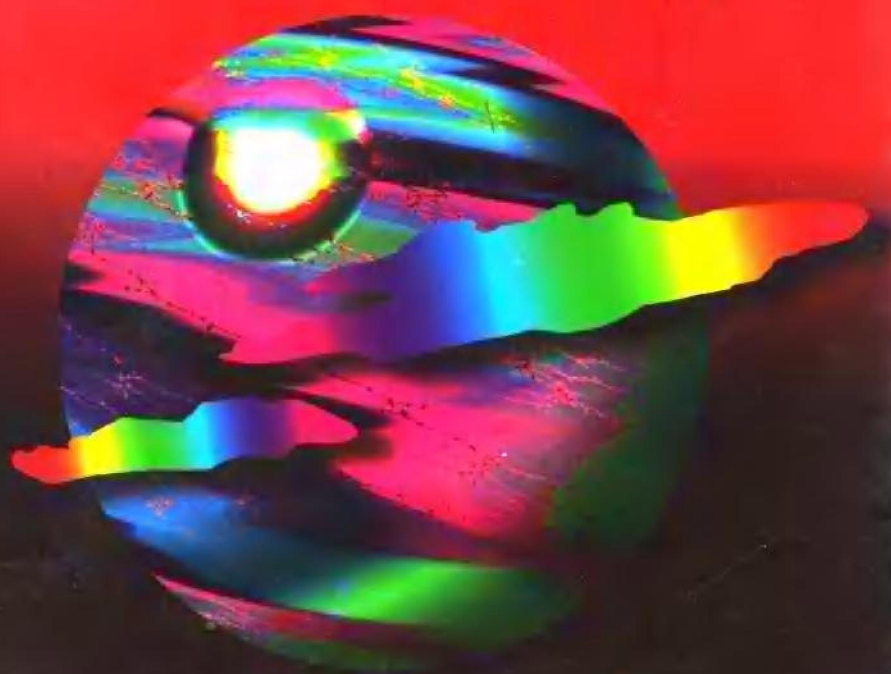


马必成主编

世界

超级推销员成功秘诀与金言

世界富翁艾科卡、李嘉诚、玛丽·凯等都做3-30年的推销员



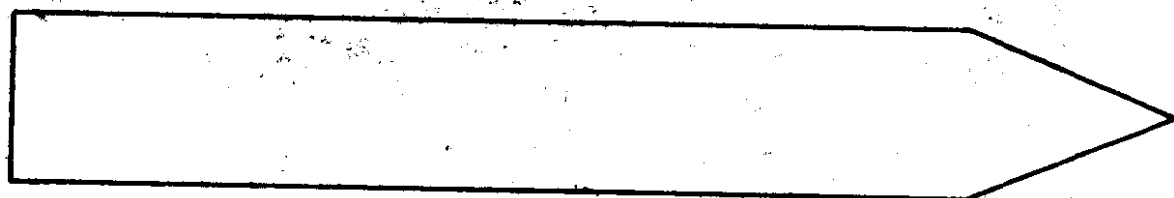
世界超级推销员成功秘诀与金言

马必成 主编

中国广播电视出版社

《营销秘诀与实例》丛书编辑委员会

主 编:	马必成	熊 瑞		
副主编:	韩荣贵	高振营	陈礼华	
	胡 明	周树清	王民忠	
编 委:	张玉显	陈成金	马必成	周 文
	马长财	王忠诚	魏大名	刘 新
	陈书伟	高兴武	徐立军	



Jm127115

● 告 读 者 朋 友 ●

在日本,有推销员“百万元俱乐部”。本书介绍的“推销之神”原一平及裕三四郎等就是因推销业绩超过百万元而成为该俱乐部的终身会员;

美国玛丽·凯化妆品公司每年的推销冠军,是这样被欢迎的:在高昂的乐曲声中,由董事长亲自主持,全体员工两旁站立,中间的红色地毯上走着那位推销冠军,地毯的末端是一辆崭新的红色的凯迪拉克,它为那位推销冠军准备。

著名的 IBM 公司把“公司最重要的人”的桂冠送给它的营销代表;

美国超级公司 Ford 公司的前总裁艾科卡,从进入公司第一天起,一直干了 20 多年的推销员。

世界富豪香港的李嘉诚也是从小推销员做起的。

.....

