

美国管理协会·斯米克管理丛书

主编·汪 熙 李慈雄

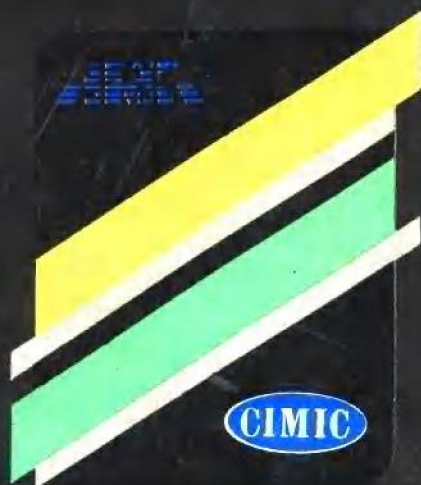
推销妙语300句

上海工商学院主持翻译

[美] 特里·加姆布尔 迈克尔·加姆布尔 著

周仲良 译 罗茂生 校

a m a c o m



上海人民出版社

美国管理协会·斯米克管理丛书

amacom



主编·汪 熙 李慈雄

推销妙语300句

[美] 特里·加姆布尔 迈克尔·加姆布尔 著

周仲良 译 罗茂生 校

Jm127/01

丛书策划者

美国管理协会

斯米克集团

上海工商学院

上海人民出版社

上海人民出版社

(沪)新登字 101 号

责 任 编 辑	苏贻鸣
	赵 旭
特 约 编 辑	陆凤章
封 面 装 帧	甘晓培
编辑、出版总策划	朱金元

美国管理协会·斯米克管理丛书

主编 汪 熙 李慈雄

推销妙语 300 句

[美] 特里·加姆布尔 著
迈克尔·加姆布尔
周仲良 译
罗茂生 校

上海人民出版社出版、发行

(上海绍兴路 54 号 邮政编码 200020)

新华书店上海发行所经销 常熟新华印刷厂印刷

开本 850×1092 1/32 印张 4.5 插页 2 字数 89,000

1995 年 10 月第 1 版 1995 年 10 月第 1 次印刷

印数 1—5,000

ISBN7-208-02065-5/F·442

定价 6.80 元

Sales Scripts That Sell by
Teri Gamble & Michael Gamble

Copyright (c) 1992 Teri Gamble &
Michael Gamble

Original English-language edition published by
AMACOM, a division of the American Management
Association, New York. All right reserved.

本书由美国管理协会出版部授权翻译出版。版权所有，未
经授权，不得翻印、转载。

主 编 前 言

这一套丛书是在美国管理学会(American Management Association)出版的一系列自学丛书的基础上,加以挑选,翻译而成的。美国管理学会简称“AMA”,是美国也是世界最大的一个企业管理的教育、培训和出版机构。它在世界各地拥有7万多会员(大多是全球著名企业的高层负责人),在美国各大城市设有9个分支机构,在欧洲、加拿大和墨西哥都有海外培训中心。近年来,又将活动延伸到东南亚、日本和中国。它经常在世界各地举办高层次的管理科学研讨会。AMA的一项重要活动是组织有成就的企业家和学有专长的学者编写各种类型的企业管理书籍加以出版。它有自己的出版机构——“阿玛康姆”(AMACOM)。近年来已出版这类书籍200余种,这些出版物的特点是:第一,各书的作者都是企业家或学者,或是二者兼而有之,他们本身就是实践和理论的结合体,因此都能言之有物,切中要害。第二,这些书的选题和内容都反映和介绍了当代管理科学的最新发展和成就,因此深受企业界的欢迎,有的书被奉为圭臬,再版多次,历久不衰。第三,因为是自学丛书性质,内容深入浅出并附有图表、统计、问答和测

试题,便于读者理解和吸收。

在我国经济改革方兴未艾,市场经济城乡崛起之际,我们觉得,当前一个最迫切的任务是,让投身于这一崭新事业的公私企业家们能接触和掌握世界上最新的和行之有效的管理知识。通过思想更新,把他们自己装备起来,在激烈的市场竞争中取胜。当然,我们也想到那些正在学习或即将从事企业经营的年轻人。AMA 提供的知识,具有很大的启迪性和规范性,可以作为人们别具一格的自学教材。

