

攀登推銷的高峯 (上)

攀登推銷的高峯(上)

哈佛管理叢書編纂委員會



哈佛管理叢書

攀登推銷的高峯（上）

出版者：哈佛企業管理顧問公司出版部

發行人：洪良浩

編輯：哈佛管理叢書編纂委員會

地址：台北市復興北路166號9樓

電話：715-0471

郵政劃撥：第0142333-7號行銷/推銷雜誌社帳戶

實價：每本新台幣220元

國內零售總代理：台灣英文雜誌社

台北市延平南路189號6樓

電話：361-2151

中華民國七十四年六月初版

行政院新聞局核准登記證：局版台業字第0174號

哈佛管理叢書序

哈佛企業管理顧問公司的主要任務是為企業界提供最新的管理觀念與技術，適時為各企業解決一切管理上的問題，為國家經濟發展貢獻一份力量。

在今天劇烈的競爭下，動態的變化已是司空見慣，處於這千變萬化的市場上，要能隨機應變、提高工作效率、拓展新市場、增加營業利潤、加速企業成長，只有繼續不斷的吸收新知識、採用新技巧，才不致在管理上落伍。為了加速管理觀念與管理技術的傳播，我們計劃出版一套管理方面叢書，藉著這一套叢書，我們將介紹最新的管理觀念與技術，供企業界參考。

面對著這一份神聖的企業管理教育推廣工作，我們的態度是嚴肅的，我們熱切地希望這一套叢書能為企業界提供新知識，共同為國內企業管理的現代化催生。

董事長洪維岳

序言

「陳經理請您簽這張保單吧？不然，我達不到這個月的責任額。」一位壽險推銷人員近乎哀求地說著，却不知從客戶可以獲得的安全保障著手，進行說服的工作。

「王課長如果您決定買這部機器，我可以給您一些回扣。」一家機械公司的業務代表正在大力遊說客戶，他不知道客戶有興趣的是：這部機器的性能如何？售後服務完善嗎？

以上的兩位推銷人員，只是在賣產品，他們並不算是專業的推銷人員。專業推銷人員須具備專業推銷的知識與能力。其中專業知識包括：對自己產品與相關產品的深入瞭解；對競爭者及競爭產品的認識；廣泛的商業及一般常識；對人及人性的瞭解。而專業知識則涵蓋了管理技巧的運用；溝通的能力；專業推銷技巧的精通。

本書便是國內有關的專家為了提高推銷的專業水準而提出的精闢見解，希望他們能協助您攀登推銷的高峯。

哈佛管理叢書編纂小組

目錄（上）

一、推銷哲學

1. 推銷——一種高尚的職業·····	9
2. 孜孜不倦，精益求精——談推銷專業化·····	15
3. 施惠於顧客的推銷·····	19
4. 服務就是推銷·····	23
5. 動機是推銷的酵素·····	28
6. 夢想是推銷的主宰——人類沒有夢想，就不會有進步·····	34
7. 雲想衣裳花想容——包裝是推銷的衣著·····	41
8. 贈品是推銷的甜食·····	48

二、推銷一得

1. 蘇格拉底的產婆術——間接說服之技巧·····	55
---------------------------	----

2. 試試「向師父推銷」！——談以退爲進的推銷技巧	60
3. 從「補鍋戰術」談人性推銷	64
4. 一線難牽——談電話的使用	68
5. 推銷戰術——「既成事實」之運用	72
6. 施展「無相刀法」——談破除顧客的心理障礙	77
7. 我雖有心向明月——談推銷對象	82

三、推銷經驗談

1. 沒有上班和下班，只有工作和睡覺	86
2. 成功之道——堅持自己的意志和步調	92
3. 爲什麼他特別需要她？	97
4. 推銷的語言世界	103
5. 生命的原動力	109
6. OP的精神	115
7. Yes與No之間	122