由此可见,推销员是一个神圣的职业,推销员是每一个公司生存和发展的主动力;没有优秀推销员的公司必然没有活力和生存力。如果您有幸加入崇高的推销行业,那么,成功就在向你招手。

请记住，本书并不要求您去读它！

您要在推销实际中，应用本书的方法，学习本书的方法，换句话说，本书所介绍的推销方法、技巧和经验都是真实发生在美国、日本；它没有什么“理论”，全部都是可以操作运用和改进的推销秘诀和可借鉴的经验。

也许您会说，在前言中应该概括介绍一本书的内容，这是一般的通常作法；可是本书却并不介绍，您只要动动手指，翻到下一页，那么成功的方法成功的秘诀，“百万俱乐部”就等待着您！

赶快动动手指，赶快奔向成功，“推销冠军”在向您招手！

参加本书编译的有：马必成、刘俊民、马安顺、李景瑞、胡明、王利明、王凯、孙建民、王民忠、李晓民、李福迎、米金丽、汪文卿、贾晓辉、李小健、汪高锋、李玉龄等。

编者

1996年4月

目 录

A 部 超级推销员的目标 与 4 大素质与业绩与创意

一、推销员成功秘诀：一个“目标” (3)

1. 如果你想成为一位推销冠军，你就能成功；

如果你没有这个目标，你就永远是你 (5)

2. 订立目标的几个技巧 (7)

二、超级推销员的 4 大素质 (9)

1. “我一定能成功”——自信的魔力 (10)

2. 充满热情——足以感动顾客；

缺乏热情，一事无成 (14)

3. “我要坚韧不拔，直到成功” (23)

4. 拿出勇气，全力冲过去

——日本推销之神原一平谈勇气与成功 (25)

三、一流的业绩与工作时间 (33)

1. 长时间工作是取得一流成绩的法宝

——美国超级推销员伊斯的“业绩哲学”	(34)
2. 向超级推销员学习的秘诀	(39)
四、创意是推销员成功的锦囊	(43)
1. 成功推销员的思考模式	(44)
2. 开发创意的9大方法	(48)
五、超级推销员成功的40个问题	(51)

B 部 “人心可测”——顾客类型及对策

一、6种气质与顾客的类型	(59)
1. 分裂气质及其顾客的特征	(60)
2. 循环气质及其顾客的特点	(63)
3. 粘着气质及其顾客的特点	(66)
4. 神经质及其顾客的特点	(69)
5. 歇斯底里型及其顾客的特点	(71)
6. 偏执质及其顾客的特点	(73)
二、3种人格与顾客类型	(75)
1. 激动型	(75)
2. 缺乏情操型	(75)
3. 意志薄弱型	(75)
三、15种类型的顾客及相应对策	(79)
1. 无主见型	(80)
2. 自作聪明型	(80)
3. 炫耀财富型	(81)
4. 思想家型	(82)

5. 内向型	(82)
6. 冷淡严肃型	(83)
7. 先发制人型	(83)
8. 好奇心强烈型	(84)
9. 温和顺从型	(85)
10. 多疑型	(85)
11. 好争论型	(86)
12. 沉默寡言型	(86)
13. 匆忙型	(86)
14. 随便看看型	(87)
15. 一般型	(87)
四、老年顾客、中年顾客与年轻顾客	(89)
1. 老年顾客	(90)
2. 年轻夫妇及单身贵族	(91)
3. 中年顾客	(93)
五、以职业划分,顾客有 17 种类型	(109)

C 部 推销程序的 3 大阶段 6 个步骤(I)

一、开发顾客的秘诀	(110)
1. 寻找准顾客的 15 种方法	(117)
2. 4 种常见介绍媒介	(119)
3. 收集与分析准顾客资料	(127)
4. 寻找顾客实例	(131)

二、接近顾客的技巧 (132)

1. 事先预约,提前到达..... (133)
2. 快速进入“顾客屋门”的绝招和花招 (135)
3. 开场白要首先吸引顾客的注意 (136)
4. 接近顾客的 3 种方法实例 (140)
5. 接近顾客常用辞令 (142)
6. 接近顾客的实例 (143)

三、产品说明的艺术和方法 (144)

