

· 通向推销大王之路 · 丛书

李蔚编著



顾客喜欢你的秘密

推销之謎

- 人类已进入推销时代,今日的推销员就是明日的企业家
- 也许你初涉商场,没有推销的经验、业绩,但只要沿着《通向推销大王之路》踏实前进,推销明星之梦定会成真。

SICHUAN
UNIVERSITY
PRESS

● 四川大学出版社

· 通向推销大王之路 · 丛书

推銷之謎

使顾客喜欢你的秘密

李 蔚 编著

四川大学出版社

1994 年 · 成都

(川)新登字 014 号

责任编辑:罗庆华

特约编辑:卫忠海

封面设计:冯先洁

技术设计:罗庆华

责任校对:杨 荣

推销之谜——顾客喜欢你的秘密

李 蔚 编著

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

成都教育印刷厂印刷

787×1092mm

32 开本

7.25 印张

140 千字

1994 年 8 月第 1 版

1994 年 8 月第 1 次印刷

印数:1—5000 册

ISBN 7-5614-1021-2/F·132

定价:5.40 元

7M10/20

造就中国的推销大王(代序)

谈起推销大王,人们往往联想起吉拉德、巴哈、鲍洛奇、原一平等世界级推销大师。至于中国,虽然我们有近一亿的推销大军,至今却无一人能与这些推销大王相提并论。是中国人愚笨吗?不是。中国人素以智慧民族著称于世。是中国的推销员努力不够吗?更不是。“踏遍千山万水,历经千辛万苦,想尽千方百计,费尽千言万语”,是对中国推销员形象的生动写照。那么,是什么原因使得中国迟迟不能产生出自己的推销大王呢?

商品经济不发达,市场发育程度低,固然是原因之一,但最主要的原因却是长期以来人们对推销心存偏见,鄙视推销,把推销看成是无师自通、任何人都可从事的卑微职业。由于鄙视推销,企业不注重对推销人员的选拔和培训,推销人员不注重自身的学习和提高,专家学者不注重对推销科学和艺术的研究,商学院不注重推销科学知识的传授和普及,致使整个社会

缺乏一种营造推销大王的环境和氛围。因此，造就中国自己的推销大王，必须从改变人们对推销的偏见、大力普及推销科学知识入手，逐步形成一种崇尚推销的社会风气。

基于上述考虑，以培养企业家和高级营销人才为使命的四川爱达经理学院，鼎力推出了《通向推销大王之路》大型系列丛书。丛书的作者是一批从美国、加拿大、日本留学访问归来的专家教授和国内学有所成、才华横溢的中青年学者。他们学贯中西、纵横于学术界和商界之间，既有深厚的理论功底，又有丰富的推销实践经验，加之他们别具一格的文风，使得本丛书的实用性和可读性极强。任何一个有上进心、希望创造推销佳绩的推销人员，都能从中吸取许多有益的东西。

造就中国的推销大王，是该丛书编写的宗旨。拥有该套丛书，沿着丛书作者指引的道路，你也能成为中国的推销大王。谨此祝福！

留美学者、四川省推销理

论与实践研究会副理事长

王金顺

1994年6月

●专家导读●

推销商品之前首先推销自己

推销商品之前首先推销自己，这是推销中的一句至理名言，是众多优秀推销员获得成功的一大秘密。所谓推销自己，并非出卖自己，而是让顾客喜欢自己、接纳自己、信赖自己。为什么推销商品之前必须首先推销自己呢？因为推销是与人打交道，人与人之间的交往首要的一条是如何突破对方的心理防线，让对方喜欢自己、接纳自己、信赖自己。俗话说：“爱屋及乌”。一旦顾客对你产生了喜欢、信赖之情，自然会喜欢、信赖、接纳你的产品。所以，只要将自己推销给顾客，推销商品便成为顺理成章之事。

相反，为推销商品而推销商品，与顾客初次见面第一句话就是“你买不买这种商品？”然后喋喋不休地向顾客介绍产品规格、性能、质量、用途，其结果必然是瞎子点灯——白费蜡。原因很简单：在顾客的戒备心理未消除之前，越是谈论产品，顾

