

孙三宝·编著

成功



Chenggong
Tuixiao
Xinfa

推销



心法



强势推销心法 掌握要领 准确出击

内蒙古人民出版社

成功。



心法。

成功·推銷心法 成功·推銷 成功·推銷

孙三宝·编著

成功

推销

Chenggong
Tuixiao
Xinfa



心法

强势推销心法 掌握要领 准确出击

内蒙古人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

成功推销心法/孙三宝编著. - 呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 2007.9

ISBN 978 - 7 - 204 - 09290 - 1

I. 成… II. 孙… III. 推销 - 方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 153263 号

成功推销心法

编 著	孙三宝
责任编辑	王继雄
封面设计	宋双成
出版发行	内蒙古人民出版社
地 址	呼和浩特市新城区新华大街祥泰大厦
印 刷	内蒙古地矿印刷厂
经 销	新华书店
开 本	715×1000 毫米 1/16
印 张	22
字 数	250 千
版 次	2007 年 9 月第 1 版
印 次	2007 年 12 月第 1 次印刷
印 数	1—5000 册
书 号	ISBN 978 - 7 - 204 - 09290 - 1/B·72
定 价	28.00 元



推销的成功绝非侥幸。世上之所以有最伟大的推销员，是因为他（她）比竞争对手更了解消费者的喜好与购买心态，在操作推销策略的过程中又比别人用心的缘故。通过阅读本书，你可以学习到这些独领风骚的推销手法，并透过书中详尽的说明，将这些策略应用在你的事业当中，使你的推销更有效率。在这个过程中，你将会发现许多的秘诀，能帮你在激烈的竞争中脱颖而出。

事实上，所有推销员无往不利的推销策略，其基本法则和方针，可以同样有效地替不同的企业和产品做推销。

即使是推销十分成功的推销员，对本书中提供的、领先群伦的推销心法，也是相当注意的，并将这些推销心法按自己的品牌或产品的特性量身改造，再加以应用。你可以应用这些推销心法，再创事业的春天。

这本书所描述的推销心法，收集了多位世界推销大师的成功经验，这些经验告诉我们，如果你能了解这些推销心法在现实生活或假想环境中应用的情形，你对书中所说的这些推销心法就会比较有概念，所以，在这本书里，我们举出了许多推销成功的例子。书中的这些推销心法一定可以让你成



功推销。

没有计划的推销活动是不可能成功的。好的推销人员会有系统地从产品定位，及推销策略开始着手，然后，才会构思推销计划或得以致胜的执行方针。在这样扎实的根基下，你根本不需担心执行的结果。如果你能按照书中所讲的顺序，一步一步地构想，你将为你的企业构思出最好的推销计划。

为了让读者容易了解，本书用最浅显易懂的用语来编著本书。你可以发现，其中一些基本原则在全球企管系或研究所的教科书上都找得到。但这本书之所以独特，是因为它包含了许多推销大师在商场打滚多年所学到的实践经验，与推销策略的所有精华，而这些都是你不可能在研究所学到的。在瞬息万变的推销环境中，相信这本书的独特推销心法可使你的推销策略百战百胜。

《成功推销心法》想要传递的讯息是独特的，一旦你开始阅读，相信它将推翻你原有的推销概念。用新概念的推销游戏规则去成功推销。希望你会喜欢这本对你有帮助的书！



目 录

第一章 推销员的素质与修养心法

作为一个推销人员,必须具备精深的素质修养,所谓的素质修养心法,就是要你常常牢记在心,并时时按照那些成功的信条培养和指导自己,久而久之,在潜移默化中成为你推销时不可缺少的精神支柱。

一、推销员的素质要求	(1)
(一)思想政治素质	(1)
(二)文化素质	(2)
(三)推销素质	(3)
(四)身体素质	(5)
(五)法律素质	(5)
(六)心理素质	(6)
二、推销员的素质与修养心法	(6)
做自己人生的忠实信徒	(7)
你可以成为最伟大的推销员	(8)
热情是一股强大的变革力量	(10)
别让病态心理左右你	(11)
你要尽力争取更多的成功	(12)
用良好的习惯塑造自己	(13)



