

人生谋略与技巧丛书

推销谋略与技巧

TUOXIAOMOLUEYUJIQIAOTUOXIAOMOLUEYUJIQIAOTUOXIAOMOLUEYUJIQIAO

用最宝贵的时间，读最好的书



展出你的微笑，换来你的财富

坚韧是成功的一大因素，只要在门上敲得够久、够大声，终究会把人唤醒的。

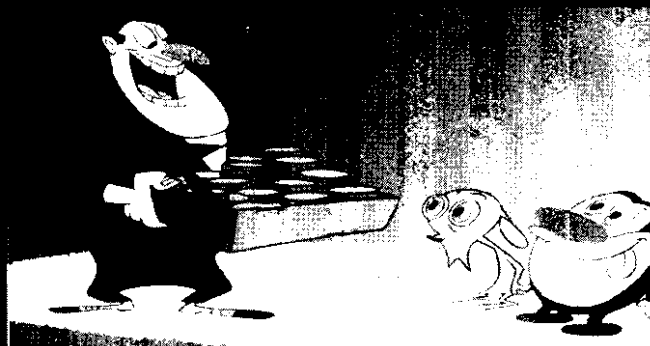
—华兹华斯

四川大学出版社

推销谋略与技巧

■ 李 蔚 黄 鹂 主编

用最宝贵的时间，读最好的书



展出你的微笑，换来你的财富

四川大学出版社

(川) 新登字 014 号

选题策划: 蓝明春

责任编辑: 徐 燕

封面设计: 林 宇

责任校对: 梁多云

责任印制: 张 凡

推销谋略与技巧

李 蔚 黄 鹂 主编

四川大学出版社出版发行 (成都市望江路 29 号)

新华书店经销

郫县犀浦印刷厂印刷

850×1168mm 32 开本 11.875 印张 2 插页 230 千字

1997 年 8 月第 1 版

1997 年 8 月第 1 次印刷

印数: 0001—13000 册

ISBN 7-5614-1513-3/F·237

定价: 19.80 元

主要撰稿人

蔡蕊	陈志宁	金钜	蓝明春
薛帆	潘文俊	施颖	韩亚东
李晓川	黄鹂	李蔚	廖歆毓
颜岩	黄璐	黄静	贺蓉
梅艳方			

目 录

第一章 推销商品首先推销自己	(1)
一、人生离不开推销	(3)
二、推销自己的含义	(4)
三、建立自我推销的自信和勇气	(5)
四、自我推销的语言技巧	(14)
五、仪表与自我推销	(41)
六、如何打扮自己的衣着	(50)
七、求职应聘中的自我推销	(53)
第二章 推销什么——分析你手中的产品	(68)
第一节 推销的决不是产品	(68)
一、两个例子	(68)
二、顾客的需求	(72)
三、推销什么	(79)
第二节 产品结构	(86)
一、核心产品	(87)
二、形式产品	(91)
三、附加产品	(96)
四、小议产品整体概念的树立	(98)
第三节 顾客资格审查	(102)
一、顾客资格审查的概念及内容	(103)

二、顾客财力审查·····	(103)
三、顾客权力审查·····	(106)
四、顾客需求审查·····	(109)
第四节 顾客需求分析·····	(113)
一、人口因素·····	(113)
二、收入因素·····	(115)
三、心理因素·····	(116)

第三章 销给谁——寻找顾客····· (120)

第一节 确定推销目标·····	(120)
一、推销目标概述·····	(120)
二、企业推销目标·····	(122)
三、推销人员推销目标·····	(127)
第二节 列名单技巧·····	(131)
一、客户档案建立技巧·····	(132)
二、客户档案管理技巧·····	(136)

第四章 学习蜘蛛——推销网络 ··· (141)

第一节 青蛙与蜘蛛的启示·····	(142)
一、青蛙的启示·····	(142)
二、蜘蛛的启示·····	(144)
第二节 织结推销网·····	(145)
一、推销网络及其织结·····	(145)
二、渠道目标及其限制因素·····	(146)

