

范扬松
著

业绩倍增

增



成功推销系统动力模式

塑造巅峰销售之必胜实战读本

团结出版社

卓越经营系列



中财 B0096032

成功推销系统动力模式

业绩倍增

[台湾] 范扬松著

中国图书出版集团

登记证

164948

分类号

F712.2/17

图书在版编目(CIP)数据

业绩倍增:成功推销动力模式/范扬松著. —北京:团结出版社,1998,5

ISBN 7-80130-191-9

I. 业… II. 范… III. 推销-基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 13457 字

出版:团结出版社

(北京东皇城根南街 84 号 100006)

电话:(010)65133603(发行部) 65244792(编辑部)

经销:全国各地新华书店

印刷:北京市清华园胶印厂

版次:1998 年 5 月(大 32 开)第一版

印次:1998 年 5 月(大 32 开)第一次印刷

开本:850×1168 毫米

印张:10

字数:200 千字

印数:5000

书号:ISBN7-80130-191-9/F·31

定价:24.80 元

〈目 录〉

- 序** 推销要讲究策略/5
- 业绩倍增,要讲究策略思考/7
- 推销,是附加价值的创造过程/10
- 向自我潜能的极限挑战/14
- 第一章** 推销,是要用心经营的
 ——成功推销经营系统动力模式的探讨/19
- 第二章** 推销的价值与卓越信念/33
- 第三章** 成功推销的机会与威胁分析/45
- 第四章** 成功推销资源优劣势评估/61
- 第五章** 业绩目标与愿望激发/77
- 第六章** 业务战略形成与选择/91

第七章 复式推销方案的拟订与实施/103

第八章 人脉网路与关系销售/119

第九章 专业销售智能的启发与锻炼/141

第十章 活用潜意识,开创业绩巅峰/159

第十一章 推销过程中的行动准则/177

〈附录〉 推销员的时间和区域管理/193

第十二章 塑造巅峰销售的自我意象/207

第十三章 推销绩效的衡量与检讨/223

〈附篇〉 业绩倍增行动准则/243

卓越经营系列



中财 B0096032

成功推销系统动力模式

业绩倍增

[台湾] 范扬松著

中国统计出版社

登记证

164948

分类号

F712.2/57

图书在版编目(CIP)数据

业绩倍增:成功推销动力模式/范扬松著. —北京:团结出版社,1998,5

ISBN 7-80130-191-9

I. 业… II. 范… III. 推销-基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 13457 字

出版:团结出版社

(北京东皇城根南街 84 号 100006)

电话:(010)65133603(发行部) 65244792(编辑部)

经销:全国各地新华书店

印刷:北京市清华园胶印厂

版次:1998 年 5 月(大 32 开)第一版

印次:1998 年 5 月(大 32 开)第一次印刷

开本:850×1168 毫米

印张:10

字数:200 千字

印数:5000

书号:ISBN7-80130-191-9/F·31

定价:24.80 元

〈目 录〉

- 序** 推销要讲究策略/5
- 业绩倍增,要讲究策略思考/7
- 推销,是附加价值的创造过程/10
- 向自我潜能的极限挑战/14
- 第一章** 推销,是要用心经营的
 ——成功推销经营系统动力模式的探讨/19
- 第二章** 推销的价值与卓越信念/33
- 第三章** 成功推销的机会与威胁分析/45
- 第四章** 成功推销资源优劣势评估/61
- 第五章** 业绩目标与愿望激发/77
- 第六章** 业务战略形成与选择/91

第七章 复式推销方案的拟订与实施/103

第八章 人脉网路与关系销售/119

第九章 专业销售智能的启发与锻炼/141

第十章 活用潜意识,开创业绩巅峰/159

第十一章 推销过程中的行动准则/177

〈附录〉 推销员的时间和区域管理/193

第十二章 塑造巅峰销售的自我意象/207

第十三章 推销绩效的衡量与检讨/223

〈附篇〉 业绩倍增行动准则/243

〈简体字版自序〉

推销要讲究策略

推销不仅仅只讲求技巧而已！

因为笔者担任企业顾问与大学教席多年，也实际在竞争激烈的市场上，带领着尖兵悍将冲锋陷阵，挑战最高业绩目标！十余年的理论与实践与实务淬炼，我的结论是：推销，必须讲究策略。

策略性推销，是笔者近年来对外授课、演讲及协助企业创造绩效的主轴，不仅将推销工作提升到策略与管理层次，更进一步推出成功推销系统模式。整个模式有诸多创意及见解，亦是汇集上百位销售高手宝贵经验而成。

《业绩倍增》出版以来迭获好评。数次再版，无论台湾、香港乃至东南亚地区均获得读者热烈回应，近二年来笔者应邀到大陆诸多国营、民营、外（合）资企业授课，即

生涯经营大志典

※有正确的经营理念，始能活用人才、技术、资金、销售等各方面的制度。

一日・松下幸之助

以该书内容为教材,十分受欢迎。

本书之所以能够得以在大陆出版发行,必须特别感谢袁恽佳先生、仇正伟先生鼎力支持,将此书引介给大陆出版界及热心的读者,且负责编辑、校稿工作,若没有他们两位的积极任事,《业绩倍增》将无法如此顺利出版发行。

最后特别感谢所有读者,希望《业绩倍增》一书能够带给你们更亮丽的销售成绩与更辉煌的事业成就!

