

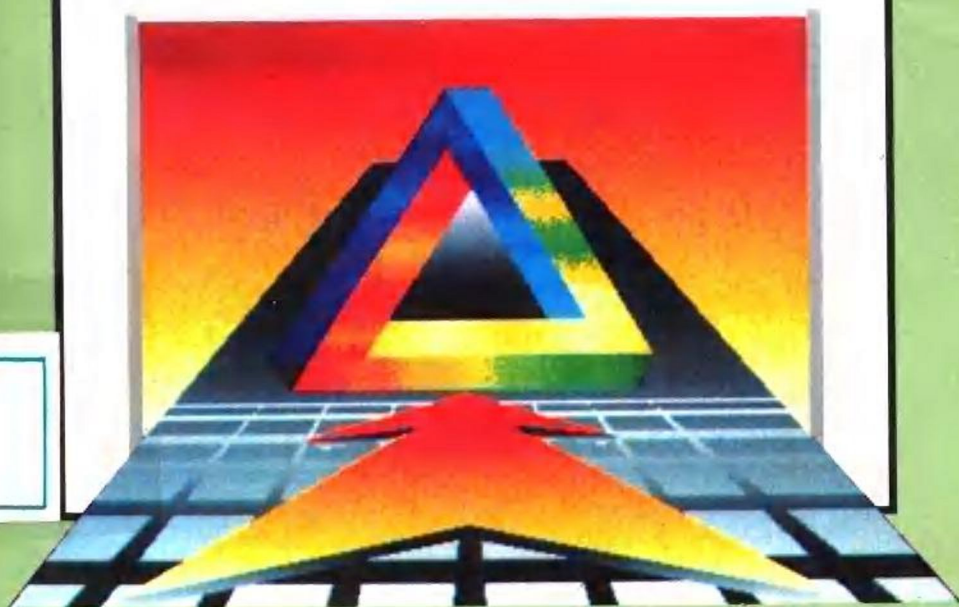
PILOT MARKETING

《派力销售实战丛书》

牛海鹏 屈小伟 主编

推销大师

■王江涛 ■李兴华 编著



企业管理出版社

11.1.16

派力销售实战丛书

牛海鹏 屈小伟 主编

推销大师

王江涛 李兴华 编著

企业管理出版社

图书在版编目(CIP)数据

推销大师/王江涛,李兴华编著. —北京:企业管理出版社,1997.4

(派力销售实战丛书/牛海鹏,屈小伟主编)

ISBN 7—80001—856—3

I. 推… II. ①王… ②李… III. 推销—通俗读物

IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 04526 号

(派力销售实战丛书)

推销大师

王江涛 李兴华 编著

企业管理出版社出版

(社址:北京市海淀区紫竹院南路 17 号 100044)

*

全国各地新华书店经销

香河县第二印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开 31.25 印张 729 千字

1997 年 4 月第 1 版 1997 年 4 月第 1 次印刷

印数:1—10000 册

ISBN 7—80001—856—3/F·854

定价:50.40 元(全三册)

版权所有 侵权必究

内 容 简 介

推销员无疑是一个极富成功机会、但同时又充满着艰辛和挑战的职业。推销员要想获取事业上的成功,通过向高手学习,则是一个最佳的捷径。本书即将把您带入各种有趣的场景,在那里,大师级的推销员们将“面对面”同您娓娓而谈他们成功的故事和经验。他们将教给您如何揣摩顾客的心理、如何使买卖洽谈顺利、如何面对拒绝而绝路逢生等等。这不仅具体的技能指导,而且更是大师们的人生体验。相信它将使我国的推销人员眼界大开,受益匪浅。

序

1994年初到1995年底,出于对我国市场营销传播、研究和实践发展的紧迫感和责任感(我想总得有人为解决“中国企业:最需要营销而又最缺乏营销”这一现实问题多做一些工作吧),以及本公司自身“上市计划”的要求,我70%的时间都投入在《营销高手实战丛书》、《企划人实战手册》和《派力营销思想库》的编撰及出版事务上。

随后,我几乎全身心地投入到无锡小天鹅、广东科龙、青岛啤酒、露露集团等公司的营销咨询和培训项目上,只是挤时间参与修订了《营销高手实战丛书》中读者最需要的三本书,实在没有足够的精力再去编书或为专业报刊撰稿。但我心里还总是惦记着这事,我知道有上万人的读者通过各种方式诚恳表达了对派力能再多编一些好书的期望。