三、推销网络的形式·····	(147)
四、选择网络模式应考虑的因素·····	(149)
五、正确选择网络渠道·····	(150)
六、渠道方案的评估·····	(151)
第三节 织网的技巧·····	(154)
一、关于销售渠道的选择·····	(154)
二、关于销售渠道的组合·····	(157)
第四节 网络的管理与维护·····	(159)
一、渠道中的矛盾·····	(159)
二、渠道成员的复杂性与权力结构·····	(160)
三、网络渠道的管理与维护·····	(162)
 第五章 有的放矢——推销公式 ···	(165)
第一节 爱达公式·····	(165)
一、如何吸引顾客的注意力·····	(165)
二、推销活动的真正开始·····	(175)
三、推销的关键性阶段·····	(182)
四、促成顾客的购买行动·····	(187)
第二节 迪伯达公式·····	(197)
一、建立坐标, 找准方位·····	(198)
二、鹊桥相会·····	(207)
三、“上帝”需要证词 ·····	(213)
四、释放“催化剂” ·····	(218)
第三节 埃德伯公式——中间商推销·····	(221)

一、巧妙的粘贴艺术·····	(223)
二、展示“她”迷人的魅力·····	(225)
三、沙里淘金，去芜存菁·····	(227)
四、“相信我，没错的！”·····	(228)
五、花好月圆，喜结同心·····	(229)
 第六章 推销技巧 ·····	 (231)
第一节 开拓客户的技巧 ·····	 (232)
一、努力开拓法·····	(232)
二、由近及远法·····	(233)
三、连锁开拓法·····	(234)
四、利用人缘法·····	(236)
五、聚集场所利用法·····	(236)
六、相关商品推销法·····	(237)
七、合作销售法·····	(238)
八、重点突破法·····	(239)
九、信息利用法·····	(239)
第二节 约见技巧 ·····	 (241)
一、间接法·····	(242)
二、名片法·····	(243)
三、关系法·····	(244)
四、时机法·····	(245)
第三节 接触技巧 ·····	 (246)
一、微笑的力量·····	(246)

二、眼神的交流·····	(248)
三、问候的艺术·····	(248)
四、握手的技巧·····	(249)
第四节 开场技巧·····	(250)
一、利用顾客的好奇心来设计开场白·····	(251)
二、设身处地地设计开场白·····	(252)
三、正话反说的开场白·····	(253)
四、称赞你的推销对象的开场白·····	(254)
五、向顾客允诺好处和利益的开场白·····	(256)
第五节 产品的介绍与展示技巧·····	(258)
一、善于把握介绍时机·····	(258)
二、以奇致胜的产品展示与介绍·····	(260)
三、介绍商品的内容·····	(262)
四、商品展示的内容·····	(266)
五、介绍与展示方式·····	(267)
第六节 谈话的技巧·····	(270)
一、说话要热情, 要有亲切感·····	(271)
二、遵守人际交往中的语言规范·····	(273)
三、要具有应变能力·····	(274)
四、学会利用顾客身边的人·····	(276)
五、注意区别对象·····	(276)
第七节 拒绝技巧·····	(276)
一、说“不”的技巧·····	(277)
二、推销活动中拒绝的技巧·····	(278)
第八节 商价技巧·····	(284)

一、确立价格“三点”，打好心中“算盘”	(284)
二、报价技巧	(285)
三、还价技巧	(290)
第九节 磋商技巧	(299)
一、磋商原则	(300)
二、磋商技巧	(304)
第十节 成交技巧	(309)
一、直接发问法	(309)
二、暗示拥有法	(310)
三、解除疑问法	(311)
四、强迫选择成交法	(312)
五、次要问题成交法	(313)
六、激将成交法	(314)
七、从众成交法	(315)
八、提示成交法	(316)
九、机会成交法	(317)
十、优惠成交法	(317)
第十一节 服务技巧	(318)
一、主动诚实地倾听客户的不满	(319)
二、分析产生怨言的原因	(320)
三、应着重从公关广告效益上着眼	(321)
四、商讨清除怨言的对策	(322)
五、注意处理怨言后的服务	(322)

