

推销员

世界上最成功的

推销员是这个世界发展的动力。

推销员推动了商品，也推动了整个世界。

没有推销员，

就没有工作和商店，

就没有老板和经理，

就没有工人和工程师，

也就没有你现在的美好生活。

没有，一切都没有。

——乔伊·吉拉德



世界上 最成功的推销员

夏年喜 编著

Jm80/04



工商出版社

责任编辑:李富明

封面设计:牧 野

图书在版编目(CIP)数据

世界上最成功的推销员/夏年喜编著

—北京:工商出版社,1996.10

ISBN7—80012—246—8

I . 世… II . 夏… III . 推销—经验—世界 IV . F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 19924 号

世界上最成功的推销员

夏年喜 编著

出版·发行/工商出版社

经销/新华书店

印刷/国防工业出版社印刷厂

开本/850×1168 毫米 1/32 印张/10 字数/225 千字

版次/1996 年 10 月第 1 版 1996 年 10 月第 1 次印刷

印数:1—70000

社址/北京市丰台区花乡纪家庙(100071)

电话/63812074

出版声明/版权所有,侵权必究

书号:ISBN7—80012—246—8/F·76

定价:15.80 元

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

前 言

有人做过一项研究，如果把一个刚刚及格的司机的工作能力定为 100 分的话，那么一个最优秀的司机的工作能力顶多为 400 分。也就是说，一个优秀司机的工作能力最多是一个普通司机工作能力的 4 倍。但是，推销员的情形就不大一样了，据统计，如果把一位刚刚及格的推销员的工作能力定为 100 分的话，那么一位最优秀的推销员的工作能力可以达到 3 万分，是前者的 300 百倍！

你想成为最优秀的推销员吗？本书将为你指点迷津，只要你按照书中所说的去做，你肯定能心想事成。

全书分上下两篇：上篇即“成功典范篇”，展示世界知名推销员的奋斗历程；下篇为“成功秘诀篇”，介绍推销中的各种技巧。

本书与其他同类书的最大不同在于，它自始至终都强调自我激励在推销中的重要作用。它是一本鼓舞人心的书，是一本催人向上的书，是一本教你成功的书。它既适合于所有正在搞推销的或跃跃欲试准备搞推销的人阅读，也适合于各企业的经营管理人员阅读。

夏年喜

1996年9月

目 录

上篇 成功典范

第一章 从推销员到大富豪的杰出代表

一、“推销之神”原一平

- 不蒸包子争口气..... (4)
- 战胜自卑走出误区..... (5)
- 志坚不畏事之不成..... (9)

二、“世界首席推销员”齐藤竹之助

- 走投无路搞推销..... (10)
- 下定决心争第一..... (12)
- 如愿以偿梦成真..... (13)

三、推销大王乔·坎多尔弗

- 失去双亲痛苦万分..... (16)
- 养家糊口举步维艰..... (18)
- 一年等于一年半..... (20)

四、“全世界最伟大的推销员”乔·吉拉德

- “我不是天生的推销员”..... (22)
- “填饱肚子成了我全部的心愿”..... (24)
- “您不雇用我,您就犯了一生中最大的错误”..... (26)

五、亿万富豪推销员克莱门提·史东

- 与母亲相依为命 (29)
- 忍无可忍中途退学 (30)
- 自立门户当老板 (32)

第二章 从推销员干起的超级富豪

一、“推销鬼才”吉诺·鲍洛奇

- 第一笔生意 (35)
- “阿根廷香蕉” (36)
- 赚的钱超过了董事长 (38)
- 东方食品大王 (40)

二、10 年增资 11200 倍的韩国富豪金宇中

- 从推销冷饮开始 (42)
- 使汉城实业公司起死回生 (44)
- 从 500 万元到 560 亿元的飞速发展 (45)

三、拥有 27 家服装厂的苏尔·柏格

- “推销任何商品都不如推销服装有趣” (47)
- 有了自己的公司仍不忘老本行 (50)
- “如果不昂着头走进纽约,此生不再回故乡!” ... (51)

四、纽约工商界巨头之一菲考福

- 卖苹果的启示 (53)
- 自立门户做生意 (54)
- 别具一格的经营原则 (55)