四、開發客戶的技巧

1. 釣得晚霞滿漁船——談尋找「準客戶」的幾個觀念	128
2. 開拓潛在客戶的原則與線索	138
3. 發掘潛在顧客的方法	144
4. 顧客在那裏？	151

五、接近客戶的技巧

1. 溝通是推銷的前提	155
2. 傳言送語——溝通行為模式在推銷上的應用	162
3. 行為語言在推銷上的應用	174
4. 顧客的購買動機	184
5. 盲目？雪亮！——群眾心理只有十二歲	188
6. 你言我語——簡介三種面談學說	194
7. 接洽的技巧	203
8. 十二種創造性的開場白	214

9. 聊天前的藝術·····	222
10 語意留芬·····	227
11 會說不如會聽·····	231
12 語意溝通技巧——三個「謝謝」起家·····	234
13 櫃檯推銷中，接近顧客的方法·····	237
14 櫃檯推銷中，如何向顧客說明產品·····	241
15 業務代表的口才——說一·問二·聽三·····	246

推銷哲學

推銷——一種高尚的職業

何謂推銷

「推銷」乃是發掘人們的需要和慾望，然後，說服他們購買您的勞務或產品，來滿足這些需要。

「推銷」乃是說服人們，對您所提供的任何東西感到需要，不論它是一種思想、一種勞務、或是一種產品。

「推銷」乃是一種充滿積極的價值、快樂和滿足的職業。

專業的推銷工作有下列五種主要的領域：

(一) 特殊品推銷 此一類型的推銷，單位售價通常較高，諸如不動產、汽車、家用電器、

事務機器及百科全書之類的產品。

(二)勞務推銷 此類推銷包含人壽保險、房屋貸款、以及其他各種個人的勞務。從事此一領域的推銷工作，需要勇氣、耐心、遠見和想像力。

(三)工業品推銷 推銷員需要訪問工廠，藉以推銷機器、原料或維護保養等。您必須具有技術底子，而且，有能力提出明智的建議。您必須保持高度的興趣和不斷地研讀，才能趕上技術的變遷和進步。

(四)觀念推銷 您所推銷的是一種觀念。雖然沒有具體的產品或樣本可供展示，但您可利用別的客户，應用您的觀念，所得到的利益，作為推銷的手段。從事此類推銷工作，需要高度的想像力和創意，以及對任何事務具有強烈的好奇心。

(五)零售推銷 推銷的對象是零售商，然後，零售商再把東西從店裏推銷出去。較小的零售商店，通常會直接向你進貨；但大規模的零售商或連鎖店，您就必須與它們的採購負責人磋商協議。