我想我一定会再做这件事情的,但最好是在我顾问更多的企业、积累更多的实战经验,而且营销咨询的内容已过保密期以后,因为我希望书里边有更多自己的东西。我想,十年以后,中国应该有很多自己的“助理营销大师”了吧。

海鹏和小伟送来了《派力销售实战丛书》的三本书稿要我审阅并作序,我的意见是两个:(1)就图书选题而言,并无“填补空白”之新意;(2)就图书内容而言,则是国内销售人员最需要的既专业又有丰富实例的销售实战参考书,较之过去国内出版的同类书籍,还是有很多提升和新意的东西。因此,我觉得很值得介绍给国内做销售、销售管理及销售培训的读者,故作序以示推介。

市场营销在我国的学术界尚处于学习、传播和初步的研究阶段,在企业界尚处于初步的学习、尝试和探索阶段。派力作为一个“中国籍”的专业营销咨询公司,仍将为此继续贡献自己的全部心力,同时也希望有更多的人、拿出更多的时间投入到这一行列中来。

祝福大家——中国第一代的专业销售人员事业成功!

北京派力营销策划有限公司

高级营销咨询顾问:屈云波

1997年4月6日

编者语：

1995年2月与1997年1月，派力公司先后推出了《营销高手实战丛书》、《企划人实战手册》和《派力营销思想库》。这些营销专业书籍自推出以后，受到各方面、各层次读者的热烈欢迎，取得了良好的社会效果，更坚定了我们继续把书编下去的信心。

两年以来，热情的读者对我们已出版的书籍提出了许多宝贵的意见，又对未来的图书选题提供了大量热心建议，派力同仁深感读者厚爱，只能以更多、更好、更切合读者需要的书来作为回报。

与此同时，我们在三年多的咨询工作中，接触了国内许多优秀企业，深感国内企业对先进的、实战性的营销技术的迫切需要。

正是基于上述背景，我们组织编撰了这套《派力销售实战丛书》，以满足广大读者及企业界的迫切需要，本套丛书在主题上围绕当前企业及读者迫切需要的销售方面的知识，旨在为读者提供全方位销售能力的需要，即包含系统的知识介绍、实战技巧，还包含推销大师的经验实例。《专业销售》一书是一本循序渐进的教程，其中主要介绍了成为一名专业销售员必备的知识与技能；《顶尖业务员的成功法则》介绍了世界顶尖销售员的成功经验与心得体会；《推销大师》则包含了推销大师们如何销售的实例介绍，更会让您领会推销大师的成功秘密。

本丛书的出版首先要感谢王江涛、李兴华、鲁原、焦若静等各位作者；其次要感谢为本丛书出版做出大量工作的企业管理出版社的有关编辑；最后还要感谢为使本书顺利出版而辛勤工作的录入排版人员。

愿这套丛书能给各位读者带来帮助，并恳请读者对书中的问题提出宝贵意见及建议。

牛海鹏

1997年3月28日

前 言

推销员无疑是一个极富成功机会、但同时又充满着艰辛和挑战的职业。推销员要想获取事业上的成功,通过向高手学习,则是一个最佳的捷径。本书即将把您带入各种有趣的场景,在那里,大师级的推销员们将“面对面”同您娓娓而谈他们成功的故事和经验。他们将教给您如何揣摩顾客的心理、如何使买卖洽谈顺利、如何面对拒绝而绝路逢生等等。这不仅是具体的技能指导,而且更是大师们的人生体验。相信它将使我国的推销人员眼界大开,受益匪浅。

本书在完稿过程中,马桦、范广哲、杜永良等同志协助作了大量工作,在此表示非常感谢。

本书的出版得到了企业管理出版社及派力营销策划有限公司的大力协助,对他们的辛勤工作表示非常感谢。

编者

1997年3月5日

目 录

第一章 永远保持积极的心态	1
• 热情可以赢得一切	3
• 越是高不可攀,越有希望成功	7
• 房产推销的奇迹	12
• 天无绝人之路	19
• 学会乐观	26
• 是地盘不好吗	30
第二章 与顾客初次打交道	35
• 高尔夫球牵情缘	37
• 紧抓住牛的弯角	40
• 从不与朋友做生意	43
• 有事当面谈	46
• 决不能事先作出裁决	49
• 俘获听众	52
• 公司里的新职员	55
• 保持联系	59