真诚是你最好的名片	(15)
拒绝后仍有勇气坚持到底	(17)
保有一份健康的信念	(19)
相信自己会成功	(21)
敢于有计划地冒风险	(23)
做优秀的听众和快速的学习者	(24)
敢于白手打天下	(25)
不用偏激的心理对人对事	(26)
平衡技巧能给自己赢得更多胜算	(27)
不要把“命运”交给顾客	(28)
学会在不同的环境中作战	(29)
掌握命运,要先掌握自己	(30)
说服自己“一定会成交”	(31)
具备与各式各样的人交往的能力	(32)
天才推销员的五种能力	(33)

第二章 推销员的思维和行动心法

作为一个成功的推销员来说,敏锐的思维和行动是成功推销不可缺少的起码要求,当时机成熟时,便不失时机的引导客户积极购买,能否获得成功,关键就看你如何行动了。

一、推销员应具备的能力	(35)
(一)说服顾客的能力	(35)
(二)注意和观察事物的能力	(36)
(三)正确的理解能力和判断能力	(36)
(四)较强的社交能力	(37)
(五)快捷的应变能力	(37)



(六)创新能力	(38)
二、推销员的能力与技巧	(38)
具有适应变化的能力与技巧	(38)
能准确地窥见客户的内在意图	(39)
成功,只是比对手更努力	(40)
寻找恰当时机大胆行动	(41)
学会扭转局势赢得交易	(42)
学会赢得决定性战役的胜利	(42)
随时要保持敏锐的成交嗅觉	(44)
规划推销进度,抓住成交契机	(47)
发掘顾客不自知的需求	(48)
要灵活调整成交技巧	(49)
要有提供额外服务的精神	(50)
读懂客户非语言信息	(51)
要及时捕捉购买信息	(52)
“永远保持警觉”的成交艺术	(52)
引导对方迅速采取行动	(53)
让客户明白他能得到的利益	(54)

第三章 好的开始是成功的一半

俗话说得好:“好的开始是成功的一半。”

与顾客接近是面谈的前奏,所以,从推销的角度来看,良好的接近,便已掌握了75%的成交率。

一、推销的核心意义	(56)
(一)推销的核心内容是说服顾客	(56)
(二)推销的实质是满足顾客的需求	(57)



(三) 推销既是商品交换与服务顾客的过程, 又是信息传递与促使 顾客心理变化过程的有机统一	(58)
(四) 推销是整个营销活动过程中不可缺少的组成部分	(59)
二、推销的特点	(60)
(一) 特定性	(60)
(二) 灵活性	(60)
(三) 双向性	(61)
(四) 主动性	(61)
(五) 实效性	(61)
三、推销的作用	(62)
(一) 推销对社会的作用	(62)
(二) 推销对企业的作用	(63)
(三) 推销为人们创造就业和发展的机会	(64)
四、积极拜访成功推销的第一步	(64)
不同的形式拜访不同的客户	(64)
如何拟定一份行之有效的拜访计划	(66)
如何准确选择推销访问的对象	(67)
要预先对对象进行评估	(68)
看准客户的身份、地位处事	(69)
要明确客户有多大的决策权	(70)
如何确定自己的拜访路线	(70)
恐惧是推销员成功的头号敌人	(72)
培养应对客户的判断力和灵活度	(74)
要到鱼多的地方去打鱼	(77)
不要坐等客户来拜访自己	(79)
重视对客户的初访	(80)
拜访推销学问多	(82)
一定要让客户瞧得起自己	(85)



积极与客户坦诚沟通	(86)
让客户完整地表达出自己的意愿	(87)
如何彻底消除顾客的恐惧	(88)
把话说到客户的心坎上	(89)
为客户做好示范的技巧	(89)
抓住客户仿效他人的弱点	(91)
多与有影响力的人物联系	(93)
请客户帮助推荐潜在客户	(94)
让你的客户很有面子	(95)
别把会谈时间浪费在闲谈上	(97)
努力去满足顾客的真实需求	(97)
及时抓住给自己带来重振声威的机会	(99)
抛却自卑,挑战成功	(100)
要勇敢地再试一次	(101)