正是出于这样的愿望,我们在与 AMA 总裁和他们的负责人接触之际,有机会阅览了他们大部分的出版物并在此基础上,组织了专家认真评选,从中选出了当前我国最需要的,值得参考的 10 本书。接着,我们就组织了一批学者进行翻译和校订并为每一本书写了内容简介。经过集体的努力,终于完成了这一套覆盖面比较广的管理丛书。由于每本原著写作的风格不同,所涉及的内容各异,我们虽尽量保证翻译质量,但疏漏之处在所难免,我们诚恳地欢迎读者的批评与建议,以便再版时得以改正。

在本书出版之际,我们要感谢美国 AMA 和 AMACOM 的合作,按法律程序顺利地解决了版权转移问题。我们还要感谢上海工商学院孙丕晋副院长以及复旦大学、上海财经学院、上海大学商学院和上海工商学院的李葆坤、王明初、章汝荣、舒子唐、罗茂生、夏善晨教授及斯米克集团的丘宝华先生等所组成的专家组从大批原著中认真挑选了应该译为中文的好书。参与翻译和校订的学者们都在规定的期限内交稿,他们严肃的工作态度和不辞辛劳的投入,对本丛书倾注了不少心血,支撑了它的成长。最后,我们要特别感谢上海人民出版社的朱

金元先生,他的卓识远见和高效率的编辑组织能力,保证了这本书的及时出版。

成套地介绍西方企业管理的理论和实际经验,对我们来说还是一个尝试,我们相信这样做,对经济改革是一件有意义的实事。我们谨以此奉献给那些敢于投入经济改革,开拓跨世纪伟业的人们,祝他们成功!

汪 熙

复旦大学教授,博士生导师

上海工商学院院长

李慈雄

斯坦福大学管理学博士

斯米克集团总裁

1995年8月.上海

目 录

主编前言

开场白.....	(1)
----------	-----

第一幕 奠 基

第一场 本书宗旨及其使用方法.....	(3)
第二场 推销语言及其巧用方法.....	(7)

第二幕 行 动

第一场 客源如珍宝,全靠你去找.....	(13)
寻求客源的推销用语	(18)
第二场 把握销售的全局	(43)
有助于把握销售全局的推销用语	(48)

第三幕 攻 关

第一场 积极消释顾客的异议	(52)
消释顾客异议的推销用语	(56)
第二场 妥善处置顾客的迟疑	(94)

对付顾客迟疑的推销用语	(96)
-------------------	------

第四幕 拍 板

第一场 胜利成交	(111)
助你胜利成交的推销用语	(114)
第二场 请人推荐	(121)
寻觅推荐人的推销用语	(124)
尾 声	(127)
征求新的推销用语	(129)

开 场 白

编写《推销妙语 300 句》，旨在帮助你在销售竞争中取得真正的优势。不论你是一名从事推销的新手，还是久战商场的行家，本书都能提供你走上成功之路所需要的商家语言和技巧；并进而有助于提高你的市场渗透力度，赚取更多的钱。你用不着再因客户拒访、推托、迟疑、闪烁其词而一筹莫展，突然间你会感到自己竟然也能信手拈来，妙语连珠，成功地去物色客户，约请商谈，扫除障碍，拍板成交。

推销失误，代价昂贵。本书将为你指点迷津，确保你使用的推销用语贴切得体、积极有效。推销人员每天都会面临或听到许多销售方面的问题，本书就提供了解决这些问题的钥匙。对于当今广大推销人员来说，本书无疑是一本最为实用的专业读物。

正确运用本书，熟悉许多行之有效的推销用语，有助于你去开拓新的业务，弄清楚客户需要，解释顾客疑虑，扫除种种障碍，最终成交。本书介绍的方法易学可行，读起来妙趣横生。

作为职业推销员，你就需要运用这些推销用语，解答人们提出的种种问题。解答问题，贵在及时。有些解答录制在录音

节目里,收集在纯粹论述推销心理的书籍里,记录在你上次参加推销员学习班的讲课笔记里;你在需要时要去查找。本书介绍的推销用语则把所有这些重要的解答置于你的手头和嘴边——用之信手拈来,说之妙语连珠。