- 每个人都是潜在顾客 64
- 货卖识货人 71
- 他们可以跑却无法躲藏 74

第三章 推销自我 79

- 耐心倾听顾客 81
- 坚定信念 85
- 要投顾客所好 90
- 善于造势 96
- 文化的差异 99
- 树立必胜信心 101
- 推销体育明星 106
- 根本听不见的听众 111
- 话少不一定是缺点 116
- 伦敦四季旅馆 122
- 掌握主动权 129

第四章 创新招,建奇功 133

- 变梦想为现实 135
- 让满意的顾客代你推销 139
- 广而告之的妙用 143
- 超级礼品袋的魅力 146
- 火车道旁的别墅 149

第五章 “方法”推销	153
• 超级体育场的故事.....	155
• 致富捷径.....	160
• 曲径通幽.....	164
第六章 创造一种紧迫感	171
• 只有一个客户有资格.....	173
• 当您一开始就受挫时.....	177
• “匪徒”从天而降.....	180
• 十万火急.....	182
第七章 销售的达成	189
• 出售豪斯顿繁星棒球队.....	191
• 不要悲伤.....	196
• 持之以恒.....	200
• 成者为王,败者为寇.....	205
• 保持中立.....	209
• 目标明确.....	212
第八章 为顾客服务	217
• 滴水可以穿石.....	219
• 一个房地产经纪人的全面服务.....	221