第四章 语言表达技巧决定成败

推销离不开语言,推销员的口才如何,决定了推销的成败。独到的语言技巧,可以有效地促进推销工作的开展,每一个成功的推销员都应具有良好的语言技巧,大师们的成功也得益于此。

一、推销洽谈的技巧	(104)
(一)推销洽谈中的沟通	(104)
(二)推销沟通的表达方式	(105)
二、成功推销的语言技巧与要求	(114)
成功推销的两个先决条件	(114)
语言表达技巧的妙用	(115)
熟练运用语言的表达技巧	(118)



推销不妨从巧妙提问开始	(120)
用有效提问来提高推销效率	(121)
金牌推销员提出问题的口才艺术	(124)
提问“为什么”的语言技巧	(126)
巧妙把握与客户交谈的关键点	(128)
善于在交谈中表现自己	(129)
说话要注意看对象、分类别	(131)
掌握有的放矢的沟通技巧	(143)
运用医生询问法进行沟通	(145)
让顾客的心与自己的心相通	(146)
要让客户享受到你的热情	(147)
要谄熟赞扬人的诀窍	(150)
寻找话题打破冷场的语言技巧	(151)
利用幽默营造一个愉快的沟通氛围	(152)
让有吸引力的音色表达出你的心意	(153)

第五章 利用推销心法抓住客户

利用推销心法抓住客户,就是要求推销员要学会了解顾客的心理,找出顾客的弱点所在,从而针对客户的弱点施加压力,当顾客感到困扰,且急需解决问题的时候,正是推销员抓住顾客的时候。

一、利用客户介绍客户	(155)
二、参加社团活动开拓客户	(158)
三、寻找潜在顾客的八种策略	(164)
四、了解顾客的心理的推销心法	(166)
接近客户的十五种方法	(166)
制定一份重量级客户名单	(171)



要牢记客户的姓名	(171)
如何透过语言看透客户的性格	(174)
根据客户的类型调整自己	(176)
学会巧妙地恭维你的客户	(178)
了解顾客的心理状态	(181)
让顾客的自尊引导你前进	(183)
巧妙试探顾客的成交意愿	(183)
挖掘客户的潜在需求	(184)
激发客户的购买欲望	(187)
打消客户购买时的顾虑	(188)
不妨让顾客自己来决定一些细节	(189)
制造名人气氛抓住客户	(190)
将顾客推向成交的关口	(192)
选择时机引导客户成交	(193)
要求顾客购买	(194)
婉转建议说服顾客多买	(194)
巧用“免费赠送”的推销技巧	(195)
用激将法让客户购买	(197)
每个问题中都可以蕴藏着机会	(198)

第六章 化解客户的拒绝为购买行动

“没有拒绝,就没有推销”这一点推销员必须时刻牢记,顾客绝不是任人摆布的棋子,他们的反对有时是蛮不讲理,冷面无情的。但你不能被客户的拒绝所吓倒,面对这种困境,推销员只有想方设法化解拒绝为购买,才能绝处逢生。

一、对待拒绝的五种态度

(200)



二、找寻推销拒绝的原因	(202)
(一)来自顾客的原因	(202)
(二)来自推销员自身的原因	(203)
三、化拒绝为购买心法	(206)
讲个故事给顾客听	(206)
扭转顾客价格高的抱怨	(207)
让顾客的弱点成为你的突破口	(208)
怎样面对哑巴型顾客	(208)
应对话匣子的策略	(209)
因人而宜,应对有怪僻的顾客	(210)
顾客态度急转时的应对策略	(212)
如何对付蛮不讲理的顾客	(214)
从容应对具有从众心理的顾客	(215)
如何面对客户的价格抗拒	(216)
应对拒绝的七种绝妙方法	(219)
绝处求生的成交策略	(222)
突破推销瓶颈的三种技巧	(225)
在客户心中树立自己的权威	(226)
学会委婉改变顾客的态度	(227)
诱导顾客说出拒绝的理由	(229)
持续拜访顾客的技巧	(231)
出奇制胜的推销快手	(231)
从客户需要入手争取成交	(232)
制造出促使客户购买的气氛	(233)
运用逆向成交法的成功推销技巧	(235)
帮助客户做决定的双赢推销技巧	(239)
无计可施时不妨放手最后一搏	(241)
不同客户要用不同的推销方法	(242)