当然,本书并非杜撰,它来自现实。我们要衷心感谢专家咨询小组的各位同仁:通用电气公司的地区销售经理吉姆·坎贝尔,科科兰国际集团总裁巴巴拉·科科兰,Zerox 公司主帐销售经理贝特西·多诺万,希金斯房地产实业公司董事长威廉·希金斯,Mikasa 公司销售代表格温·奥普费尔,I. Lehrhoff 公司销售代表马克·奥普费尔,美国管理协会图书出版公司经理韦尔登·拉克雷。本书编写工作得以顺利进行,在很大程度上得益于以上各位经验丰富的销售专家提供的真知灼见和大力支持。

我们还要特别感谢在美国管理协会图书出版公司工作的本书编辑们,其中包括组稿编辑安德烈·佩多尔斯凯、文字编辑理查德·盖金斯、业务编辑雷特·弗德纳、出版经理莉迪亚·刘易斯,非常感谢他们在策划本书出版的过程中投入的精力和表现出来的远见卓识。

此外,我们还要向我们的孩子马修·乔恩(16岁)和林赛·米歇尔(10岁)表达特殊的感激之情,多年来他们教给我们的销售知识比我们能够想象的其他人要多。

特里·加姆布尔

迈克尔·加姆布尔

第一幕 奠 基

第 一 场

本书宗旨及其使用方法

演 员 表

销售明星 你

潜在顾客 对方

背 景

你作推销的任何地点,如办公室、潜在顾客的办公室、田野、餐厅、会场、车厢、高尔夫球场、社交宴会等。

时 间

此时此刻。

舞 台 指 导

本书全是如何运用推销用语的指南或建议,旨在帮助你融会贯通,将这些语言融进你推销活动的全过程。

销 售 场 景

约翰伸手打电话,一转念决定去喝杯咖啡。苏珊纹丝不动地坐在自己的汽车里,车子停靠在一家人有望成为客户的办

公楼前；她呆坐在车里等待着。阿列克斯在向一位女士展示一种产品，可是这位女士突然慌忙地表示歉意，说是误了另一次约会；他伫立着，一言不发，目送着她离去。丹尼尔与客户苦苦谈判已有好几个星期，终因谈判陷入僵局未能成交。

约翰、苏珊、阿列克斯、丹尼尔乃是日常生活中成千上万名职业推销员中的四位，他们每天未能做成重要买卖。他们为什么每每错过了销售良机呢？为什么他们所处的销售场景再三地令人失望和灰心丧气呢？其答案是：他们创造的销售场景只能导致失败，他们没有进入角色去创造一种可以带来成功的销售场景。本书有办法改变这种局面。

我们编著本书，出于两条重要理由：(1)提供素材，此时此刻你就可以用之于提高自己的推销能力；(2)提供动力，激发你做应做的事，为你本人和你所在的公司赚取更多的钱。经验表明，实际运用收进本书的推销用语做推销工作，你就会像胜利者那样立于不败之地。

本书是一本为创造成功推销情景而进行全面训练的手册。它不但会增添你获胜的决心，而且会神奇地提高你开拓业务和进行推销的能力。本书还有助于克服阻碍成交的种种因素，指导你应怎样将买方欲望和卖方需要联结起来，从而为你铺设一条通向成功的道路。

你会问：“诀窍何在？”诀窍就在你的言词中！就在你的行动中！诀窍就在于你自己！

为什么使用本书？

本书目的在于向你提供一套强有力的推销用语，你可以

将其用于联络感情,建立信任,增强自信,解疑释惑,消除障碍,拍板成交,提高你的推销能力。谁也不会否认,掌握一套随口应变的行之有效的推销用语(也就是使推销更具说服力的用语),能大大提高成功销售的比率。运用这些用语,你就有能力把握整个推销局面,学会用最妥善的方式应付用户或顾客的推托、迟疑和顾虑。同样无可争辩的是,正确回答人们常常提出的种种疑问,有助于你表现出不可动摇的自信,使你的推销生涯更潇洒,更富有成果。

很少有推销员相信自己可以成为一名口才出众的人,也很少有推销员相信自己能在任何时间任何地点向任何人推销自己的产品和服务项目。你现在可以改变一下这个观念了,因为你终于有了一套推销用语,可以用来应付当面推销或电话推销中可能出现的种种复杂局面。

如何使用本书?