五、驰骋世界的清洁剂大王洪老典

- 以“勤能补拙”为信条 (58)

- 在哪儿跌倒就在哪儿爬起 (60)
- 报仇雪耻创辉煌 (61)

六、汽车业的经营巨子艾柯卡

- 学生时代争当第一 (63)
- 毅然决然干推销 (65)
- 勇于创新一鸣惊人 (65)
- 大起大落又大起 (67)

第三章 小商贩起家的超级富豪

一、40 亿美元的大富豪王永庆

- 忍饥挨饿的童年 (71)
- 背井离乡闯天下 (72)
- 虽一窍不通,但甘冒风险..... (73)
- 登上世界塑胶大王的宝座 (74)

二、世界第六巨富林绍良

- 为逃抓丁远渡重洋 (76)
- 有人说他是靠贩丁香发财的 (77)
- 创下 70 亿美元的资产..... (78)

三、茶叶大王李瑞河

- 不向命运低头 (80)
- 一步一个脚印 (81)
- 登上茶叶大王的宝座 (82)

下篇 成功秘诀

第四章 推销之前的心理武装

一、不可忽视的心理力量

- 神奇的皮格马利翁效应 (86)
- 益人又害人的“自我暗示” (88)
- 日本有所鼓气学校 (91)

二、给自己鼓气, 你会变得比想象的还富有

- 风靡当今西方世界的商业《圣经》 (95)
- 推销员最需要自己给自己鼓气 (96)
- “我是独一无二的” (98)
- “坚持不懈, 直到成功” (100)
- “我要用全身心的爱迎接每一天” (102)
- “今天的事不能搁至明天” (106)

三、推销员并不低人一等

- 人人都是“推销员” (108)
- 没有推销员, 企业就无法生存 (110)
- 越热爱工作, 干劲就越大 (112)

第五章 推销之前的业务武装

一、对推销的商品要了如指掌

- 掌握商品知识极为重要 (116)

□ 了解产品的构造和技术性能·····	(118)
□ 熟知商品的使用方法·····	(119)
□ 熟知商品的耐用程度和保养措施·····	(121)
□ 熟知商品的与众不同之处·····	(121)
□ 对生产过程应略知一二·····	(122)
□ 对公司或生产厂家要有大致的了解·····	(123)
二、对顾客的心理要了如指掌	
□ 了解顾客的消费需要层次·····	(124)
□ 了解不同年龄段的顾客的消费心理·····	(131)
□ 了解不同性别顾客的购物心态·····	(134)
三、对即将访问的顾客要有所了解	
□ 了解即将访问的顾客的容貌·····	(136)
□ 了解即将访问的顾客及家人的喜好·····	(138)
□ 了解即将访问的顾客的其他方面·····	(139)
四、准备推销“工具”	
□ 策划推销介绍·····	(140)
□ 设计自己的名片·····	(142)
□ 丰富多彩的其他“工具”·····	(144)
五、确定奋斗的目标	
□ 没有目标比有坏的目标更坏·····	(145)
□ 不积跬步,无以至千里 ·····	(147)
□ 怎样确定目标·····	(148)
□ 怎样实现目标·····	(151)
□ 公开宣布自己的目标·····	(152)
□ 不怕做不到,就怕想不到 ·····	(153)

第六章 推销中不可动摇的准则

一、不要指责客户

- ☐ 指责是没有好处的…………… (156)
- ☐ 挨训斥的卡契夫妇…………… (157)
- ☐ 一位不揭穿顾客谎言的推销员…………… (159)

二、不要同顾客争辩

- ☐ 争辩什么问题也解决不了…………… (160)
- ☐ 争辩不是推销术…………… (162)

三、所有的客户都是上帝

- ☐ 她被认为是无钱的主…………… (164)
- ☐ 怠慢一人等于怠慢 250 人…………… (166)

四、信誉是推销之本

- ☐ 带着闹钟的推销员…………… (168)
- ☐ 见利不忘义的推销员…………… (170)
- ☐ 如果你错了应勇于认错…………… (174)
- ☐ 不要隐瞒商品的缺陷…………… (176)

第七章 赢得顾客好感的秘诀

一、千万不要让顾客讨厌你

- ☐ 你属于顾客讨厌的那种类型吗? …… (179)