第七章 跳越死巷——推销障碍处理 ...	(324)
第一节 概述.....	(324)
一、何谓推销障碍.....	(324)
二、障碍产生是必然的.....	(325)
三、跳越推销障碍的原则.....	(326)
第二节 关系障碍及处理.....	(330)
一、见好第一面.....	(331)
二、制造愉快的气氛.....	(333)
三、记住客户的名字.....	(335)
四、保持联系.....	(336)
五、联络相关推销员.....	(336)
第三节 质量障碍及处理.....	(338)
一、正视疑义，巧妙解释.....	(339)
二、永不言辩.....	(340)
三、善用工具.....	(340)
四、妙用提问.....	(342)
五、熟悉热爱你的商品.....	(344)
第四节 价格推销障碍及处理.....	(347)
一、判断客户类型.....	(348)
二、巧报相对价格.....	(349)
三、学会说“不”.....	(350)
四、突出产品优势.....	(351)
五、暗示法.....	(352)

第五节 服务推销障碍及处理 ·····	(354)
一、重不在言而在行·····	(355)
二、侧重宣传附加产品·····	(356)
三、对无中生有的拒绝·····	(357)
四、全局着眼，不因小失大·····	(357)
五、切忌开空头支票·····	(359)
六、敢于说“对不起”·····	(360)
第六节 心理推销障碍及处理 ·····	(361)
一、满足需要·····	(362)
二、迎合顾客兴趣·····	(364)
三、以情感人·····	(365)
主要参考书目 ·····	(368)

第一章

推销商品首先推销自己

谁都无法否认，我们今天所面临的社会和过去已不大相同了。没有人为我们提供无忧无虑的生活。我们不可能再穿着相同的衣服，说着相同的话，做着相同的事。我们大多数人的命运都捏在自己手里，我们谁都不愿被别人摆来摆去……我们今生要靠自己——赤手空拳打天下。

也许昨天我们还一无所有，但我们渴望今日将富甲天下。怎样才能如愿以偿，那就只有直面人生先把自己推销出去。

别去相信命运这个字眼，所有的结局都是自己争取的。沮丧者争取到沮丧的命运，乐观者争取到乐观的命运。你要想获得生活的成功，就要把自己带人最高境界，因为你是独一无二的。不少受尊敬的成功者，都常暗示自己：我要争做第一。这个暗示就是激励，也是最高的目标原则。

世界上没有什么人跟你一模一样，尽管你不卓越，但你与众不同。只要你认定你是生机勃勃的，就没人比得上你，除非你甘愿让他们超过你。相信并好好地利用你自己吧，这是上帝赐予你最宝贵的财富。

也许你没有学历，也许你没有靠山，也许你没有资本，但是你拥有你自己。你将靠你智慧的大脑，勤劳的双手，将你完整无缺地推销给你所生存的世界并得到这个世界的认同，这才是一种值得你毕生追求的事业。

生活中的每件小事对你都是不平凡的，时时暗示自己是不平凡的，你将获得鼓舞性的自信。能够打败你的，只有你自己。自信心的崩溃会使人丧失生存能力。

为自己制定一个目标是必不可少的，目标越是可行和高远，自信心越能鼓舞自己。要使梦想成真，你必须相信这个梦想。

一个人越自信就越有力量，反之亦然。一个受欢迎的人，绝对的信心是重要的。只要有信心，力量就会自然而生。就会帮你克服推销中的阻力从而完成推销。要让人接受你，先要他了解你。

如果有人一生中从未遇到过坎坷挫折的打击，从未经历过困顿落寞的处境，从未体验过失意不堪的心情。他会怎样呢？这样的人是幸福的，但这样的人根本就不存在。

记住，正是挫折和不幸教会我们在人生旅途中如何超越自我。在自我推销中，应该用尊严、自信和勇敢去面对失败。汲取生活养分，让自己的精神世界丰富而深刻。也许有人给你指明最佳途径，但真正使自己从零开始建立生活的勇