本书将最有效的推销用语分门别类列出,每类用语前都有动机介绍和预备练习,以利于查阅和应用。陈述形式便于面访实习,也易于电话推销时引用。

每条用语都冠以标题,其中关键字语选自具体内容。与顾客或用户交谈,这类标题有助于你记忆相应的用语。此外,许多推销用语还附有舞台指导,说明如何应用引述。这类舞台指导用楷体字排印,在具体的推销场合就像一位专家站在旁边指导一样。

注意,用语中有些文字置于方括号中,以表明有关信息可以替换,如[公司名]、[产品或服务项目]等。圆括号说明根据

具体情况选用,如他(她)等。

我们建议,你在应用这类用语时做一点笔记,将你特别想用的单词和词句用着重号标出。在现实世界这个“实验室”中与顾客交往,应根据顾客要求灵活运用这些用语,使其适合你的产品类型、实际场合和用户的具体情况,将你的心得体会加进去。可以随时提醒你注意这些对你真正有效的东西。

每幕销售场景提供的信息将有助于你识别顾客,了解顾客需求,吸引顾客的注意,分析并回答顾客提出的疑虑,有的放矢地向顾客提出有关销售的问题,并最终达成交易。为了做到这一点,本书将帮助你记住那些有利于你做好推销工作的词句。成交越多,你赚的钱也就越多。你赚钱多了,你的公司盈利就多。对顾客的种种疑虑、推托和问题,在本书中都可查到解决的办法,你没有必要去冥思苦想,也不会让顾客把你搞得晕头转向,因为现在你胸有成竹,能把握住推销的局面,有成套的富于说服力的推销用语供你使用。让我们言归正传吧!

第 二 场

推销语言及其巧用方法

干练的推销员都能言善辩。有些人张口说话，马上就显得言穷词拙。能言善辩者则正好相反，他们的言辞总是有理有节，很有分寸，并且充满自信，因而对人们选购物品有一种导向的功能。

能言善辩者完全能驾驭自己所用的言辞，遣词造句恰到好处，少有迟疑不决或模棱两可的现象，也没有矫揉造作，夸大其词。这类人说话干净利落，会说“我们就签订这笔订货”，而不会含糊其词，说“我想我们应当签订这笔订货”。这类人说话决不会满口嗯嗯啊啊拖泥带水：“我希望你会，呃，给我谈谈，嗯，你对产品的，啊，有什么要求。”他们不愿用这种方式去说话，而会颇有自信地强调他们的产品如何有价值。同样，他们的谈吐中杜绝了无力的词语，这在实际上也加强了他们所处的地位。因此，他们会说：“我无意在这个问题上争论。”语调坚定又不失体。能言善辩者掌握了说话开门见山的艺术，言辞中没有自我否定的语汇，如“我也许不应当提这一点，但……”。

能言善辩者力避与人正面顶牛，他们总是以理服人。他们

会提出许许多多的问题,提供多种方案让人们自己去选择,例如:“您想我们在上午还是在下午见面?”“您希望星期一送货还是星期五送货?”

有意思的是,在西方文化背景下,与男子相比,女子说话更喜欢使用推测性字眼和修饰性字眼。例如:“我猜想……”,“我想……”,“我不清楚是否……”,这类用词在女人的说话中很普遍,而在男人的言谈中较少。

类似情况是,女人比男子更经常地倾向于将叙述性命题改换为提问。典型的例子是,女人会这样问:“您不认为先试试我们的产品,然后再向我们的竞争对手去订货来得更为合适吗?”男人则不同,他们的典型做法是使用一种更加肯定的说法:“请试一试我们的产品,再去向我们的竞争对手订货。”

何 谓 成 功?

本书介绍的推销用语旨在帮助你走上成功之路,因此你应当花一点时间考虑一下成功对你意味着什么。怎样能知道你已获得成功或成功在望呢?如果你已取得你所希望的成功,那么它是否足以激励你一辈子?你是否还要继续奋发、前进和攀登?请停下来想一想,写完以下几句话:

对于我,成功象征着……

我相信,当我……时,我就取得了成功。

一旦我做到了那一点,我就能……