1. 产品说明的基本原理及实例..... (151)
2. 产品说明的 5 个步骤 (154)
3. 5 种产品说明方法与实例 (154)
 - (1)标准记忆方法 (154)
 - (2)自由法 (154)
 - (3)计划法 (155)
 - (4)视听法及辅助器材 (155)
 - (5)顾客参与、操作法 (159)
4. 产品说明 5 个实例 (162)
5. 掌握产品、公司的知识 (169)
6. 介绍产品的效用 (173)
7. 生动形象的说明 (175)

C 部 推销程序的 3 大阶段 6 个步骤(Ⅱ)

四、处理异议(拒绝)的艺术 (179)

1. 顾客异议的主要类型 (180)

2. 顾客异议的 18 个信号	(181)
3. 处理顾客异议 20 个方法	(183)
4. 7 个成功处理异议的实例	(192)
5. 如何回答以下 17 个顾客的反対意见	(218)
五、促成交易的技巧	(221)
1. 38 种促成交易的方法	(222)
2. 促成交易常用辞令、禁用辞令	(240)
3. 结束商谈时的“16 个不要...”	(245)
4. 签约要诀	(246)
5. 签完订单之后	(248)
6. 推销访问后的总结(表)	(250)
7. 交易实例及评析	(251)
六、服务与跟踪	(259)
1. 售后服务的目标与作法	(260)
2. 处理顾客抱怨的机会和方法	(262)
3. 与顾客关系变坏的 6 个信号	(265)
4. 了解顾客意见的调查(表)	(266)
5. 售后服务实例及评析	(269)
6. 满意的顾客与抱怨的顾客的价值	(271)

C 部 推销程序 3 大阶段 6 大步骤(Ⅲ)

——16 种常见异议和对策和实例

一、“不要,不要。我们已有了”	(279)
-----------------------	-------

二、“我们的仓库已堆满了”	(283)
三、“没钱,买不起”	(285)
四、“价钱太高了”	(287)
五、“我不要这个,我要那个”	(291)
六、“我总觉得新产品……”	(293)
七、“我考虑考虑”	(295)
八、“不和老公商量一下,无法作决定”	(297)
九、“我不太清楚,无法决定是否购买”	(305)
十、“这根本不合理嘛”	(307)
十一、“以前使用过但效果不好”	(309)
十二、“我的好朋友在××公司供职”	(311)
十三、“小孩还小”	(313)
十四、“不看这本书,也不需要这本书”	(317)
十五、“只看样品还不能决定, 我希望看到实际商品”	(321)
十六、“我不买,孩子不需要”	(323)

C 部 推销程序 3 大阶段 6 个步骤(Ⅳ)

——13 类商品的推销与电话推销

一、13 类商品推销要诀	(335)
1. 推销制造商品的秘诀	(336)
2. 推销办公事务用机的要诀	(338)

3. 汽车销售的诀窍	(339)
4. 生产用机车、机器等的推销	(340)
5. 房地产推销高招	(342)
6. 家用电器的推销诉求重点	(344)
7. 图书推销重点	(346)
8. 运输业的推销要点	(347)
9. 药品推销的侧重点	(348)
10. 建材业推销的特征	(349)
11. 玩具推销的秘诀	(350)
12. 钟表的推销特点	(351)
13. 服饰推销员的窍门	(351)
二、电话推销的奥秘与局限	(353)
1. 电话约定访问的 4 个步骤	(354)
2. 电话巡回访问	(356)
3. 使顾客积极购买的 7 个步骤	(360)
4. 电话催款的 7 个步骤	(362)
5. 打电话给准顾客的适当时间	(364)
6. 电话推销的缺点	(365)

D 部 “无声”推销——身体语言的威力

一、推销成功的第一关：服饰仪容	(369)
二、手	(374)
三、眼睛	(375)

四、坐有坐相	(376)
五、站有站相	(377)
六、(推销员与顾客的)距离	(378)
七、名片传递法	(379)
八、身体语言测试 12 题	(380)
九、初次印象测 15 题.....	(383)
十、百位经理谈仪表	(385)

E 部 女 推 销 员

一、女推销员的“无声推销”	(389)
1. 女推销员的手	(390)
2. 女推销员的脚	(392)
3. 女推销员的五种笑法	(393)
4. 口型、口红、开口	(394)
5. 下巴	(395)
6. 香水、气味与肥皂	(396)
二、骚扰与威胁及对策	(399)
三、女推销员开发客户的方法与步骤	(407)
四、男性商业规则中的女性	(413)
五、女推销员的推销实例.....	(421)