二、真诚地表露出对客户感兴趣

- ☐ 无心插柳柳成荫…………… (181)
- ☐ 如何真诚地表露出对客户感兴趣…………… (183)

三、记住顾客的大名

- 你能记住多少人的名字…………… (185)
- 没有叫“顾客”的人…………… (187)

四、做一个好的听者

- 不要瞧不起“听”…………… (188)
- “听”是一门艺术…………… (189)

五、谈论对方感兴趣的话题

- 杜弗诺依终于找到了突破点…………… (190)
- 吉拉德的忠告与建议…………… (191)

六、让客户觉得他在你心目中是个重要人物

- 他为什么会失去“嘴边的肉”…………… (193)
- 真心地向顾客求教…………… (194)

七、慷慨地赞誉客户

- 社会赞许动机人皆有之…………… (196)
- 受到恭维后的亿万富翁…………… (197)
- 受到恭维后的寻常百姓…………… (199)
- “拍马屁”也有讲究…………… (202)

第八章 推销中的语言艺术

一、人人皆有好奇心

- 由“海大鱼”说开去…………… (206)
- 交罚款时也能做成生意…………… (207)
- 前所未闻的“29天保险”…………… (209)
- “您说的是价格还是经费?”…………… (211)

二、选择问句中有奥秘

- 华盛顿巧“捉”偷马贼…………… (213)
- 活用选择问句…………… (214)

三、一般问句也有威力

- 如果走进来的是美国总统…………… (217)
- 他只用了 6 个问句…………… (219)

四、说服人时“比喻”显神通

- 故事里的学问…………… (221)
- 您的家里应该有个“利里夫”…………… (223)
- 球与保险…………… (224)

五、实话不一定能实说

- 有时实话如利剑…………… (225)
- 推销时有些实话不能说…………… (227)

六、“丑话”讲在前头效果更佳

第九章 处理顾客购买异议的技巧

一、不要因顾客提出异议而惊慌失措

- 没有异议的人是不买你的商品的人…………… (232)

二、顾客会提出哪些异议

- 对价格的异议…………… (233)
- 其他方面的异议…………… (234)

三、怎样处理顾客提出的异议

- 认真倾听法…………… (235)
- “是的,但是”法…………… (237)

□ 直接否定法·····	(238)
□ 问题引导法·····	(240)
□ 优点补偿法·····	(242)
□ 王顾左右而言他法·····	(243)
□ 飞去来器法·····	(244)
□ 未雨绸缪法·····	(246)

第十章 开发新客户的秘诀

一、你属于哪种类型的推销员

二、吉拉德开发新客户有绝招

□ 撒出一把一把的名片·····	(251)
□ 每年给每位顾客寄 12 封推销信·····	(252)
□ 吉拉德利用电话的诀窍·····	(253)

三、齐藤竹之助开出的妙方

□ “连锁式无限销售法”·····	(255)
□ 齐藤竹之助的具体做法·····	(257)

四、原一平开发新客户二三事

□ 马路上追车·····	(258)
□ 瞄准在百货公司购物的顾客·····	(260)

第十一章 推销中应注意的事项

一、第一印象至关重要

□ 心理学家的实验·····	(262)
□ 现实生活中的第一印象·····	(263)
□ 服装是推销员的推销员·····	(265)

- 说好第一句话..... (267)

二、别推销连你自己都不相信的东西

- 先买然后再卖..... (268)
- 你必须爱上你的商品..... (271)

三、推销的不应仅仅是商品本身

- 吉拉德的感觉推销法..... (272)
- 感觉推销法的两个实例..... (274)
- 坎多尔弗说：“我始终在推销思路” (275)
- 戈德曼的“使用价值推销法”..... (277)

四、不要因遭拒绝而停止推销

- 遭拒绝是理所当然的..... (279)
- 被拒之门外的推销大王法兰克·贝格 (280)
- 屡遭拒绝的日本推销之王齐藤竹之助..... (282)

五、相见时难别亦难

- 不要对买主谢个没完..... (285)
- 不要怒形于色..... (286)

六、成交并不是推销的终端

- 吉拉德的名言：“成交之后才是推销的开始” ... (287)
- “优良的服务就是优良的推销”..... (288)

上 篇

成功典范