- 再往前走一步..... 224
- 1万元的生意变成了2千万..... 228
- 特殊场合..... 231

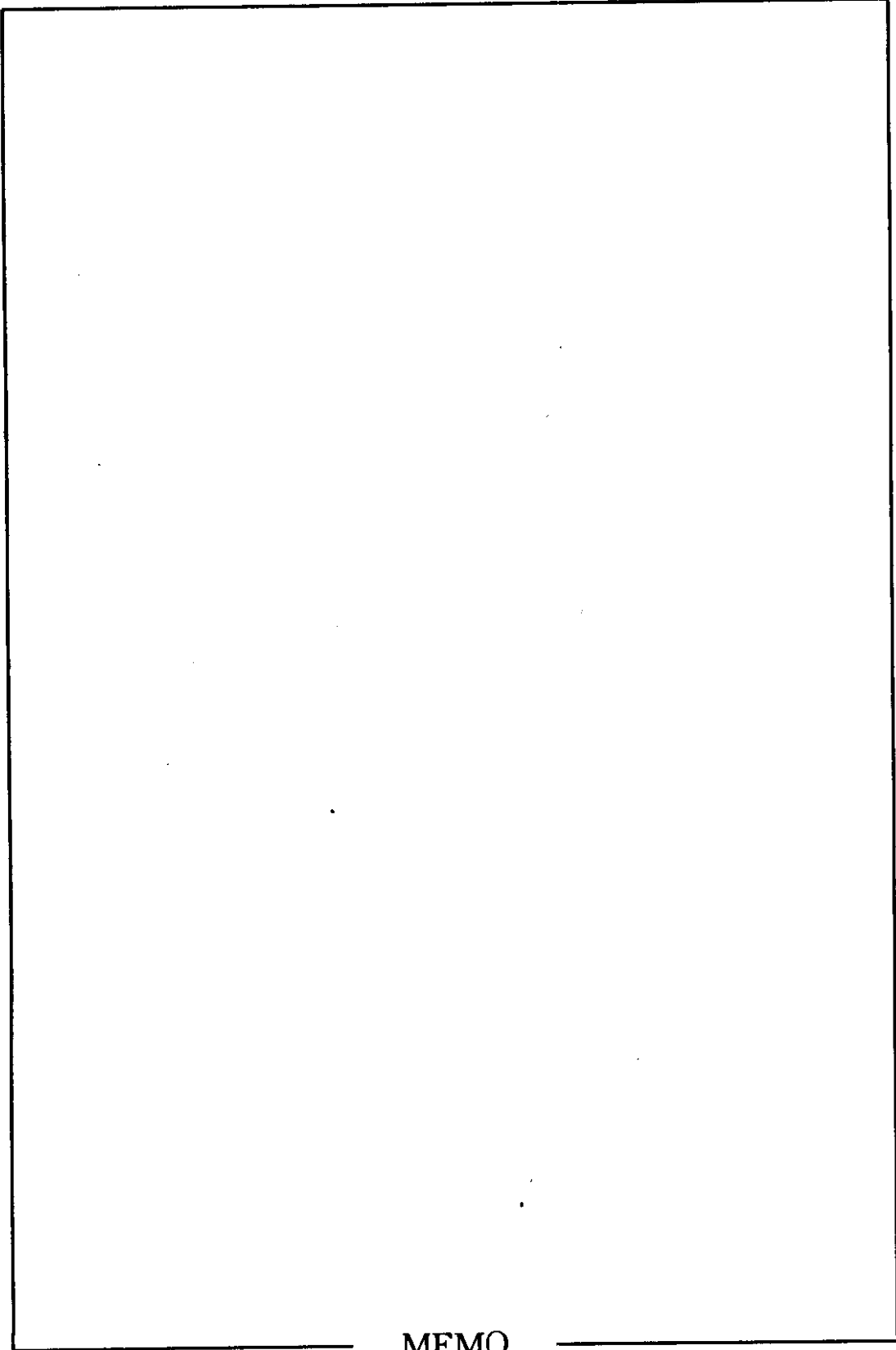
附录 请随“心”携带的推销员宝典..... 235

- 第一步 推销前如何考虑与行动..... 237**
- 第二步 如何取得初次推销的成功..... 251**
- 第三步 再度推销成功的窍门..... 272**
- 第四步 如何使洽谈成功..... 281**

1

永远保持积极的心态

每个推销员都必须保持积极进取的心理状态。在向任何人推销产品之前,首先必须相信你能够做成这桩买卖。如果你不相信自己,不相信你的公司和你的产品,那么你也无法让别人相信它们。本章将告诉你为什么拥有一个积极的心态对于推销员来说至关重要。



MEMO

热情可以赢得一切

——玛丽·凯

当我还是一个家庭主妇的时候,一个星期五下午,我的门铃响了,埃蒂·布莱克——一个我从来没有见过的人站在我门口,她问我是否能让她的进来,并告诉我拥有一套适合讲给小孩听的书的好处。我请她进来,就在我们互相认识之前,她就让我喜欢上了她的产品——《儿童心理学丛书》,由格利尔社会出版社出版。在这套书的目录中,每个母亲都可以找到她所关心的问题及一个与之相联系的榜样型故事讲给她的小孩听。

例如,其中有一个故事是关于小孩撒谎的——小孩在四、五岁时就可能撒谎。如果一位年轻的母亲试图教给小孩是非对错,那么这套丛书是我见过的有关儿童心理的最优秀的书。

埃蒂说这套丛书定价 50 美元。“你说什么? 50 美元?”我简直叫了起来。我告诉她:“对不起,我就是拼了命也买不起这套书,它们远远超出了我的收入水平。”

埃蒂看出,我非常喜欢这套书,于是建议说:“玛丽,我先把书留在你这里,到星期一再来取走,你看行吗?”

“那太谢谢你了!”我很高兴,因为我想不到她会这样说,“不过这又有什么用的呢? 因为最后我还是付不起这么多钱。”

“我有个主意”,她说,“如果你能推销出十套书,我就送你一套。”

“真的吗？天啦，真是太好了！”我满心感谢。

事情巧得很，当时我正好是豪斯顿·巴蒂德教堂星期天初级会员的自愿管理者，因此我有许多位年轻母亲的电话号码。在周末，我把大部分时间都用来打电话，向这些母亲推荐我所看到的那套优秀的丛书。我的热情是如此之高，以至于根本不用看书，她们中的十个人就不说什么地答应买它一套！天啦！我的热情点燃了她们的购买欲望！

星期一早上，埃蒂准时过来，我把我所做的向她讲了一遍。“这是她们的姓名和地址，”我说：“你带着书直接过去拿书款就行了。”

“真是不可思议！我从来还没见过这样迅速而又成功的推销。”她说。“这套书就送给你啦！”她指着放在桌子上的书，又说。

“噢！谢谢！”我高兴得都快跳起来。

“现在，我想跟你讨论一个更重要的问题，玛丽，”埃蒂急切地说，“你愿意为我们公司做推销吗？”还没等我回答，她又加了一句：“也许你还需要拥有一辆自己的汽车。”

“但是，我家只有一辆汽车，而且我丈夫还要开着去上班。而且，我也不会开车。”我有些犹豫。

“那好，你让你先生明天把车留下来，我开车带你出去。宝贝，明天你就和我一起推销书吧！”

接下来的几天，我们到处敲门，但是一事无成——要么无人开门，要么被人拒之门外。只有一次，我们做成了一套书的买卖。但此后就再没有人对这套书感兴趣。我一个周末仅用电话就推销了十套，而现在我们却这么困难——我真的很不明白。

下午五点钟，埃蒂爬进汽车的后排座，对我说：“这次由你开车回家吧！”

“天啦！我哪里会开车。”我都快叫起来了。