F 部 18 位世界推销大王现身说法

一、美日“推销大王”的传奇简历.....	(429)
1. 美寿险推销冠军弗·贝格.....	(430)
2. 美汽车推销高手乔·吉拉德.....	(432)
3. 日本推销之神原一平.....	(436)
二、超级推销员是天生的吗.....	(437)
1. 患口吃的吉拉德.....	(438)
2. 身高 1.45m 的原一平.....	(440)
3. 说家乡话的推销冠军.....	(442)
三、开发顾客各有绝招.....	
1. 如何请满意的客户写介绍函.....	(443)
2. “250 人法则”.....	(444)
3. 吉拉德的推销宝箱.....	(451)
4. DM 是否还有效果.....	(456)
5. 给准客户信息的提供者以现金奖励.....	(461)
6. 面谈前周密地调查准顾客.....	(463)
7. 出租车上的推销.....	(464)
8. 打电话的技巧.....	(465)
四、接近顾客的秘诀与花招.....	(469)
1. 发现顾客最想要的东西,然后满足他.....	(470)
2. 发现顾客最重视的需求的方法(上、下).....	(474)
3. 与顾客先交朋友,然后再谈生意.....	(483)
4. 笑的销售魔力(原一平).....	(486)

5. 真心与顾客交朋友(原一平).....	(494)
6. 与接待小姐交朋友	(495)
五、推销说明,各有“魔法”	(497)
1. 挤时间学习新知识,提升业绩	(498)
2. 让顾客参与商品操作	(499)
3. 推销道具——治脚气病的灵药	(502)
4. 赞美的秘诀.....	(503)
六、处理异议的绝妙方法:反问法	(505)
七、达成交易的秘诀:成交的 3 个绝招	(507)
八、自信:交易必能成功	(513)
九、推销之神原一平谈成败	(517)

G 部 销售与推销员管理的奥秘

一、销售难题和销售额低迷的原因和对策 ...	(523)
△1. 行销难题,解决有法	(524)
○2. 多一些主动,多一些新顾客	(527)
○3. 多一份服务,多一些新客户	(529)
○4. 开发新客户,企划要周密 ——以某印刷公司为例	(532)
□5. 新产品销售风险大	(535)
□6. 如何销售新产品	(539)
7. 商品附加值的推销管理	(542)
8. 大型商品推销,相关产品介绍率低的对策 ...	(544)

☆9. 销售业绩不高的原因与对策	
——以某家具店为例	(546)
☆10. 直销、间接销售的营业额提升	(549)
☆11. 销售低迷仅是外在原因吗?	(552)
※12. 面谈方式的标准化管理	(554)
△13. 逾期交货,难煞大批发公司	(556)
△14. 大客户、小客户,政策不同(减价).....	(558)
△15. 货款难收,办法何在?	(561)
二、推销员提升业绩和效率	
的方法及管理.....	(565)
1. 月(周)计划的制定与调整	
——以某访问推销员为例	(566)
2. 制定日计划的甘特表	(568)
3. 日、周、月计划表	(570)
4. 巧妙利用时间的 10 个方法	(580)
5. 核对一天的一切行为	(582)
6. 经常检查、评价、调整计划(目标)	(585)
☆7. 推销员的招聘与应聘	(590)
☆8. 推销员潜力测试 25 题	(596)
☆9. 推销职位责任表	(598)
☆10. 推销员实验训练(表)	(600)
☆11. 推销员业绩考核表	(602)
三、制定推销员道德规范有无价值及实例 ...	(609)
1. 美国施乐公司推销员道德准则	(610)
2. 不道德推销实例及评析	(613)

四、6 种推销成员成功的训练及测试	(617)
1. 推销员等的成功商数的测试训练	(618)
2. 成功推销员基本个性的测试与训练	(624)
3. 推销员等成功倾向测试与训练	(626)
4. “哈佛”成功销售经理的测试与训练	(629)
5. 销售员习惯的训练与改变	(631)
6. 推销员如何克服成功障碍的测试与训练	(636)

H 部 推 销 误 区

一、丢三拉四,忘带必备东西.....	(643)
二、强迫推销,效果不佳	(645)
三、结束商谈,切忌五次以下要求订单	(647)
四、推销七大误区.....	(651)
五、身体语言 5 大误区	(653)
六、身体语言 20 项不良动作.....	(657)
七、不计成本的推销	(659)
八、因小失大	(661)