「推銷」是一種多采多姿的職業。如果您喜歡獨立、自由、旅行以及變化多端的經歷，您都可以在推銷的生涯中獲得。

由於企業界極度需要優良的專業推銷員，因此，不論您是作固定薪津、佣金或薪津和佣金混合的方式工作，您會發現您的收入遠在一般水準之上。此外，企業界更有從推

銷部門擢拔主管的趨勢。您在推銷中所受的訓練和經驗，乃是步向高階主管的捷徑。

何謂推銷員

這個問題的答案是：每個人都是推銷員。

遊戲中的小孩會不斷地試圖，把自己的想法推銷給玩伴；年青人會向自己中意的女孩推銷他自己；一個要求加薪的部屬，則是向老闆推銷他值得被付出更多的報酬。

每一個人都是推銷員——小孩、年青人、老年人、教師、政治家等都是。推銷員與其他人士的差別，則在於他以推銷謀生，他是一個專業的推銷員。

推銷員應具備的條件為何？

最重要的要求是「您必須對您的產品或勞務，具備充分的知識」；其次您需要瞭解「如何把產品或勞務介紹給顧客」。

爲了使您能够有技巧的推銷，您可以從各種推銷課程學習許多推銷方法。例如，I.D.S. 推銷方法，其每一字母即代表此一推銷法的步驟：

表示注意(Attention) 您必須先取得購買者的注意。如果您未能得到購買者的注意，您無異是在對牛彈琴。

表示興趣 (Interest) 您必須把您的產品或勞務，所能帶給購買者的利益都告訴他，以引起他的興趣。如果，我們未能引發購買者的興趣，我們怎能冀望他會購買呢？

代表欲望 (Desire) 您必須把想要購買您的產品的欲望，深植到購買者心中。如果我們不能引起他的購買慾，生意就不可能成交了。

代表銷售 (Sell) 您得到訂單，銷售工作才算大功告成。許多非專業的推銷員，就因為不懂得，最後如何請求客戶訂貨的技巧，而失去了交易。

上述每一個步驟，都含有不同的技巧，推銷員可以選擇最適合自己個性者，來加以應用。

受過基本的推銷技巧訓練之後，新進推銷員通常還要接受銷售主管或高級推銷員的實地教導。在剛出道期間，他需要經常地向銷售經理提出報告，直到他可以獨當一面為止。

如何成爲一流的專業推銷員？

首先，您必須不斷地研究您的公司、產品、和其他有關的資料。其次，您必須持續地增進與銷售有關的知識技能，例如：人群關係、意見溝通、創造力思考、目標設定領導力、動機、組織、態度、行爲科學、應用心理學、自我分析等。您學習得愈多，您的

本事就可能愈大，您也就更可能成爲一流的推銷員。

成爲專業推銷員的機會如何？

過去，一百個推銷員當中，能够持續推銷工作一年以上的不到五個。

今天，由於公司內部或外界機構，提供了良好的推銷訓練，成爲專業推銷員的機會已遠較過去爲高。但是，仍然約有百分之五十的人會半途而廢。因爲，許多人受到推銷員優厚薪水的誘惑，相繼步入「推銷」的行列。幾個星期或幾個月後，他們却發現沒有豐富的推銷經驗，根本賺不到高薪，因而半途放棄了。

推銷員的地位爲何？

一個專業的推銷員，在現代的社會中受到極高的重視。

許多專業的推銷員都恪遵如下的信條：

「推銷工作的職業道德，是使您自己和您的客戶同享利益。」

一個真正專業的推銷員，不可能推銷自己都不信賴的產品或勞務。他不敢推銷對顧客沒有利益的產品或勞務；因爲，這樣做會破壞他的信譽，也將使他失去專業的地位。

女性在推銷界中的角色爲何？

對某些產品而言，女性較男性更適宜於推銷。在這些特殊的領域，女性推銷員都有卓越的表現。

但事情總有例外，機器產品的推銷員中亦有傑出的女性；而女用內衣亦有成功的男性推銷員。

女性加入推銷行列者已越來越多。

專業推銷員的抱負和理想爲何？

- 維持並提高推銷藝術中的倫理和專業規範。
- 助長、增進和鼓勵推銷員與大眾間更良好的關係。
- 於企業、社會和學術生活中，促進選擇的自由、經濟的成長和市政的發展。

（戴富偉）

孜孜不倦，精益求精

——談推銷專業化

經濟成長，工商發達，使社會上每項工作，分工越分越細。只要守住自己的工作崗位，潛心研究，不斷地創新，專業上的知識與經驗，就很容易使你成為專家。專業的能力與自信，就是一個人的本錢，也是導向成功的一個重要因素。

有一個專家的故事。一家工廠唯一的發電機壞了，全廠只得暫時停工。工廠技師雖然竭力修理，但無法修復。由於停工，每天損失要好幾十萬塊錢，因此，工務課長只好請外面發電機專家來。這位專家仔細地檢查及研究一番後，說道：「請借我一隻小鎚子。」

他拿到小鎚後，走到一隻管子邊，仔細選定一處，用力一敲。說也奇怪，發電機竟然就轉動了。

「多少錢？」，課長很高興的問。

「修理服務費五千三百元。」

「什麼？這麼貴！」，課長瞪大眼睛，「你只不過在這管子敲了一下，就要五千三百元？」

這位發電機專家回答：「敲一下只要三百元，不過知道在那裡，就要五千元了。」專家之所以值錢，就是他能迅速地發現問題的癥結，對症下藥，節省了不少的時間與金錢。

推銷員與專業推銷員不同。推銷員僅在賣東西；而專業推銷員需具備各項專業推銷知識與能力。

這些知識包括了：

自己產品與相關產品的深入瞭解。

對競爭者及競爭產品的認識。

廣泛的商業及一般常識。

對人及人性的瞭解。

這些能力包括了：

管理技巧的運用。

溝通的能力。