你的见解放在一句话的前面的主导式提问。如果你说的话符合事实而又与顾客的看法

一致，他当然会同意并且说“是”。只要运用得当，你会引导顾客说出一连串的“是”，直到成交。可以说，推销工作是一门正确提问的艺术。要牢记：要等到顾客表现出购买的主观愿望时你才能提出引导性的问题。如果他们没有表现出主观兴趣你就喋喋不休地提出一大堆问题引导他们购买，结果会适得其反。

举例说，我推销的产品是办公室复印机，我和梅克伯斯公司办公室主任约定会谈。

我打定主意要卖给梅克伯斯公司一台本公司新出的“超级波”牌复印机。“超级波”的性能的确很好，不仅复印速度很快，而且分页装订也快。我已经认定他们一定要买一台。我已经把复印机打好包装，捆在一台带脚轮的轻便小车上，而且还准备好一本打字精美的介绍资料，标题是：“看，‘超级波’能为梅克伯斯公司作出怎样的贡献”。总之，我对“超级波”信心十足，以为万无一失。

会谈一开始，我就说：“您想要一台复印精确逼真的复印机，是吗？您喜欢一台能同时完成分页和装订的复印机，对吗？”

办公室主任摇着头说，“不，我们从来不在自己的办公室里装订任何东西。马路对面有一家设备完善的印刷厂，所有这些分页啦，装订啦的事情他们都包下来了。我们只要一台结构小巧，不出故障的高质量复印机就行了。”

瞧，我把自己弄得多么尴尬！