生涯经营大志典

※我们不可能一下就克服很多问题,但可以一点点慢慢将它们解决。

—古罗马·普鲁塔克

〈序一〉

业绩倍增， 要讲究策略思考

台湾直销市场发展学会理事长

黄俊英博士

行销是企业经营活动中的根本，无行销即无利润，无利润即无企业，因此行销已成为近一、二十年来的显学之一，它的影响与应用范围日益扩大，举凡社会行销、理念行销、政治行销、都市行销都看到它的踪迹。

推销系行销活动中极为重要的一部分，台湾从事销售工作的人员占就业人口极大比例，尤其以保险业、直销业、汽车业、房屋仲介业等为大宗。虽然各行业的推销各有其专业上的要求与诀窍，但其基本的程序与面对的难题是有其共同性的。换言之，商品虽然不同，但推销原理却是相通的，运用之妙，存乎一心。

传统的观念中，视推销为技巧的一种，但面临商品在

生涯经营大志典

※我们有权按照自己的愿望建设更美好的生活。

—俄·高尔基

成熟期市场上类同性增加,差异性降低,竞争性促销花招百出,想要脱颖而出,实非易事。必须强化销售战力,透过训练有素的业务人员,才能开疆拓土,增进业绩;若能配合通路变革,利用相应的行销通路,有时更加如虎添翼,所向披靡。

因此,必须将推销的技巧层次提升到策略思考层次。

因此,推销人员必须重新定位方能展开有效战略行动。

因此,我们有必要思考推销业绩倍增的成功关键因素。

范扬松先生从事教学研究与实际经营企业的经验,提炼出的“业绩倍增——成功推销系统动力模式”一书,即回答了上述几个问题。范先生所提“推销绩效数= 推销策略的效果×自我管理的效率”的论点甚具创见,一个卓越的推销高手,必然拥有正确的价值观与信念。在目标制

生涯经营大志典

※成功与否,不在你的能力,而在你的热情。只有全心全意去做自己工作的人,才是胜利者。

—美·巴斯顿

定时,能够衡外情(市场的机会与威胁),量己力(自己的推销优势与弱点),经由目标的确定,进行策略的选择。在自我管理中,该书强调自我意象塑造,并作为“方案拟定”、“人脉网络”、“专业智能”、“潜在意识”、“行动法则”的核心概念,十分具有创意,也让我们深刻了解到业务人员推销的成与败,关键点往往在于自己的认知与评价,“人定胜天”、“以人为本”、“自助他助”等正面、积极的思考模式跃然纸上,呼之欲出。

《业绩倍增》一书,结合了竞争策略、行销规划、推销技巧、个人潜能激发等各领域的相关理论与知识,辅以范扬松先生多年推销实战及辅导业务公司的经验,可谓体大思精,深具创意,在诸多推销的书籍中,独树一帜,有许多可观之处,值得向业务推销界的朋友推荐。希望读者能从中获益,并在策略观照之下激发销售潜能,展开有效的推销行动,顺利攀上业绩高峰!

生涯经营大志典

※有非常的胆识,始可做非常的事业。

——美·富兰克林

〈序二〉

推销， 是附加价值的创造过程

元大企业管理顾问有限公司首席顾问陈纪元

有人视行销为苦差事，因为他将面临一连串的被拒绝与挫折。

有人视推销为传福音，因为他结合商品功能与顾客需求，形成满足顾客的利益。

在美国，推销被视为高尚的职业，拥有极佳的社会地位。根据一项调查，目前美国跻身高阶主管(CEO)者百分之六十五以上有过业务经验。这些身经百战、力争上游的高阶主管，除凭藉对市场的灵敏、绝佳的服务、娴熟的销售技巧外，他们更拥有对人的热诚与对推销的投入，方能攀登事业的巅峰。

生涯经营大志典

※士人第一要“有志”，第二要“有识”，第三要“有恒”。

——清·曾国藩

我个人认为这些成功者是因为有正确的价值观与推销观念方可以致之。他们将推销视为一种专业,是附加价值的创造过程。因有他们的服务与推介,创造了商品的附加价值,带给客户最大的满足,也带给公司业绩收入、良好口碑与信誉,当然也创造了自己在客户与公司心目中评价的附加价值。

在此三赢策略之下,优秀的推销员是必然晋升高位,收入丰富并拥有广泛而良好的人际关系。

“失败的人找藉口,成功的人找方法”,藉口永远是阻碍目标达成的巨石,也易让自己在推销战场上败阵下来;我尝试归纳出失败者可能的“内心阻力”不外乎十六点;

1. 无法忍受努力所必须承受的痛苦;
2. 害怕成功后的变化与压力;
3. 恐惧成功无法长久保有;
4. 环境安逸,对突破没有迫切需要;

生涯经营大志典

※光有知识是不够的,我们还必须应用知识;光有意志是不够的,我们还必须付诸行动。

——德·歌德

5. 被情况所惑而受外界干扰；
6. 只有意愿，但欠缺整套的办法；
7. 遇到障碍立刻放弃；
8. 急功近利，无法持续努力；
9. 无法革除坏习惯与不良嗜好；
10. 想做各种事情，备多力分；
11. 对自己能力产生疑问，心生胆怯；
12. 努力的动机不纯正，心有邪念；
13. 不知该使用何种手段，欠缺创造力；
14. 每天的目标不定，具体行动不足；
15. 不熟悉且无法决定推销工具；
16. 即使一时成功，却在成功后迷失自己。

由于本人长期从事行销与销售业相关顾问工作，接触推销人员不计其数，但常为了推介一本好书而苦恼。范扬松先生撰写的“业绩倍增——成功推销系统动力模式”

生涯经营大志典

※对未来真正的慷慨，是将所有给予现在。

—法·卡缪