要把拒绝说的委婉、生动些	(243)
迂回推销的成功妙策	(246)
推销说服时的十四种暗示技巧	(247)

第七章 营销大师的成交技巧

营销大师的成交技巧,是他们在长期的推销活动中积累的宝贵经验,作为一名推销员,学习和运用这些经验,对我们的推销工作有着巨大的帮助和指导。在推销过程中,只要你采取行动,并在必要时运用营销大师的成交技巧,你就一定会成功。

一、潜在客户开拓的二十一天	(252)
二、成功的客户管理	(254)
三、营销大师的经典成交心法	(255)
金牌推销员的简单经典成交原则	(255)
金牌推销员熟用的七大成交推销心法	(256)
达到戏剧化效果的成交技巧	(257)
用具体“行动”去赢得订单	(258)
要让顾客“买得容易”的成交技巧	(259)
巧用订单的推销成交方法	(260)
用“未来事件”营造成交的迫切	(260)
让客户拖延的可能代价	(262)
妙用“第三者推荐”的成交技巧	(263)
巧用客户推荐信的成交技巧	(264)
“避免损失”能让客户尽早行动	(265)
虚拟未来事件	(266)
精神衰弱事件的成交技巧	(267)
抛出“诱饵”,吊住消费者的胃口	(267)



抓住顾客的心理活动	(270)
妙用客户爱财的心理	(271)

第八章 用推销心法指导推销

推销心法是大师们心血的凝集,是经过实践检验的成功法则,用推销心法去指导你的推销活动,是你获得成功的基础。但是,使用时不要生搬硬套,一定要牢牢掌握,灵活运用。

一、积极寻找潜在客户	(274)
二、积极主动拿名单	(276)
三、让你获得成功的推销心法	(279)
贝尔“提早成交”的推销心法	(279)
史崔特的“沙袋战术”式成交推销心法	(279)
范登的“在最后关头才提供”成交推销心法	(280)
乔登“实际行动”的成交推销心法	(281)
凯利的“免费赠送”推销心法	(283)
霍普金斯的高效推销术	(283)
奥图的“直接成交”公告	(285)
布莱尼“直接成交”的简单推销心法	(286)
潘德顿的“争取成交”的推销心法	(287)
李德的“好人”推销术	(288)
戴克“认定成交”推销心法	(289)
特里的“第一印象”成交的推销心法	(290)
阿迪达斯的“跟踪服务”的推销心法	(291)
霍金斯的“默认成交”推销心法	(293)
哈洛的“细节问题”推销心法	(294)
托本的“试探性成交”推销心法	(295)

卡来尔“假设已成交”推销心法	(296)
南蓝的“细节问题”推销策略	(297)
盖纳的推销经典策略	(298)
吉布“胆大得体”成交推销心法	(299)
阿雷尔的“当场成交折扣优惠”的推销策略	(300)
弗兰克·普度的“以服务为品牌诉求”推销策略	(301)
塔哥德的“见面沟通”推销策略	(302)
法卡萨德的“让定成交”推销策略	(303)
华格罗的“拉客成交”的推销策略	(306)

第九章 洽谈 21 法让你轻松成交

在与客户洽谈时,一旦掌握了成交的契机,就要及时把握,也许,这时候的顾客还在犹豫不决,要趁着顾客购买欲望强烈时,鼓励他购买,这样,你成交的机会就很大。

一、推销洽谈的概念和原则	(307)
(一)推销洽谈的概念	(307)
(二)推销洽谈的原则	(308)
二、推销洽谈中的顾客心理	(309)
(一)对顾客个性的判断	(309)
(二)及时掌握顾客购买心理的变化	(310)
三、洽谈 21 法助你成功	(312)
肯定暗示法	(312)
诉求点同意法	(313)
机会损失法	(313)
权威同行法	(314)
推销承诺法	(314)