客越是感到紧张、不安、烦躁。在这种情况下，顾客本能的反应就是推诿、拒绝，让你及早离开。

既然推销自己如此重要，那么怎样才能把自己成功地推销给顾客呢？

首先，应注意自己的仪表。初次拜访客户，对方对你一无所知，在开口说话之前，对方首先看到的是你的仪表。正如商品需要包装。仪表即是人的包装。它直接影响顾客对你的第一印象。

俗话说：“服装整洁是最好的介绍信”。初次与人交往，人们往往根据你的仪表、服饰，来推断你的身份、职业、地位、受教育的程度和收入状况，进而决定对你的感情和态度。从某种意义上讲，不修边幅、邋里邋遢，不管介绍信介绍得多好，名片上的头衔多高，仍然会给人一种不舒服的感觉，使人不愿与其交往。可见，仪表是否端庄，服饰是否整洁，是能否成功地把自己推销出去的关键。

其次，应树立自信心。所谓自信心，就是自己相信自己，自己热爱自己，自己尊重自己。一个推销员，不仅对产品应有绝对的自信，对自己也应有绝对的自信，自信产生勇气。一个缺乏自信心的人，在顾客面前不是显得拘谨、畏畏缩缩，就是神

色紧张、说话吞吞吐吐、前言不搭后语，给人一种做贼心虚的感觉。初次见面，顾客对推销员本来就有一种戒备心理，如果再加上推销员本人缺乏自信心，给人一种不可靠的印象，顾客的本能反应就是将推销员拒之于门外。

第三，应充满热情。所谓热情，是指一种精神状态，一种对工作、对事业、对顾客的炽热感情。爱默生曾经指出：“缺乏热情，就无法成就任何一件大事”。热情能感人，由热情散发出来的生气、活动、真诚与自信，会感染顾客，引起顾客的共鸣，从而消除横亘于推销员与顾客之间的无形鸿沟。一个推销员如果缺乏热情、面无表情、毫无生气象机器人一样，那么谁也不愿接近他，更不用说购买他的产品。

第四，学会赞美他人。每个人都有尊重的需要，渴望得到他人的赞美，是人的一种天性。赞美可以化干戈为玉帛，赞美可以使陌生人变为朋友，赞美可以使对方感到温馨与振奋。俗话说：“美言一句三冬暖”。与顾客见面，简单几句赞美的话语，往往可以收到出其不意的效果。马克·吐温曾经说过：一句赞美话，可以使我受用两个月。

赞美具有如此的神效，而且赞美人无需花费分

文，但人们却往往吝于赞美他人。我们通常在一个人去世、退休或离职时，才歌功颂德一番，平时很少去赞美他人。人们吝于赞美他人，原因是多方面的。其中，一个最深层的原因是担心别人说自己喜欢拍马屁，或者是担心赞美了他人，贬低了自己。其实这些担心都是多余的。只要赞美真诚、自然、恰到好处，不仅不会被人误认为是拍马屁，反而使人感到你是一个豁达、开朗、充满自信的人。

第五，学会微笑。微笑是人类与生俱来的一种本能，是一种价值百万的无形资产，遗憾的是，许多人没有意识到它的价值，将这种价值百万的资产长期弃之不用。优秀推销员都是善于微笑的人，他们都拥有一张令顾客无法抗拒的笑脸。例如日本的推销之神原一平，练就了37种笑的本领。他认为笑容是对别人表示爱意最单纯、伟大的捷径，笑容在人际关系上产生无可测定的价值，笑容是信赖之本，笑可以解除对方的武器，笑能弥补自己的天资不足。为了成功地推销自己，我们必须学会微笑。

除上述几个方面外，学会倾听、牢记别人的姓名、真诚地关心对方、培养积极的态度，对成功地推销自己都至关重要。欲想成为推销明星，必须在

这些方面下苦功夫。具体怎么做，《推销之谜——顾客喜欢你的秘密》一书作了详细的阐述。按照书中指明的方法去做，你一定能成为受顾客欢迎的人。

留美學者、四川省推銷理
論與實踐研究會副理事長

王金順

1994年8月

目 录

造就中国的推销大王(代序)

专家导读——推销商品之前首先
推销自己

第一章 推销商品首先推销自己… (1)

一、人生离不开推销…………… (2)

●从知羞说开去

二、推销自己的含义…………… (3)

●肯定—尊重—信任—接受模式

三、推销自己的意义…………… (5)