气却来自自信。如果畏首畏尾，瞻前顾后，连接失败的还是失败。

一、人生离不开推销

·从知羞说开去

人自从知道羞耻，便开始了推销自己的艰苦历程。

知羞是一种自我推销行为。当一个人想到自己有可羞之处时，实际上他（她）已认识到了其可羞之处可能有悖于社会文化、伦理、道德等，这种违背势必影响到自己在他人心目中的形象，进而形成他人的避拒行为。这种避拒也就意味着自己未被他人接受与认同，从推销的意义上说也就是未能将自己推销出去。

爱美是一种自我推销行为。人为什么爱美，还不是希望留给他人一个好印象，进而吸引他人。被吸引，实际就是一种被接受的反映。一个不被接受的人，有什么吸引力呢？所以，人们不惜一切代价求美，以便能推销自己。尤其是女性，她们中的大多数依赖性较强，觉得在自己的价值构成中，外表价值是一个重要部分，能否把自己顺利地推销给社会，外表是一个特别重要的砝码。至于恋爱推销，就更是如此。几乎没有一个女孩在与男朋友第一次约会时不精心打扮。为什么？还不是为了把自己推销出去。

文明是一种推销行为。文明的言行、举止，希望给人以好印象，被社会所接受。如果不存在社会，或者正如鲁宾逊，除了自己外，别无他人，文明就失去了意义，这时人的许多文明行为也就消失了。

微笑是一种推销行为。对人微笑，是为了向人表示友好，然后被人认可，尽管两人见面时微笑是一种礼貌，但实际上也是自我推销的一种形式。

说服是一种推销行为。说服是企图将自己的观点、见解推销给被说服者。

交际也是一种推销行为。两个本来不相识的人之间，由于彼此交往建立了好感，互相接纳了对方，最后成为朋友，这即是一个相互的推销过程。所以人生是一连串的推销。能不能顺利地推销自己，决定着一个人的人生成败。

二、推销自己的含义

·肯定—尊重—信任—接受模式

什么是推销自己？推销自己或者叫自我推销，是通过自身的努力使自己被人肯定、尊重、信任和接受的过程。

一个人生活在社会上，首先得被人肯定，然后才能被人尊重，只有你被人尊重了，才可能得到信任，也只有以信任做基础，才能被人接受。

一个人怎样才能被肯定？这得看你身上是否具有“肯定因子”，也就是看你身上是否具有可以肯定的闪光点。这些闪光之点所构成的肯定因子，可以分为静态因子与动态因子。静态因子虽然比较直观，但有时仍得借助一定的活动方式才能完全表现出来。如一个人的气质、外貌。而动态因子就只有在活动中才能被人认识了。比如性格、能力、修养、学识等。只有当你的肯定因子被人充分了解之后，才能得到他人的肯定。

一旦你被他人肯定之后，你就在他人的心目中以一个社会人的形象占有了一席之地，这时，他人就会将你当成一个有人格尊严的人来尊重。当你被人尊重后，在形式上得到他人的礼貌相待，而在心理联系上则是信任。对人的信任，实际上是对人心理戒备的解除。为什么解除，不就是因为你的言行已被他人肯定，使之想到不会带来麻烦么？如果一个人随时可能带给别人灾难，别人会信任他么？

当他人完全信任了你，于是他便在心中接受了你，这时，你的言语、行动，就可以在他人的心目中产生反映，形成影响力，起到推销作用。

综上所述，所谓的推销自我，就是使自己被他人肯定，被他人尊重，被他人信任和被他人接受。

三、建立自我推销的自信和勇气

作为推销员，要敢于把自我推销出去，首先是要有自我推销的自信和勇气。一个连陌生人都不敢见的人，是对自己没有自信的表现，也是不敢自我推销的反映，这是必须首先克服的。

如何建立起自我推销的自信和勇气？

（一）相信自己

·不屈的马可尼

哀莫大于心死。天生我才必有用。如果你自己都不相信自己，谁来相信你？

相信你自己能办到的事你总是能办到。相反，之所以办不到，那是因为你不再相信自己了。