(一)形成好感…………… (5)

●面对一个清纯少女，我别无选择

(二)消除戒备…………… (7)

●“瞧，就是他，一个骗子……”

(三)确立信任感 …………… (9)

●胡慧中说：“我愿以自己的名誉保
证”

附 自我诊断..... (12)

●你受人喜欢吗

第二章 自我推销的心理效应..... (21)

一、首因效应..... (21)

●罪犯与教授

●孙权与庞统

●那撮该死的小胡子

二、晕轮效应..... (26)

●卡列宁耳朵上的黑痣

●卑鄙无耻的维纳斯

●尼克松何故败给肯尼迪

三、亡斧疑邻效应..... (29)

●奇怪的病

●嘴皮子与砧码

四、定型效应..... (31)

●戴眼镜与买车票

●记者与学者

第三章 自我推销的勇气…………… (34)

一、缺乏勇气的表现…………… (34)

(一)缺乏进取精神…………… (34)

●ST为何临阵脱逃

(二)不敢斗胆一试…………… (35)

●终于“豁出去了”的R

(三)经受不住挫折…………… (37)

●王平与叶子的故事

二、缺乏勇气的原因…………… (38)

●工程师与他的“情敌”们

三、如何建立自己的自信

和勇气…………… (40)

(一)相信自己…………… (40)

●不屈的马可尼

(二)同自信的人交往…………… (41)

●乔伊·吉拉德为何能东山再起

●乔治·伊士曼与柯达相机

(三)消除你的信心垃圾…………… (46)

●韦纳·范·伯思终于抬起了头

●从失足青年到副总经理

(四)换一个思考角度…………… (48)

●伽利略拿倒了望远镜

●S是如何走进设计院的

第四章 自我推销的语言艺术…… (50)

一、自我介绍技术…………… (50)

(一)什么情况下需要自我介绍…… (50)

●自我介绍两情形

(二)自我介绍的内容…………… (52)

●“张戈”其人

(三)自我介绍中的分寸…………… (53)

●“三自”方针

二、在商品推销过程中的

自我推销…………… (54)

(一)推销你的学识…………… (54)

●做个专门家

(二)推销你的品德..... (55)

●让高尚伴随你

(三)推销你的热情..... (56)

●势不可挡的冰箱推销小姐

(四)推销你的坦诚..... (58)

●聪明的色拉油推销者一揭短术

(五)推销你的幽默感..... (59)

●警察与司机

●霍尔斯特讲的故事

●一个新手与一个老手的对话

(六)推销你的服务宗旨..... (63)

●你绝不是从他那里拿走一笔钱

三、怎样获得客户的好感..... (64)

(一)对你的客户真诚地感兴趣..... (64)

●狗为什么讨人喜欢

●魔术大师毕哲斯顿的魔法

●无言说：“我其实什么都没有.....”

(二)做一个好的听者..... (67)

●为什么人长两只耳朵一张嘴

● “画王”是如何推销出去的
(三)别忘了称赞你的推销对象…… (71)

● “拍马屁”的艺术
(四)谈论客户感兴趣的事情…… (74)

● 罗斯福的法宝

● 杜维诺终于找到突破点
(五)避免与客户正面争论…… (76)

● 老练的欧哈瑞

● 亚力森与工程师

● 狡猾的史伯德

(六)让客户给你出主意…… (79)

● 威森终于顿悟了

(七)不要直接指责客户的错误…… (81)

● 面对撒谎的厂长

(八)记住客户的名字…… (82)

● 罗斯福竞选总统的幕后戏

四、在谈话中推销自我…… (84)

● 把葡萄说成了西瓜

(一)控制音调…… (85)

(二)注意停顿..... (85)

(三)注意集中..... (85)

(四)委婉遣词..... (85)

五、否定中的自我推销..... (88)

(一)寓否定于肯定..... (88)

●说出弦外之音

(二)寓否定于感叹..... (88)

●当对方向你索要回扣时

(三)寓否定于玩笑..... (89)

●“你抢了我的命”

(四)寓否定于委婉口气..... (89)

●“我当时只想狠狠地给他那老嘴一拳”

(五)寓否定于商量口气..... (90)

●在经理的拒绝面前

六、语言的有效使用与

自我推销..... (91)

(一)敬辞的使用..... (91)

●为人且说三分好