

金牌推销员 实战宝典



J I N P A I T U I X I A O Y U A N

SHIZHAN BAODIAN

李金伟 编著

A circular badge with a serrated, sunburst-like edge. Inside the circle, the words "GOLD SALES" are written in a bold, sans-serif font. The badge is set against a background of a banner with stars.

GOLD
SALES

推销永远是一项充满未知和变数的工作，在实战中你会碰到无数想得到的“钉子”和各种意想不到的麻烦。从第一次与客户见面到推销成功，你需要做好大量的准备工作才行。

 中国长安出版社

金牌推销员 实战宝典



李金伟 编著



中国长安出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

金牌推销员实战宝典 / 李金伟编著. —北京: 中国长安出版社, 2009.6

ISBN 978 - 7 - 5107 - 0017 - 0

I . 金… II . 李… III . 推销 - 基本知识 IV . F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 085506 号

金牌推销员实战宝典

李金伟 编著

出版: 中国长安出版社

社址: 北京市东城区北池子大街 14 号 (100006)

网址: <http://www.ccapress.com>

邮箱: ccapress@yahoo.com.cn

发行: 中国长安出版社 全国新华书店

电话: (010) 65281919 65270433

印刷: 廊坊市华北石油华星印务有限公司

开本: 787mm × 1092mm 16 开

印张: 18.5

字数: 280 千字

版本: 2009 年 7 月第 1 版 2009 年 7 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 5107 - 0017 - 0

定价: 36.00 元

前言

QIANYAN

推销员，英文叫“Salesman”，它不仅是指在第一线推销商品、提供速销产品及服务的专业人士，还包括一切销售产品的业务人员，如基金经理、保险经纪、地产代理、化妆品美容顾问等。

一名优秀的推销员需要具备出色的口才、一流的实战经验和独到的成交技巧。本书侧重于从实战角度给推销员朋友提供系统性的，拿来就用的推销原则、推销经验和推销案例。

每个推销员的职业生涯都是从遭到拒绝开始的：通常是刚一接通对方电话，还没把话讲完，对方就以“我很忙，没时间”、“暂时不需要这项服务”把你打发了；本来是通过预约前来的，可客户常常以“马上要开重要会议”或“正准备外出”等理由拒绝与你坐下来洽谈；很多时候，你不远千里来到一个完全陌生的城市，只为和一个潜在的大客户见上一面，可是该客户只给你半小时的谈话时间。客观地说，推销永远是一项充满未知和变数的工作，在实战中你会碰到无数能想到的“钉子”和意想不到的麻烦。从第一次与客户见面到推销成功，你需要付出很多很多。

当朝九晚五的上班族回家和家人共享晚餐时，你可能还在奔波的路上；当其他部门的同事在有空调的屋子里办公时，你可能还在公车里或者马路上汗流浹背……这就是推销员的工作常态，你不仅要吃得苦，更要有正确的实战方法，把困境化为转机，用你的诚意和策略打动客户，将合同和订单一举搞定。

成为金牌推销员并非遥不可及。首先，你得有一种坚定、自信的外在：衣着得体、行动干练，昂首挺胸，笑容可掬，说话底气十足；其次，你要有识人、鉴人的本事，能通过第一次接触判断出客户的类型，掌握此类客户的心理，用

- 用正确的实战方法
- 化困境为转机
- 用诚意打动客户
- 将订单一举搞定



出色的口才和有针对性的策略，吸引客户的注意，为销售成功打下良好的基础；当然，客户随时都可能以不同的借口拒绝你的推销，或对你的产品和服务提出各种异议，对此你要有思想准备并积极应对；在成交之后，巩固销售成果、维护客户关系、保障售后服务，是为了获得长远利益必须做好的。此外，书中还列出了推销员实战中常见的错误及解决方案，以便各位推销员朋友解决实际问题，帮助他们及时弥补业务上的不足，提高专业能力。

一位金牌推销员说过：“行动中做好一切是推销员成功的第一法则。”本书最基本的观点就是提倡推销员要在实战中迅速成长，走向专业。不论是哪一个行业中的推销员，都应该在实战中向“金牌推销员”的境界不断迈进。只有在实战中学习、在实战中提高，才能渐渐成为高级推销人才。

本书是为那些准备从事推销工作或已经从事推销工作的人量身打造的推销宝典，极具实用性、指导性。一个推销员的实战能力的高低，在很大程度上决定着他人生成就的大小。建议每一位推销员朋友都随身携带这本《金牌推销员实战宝典》，它会在你需要的时候随时指导你，给你鼓励和正确的指引，帮助你签下一张张订单，成为出类拔萃的金牌推销员！

用正确的实战方法 ■
化困境为转机 ■
用诚意打动客户 ■
将订单一举搞定 ■

目录

MULU

第一章

推销员的专业素质与能力

一名优秀的推销员需要具备出色的口才、一流的实战经验和独到的成交技巧，才能在推销工作中无往而不胜。

第一节 推销员的七项成功法则 3

第二节 推销员的基本能力 20

第二章

用心发掘客源

客户是推销之本，那些满意的客户就是未来生意上最好的赌注，值得推销员花本钱、下工夫。

第一节 客户数量直接影响推销员成绩 29

第二节 寻找推销对象 34

第三节 掌握顾客的购买心理 41

第四节 发掘准客户的实战技巧 51



第三章

接近客户

接近客户有三个目标：争取他的注意；引起他的兴趣；刺激他产生进一步了解推销员所提建议的欲望，为顺利地转入洽谈作准备。

.....

- 第一节 重视接见的效果..... 59
- 第二节 初次接触客户须知 63
- 第三节 如何吸引客户的注意力 74

第四章

推销员的语言魅力

你应该使人听懂你所讲的每一句话，应该以明朗、活泼、富有吸引力的音色，简洁流畅地传达自己的思想。

.....

- 第一节 创造美好的音色..... 85
- 第二节 示范商品时的说话技巧 91
- 第三节 推销面谈 101
- 第四节 言语沟通的策略 121



第五章

排除异议，促成缔结

客户的拒绝并没有什么好怕的，客户的每一个拒绝都是让你攀向成功的阶梯。每当你解除了客户的一个拒绝，你就向成功的目标跨进了一步。

.....

- 第一节 了解客户的拒绝原因 129
- 第二节 如何对待客户的异议 134
- 第三节 明察客户提出异议的反应 139
- 第四节 处理客户的不同借口 146
- 第五节 推销成功的技巧 164

第六章

售后服务

无论多么好的商品，如果服务不完善，客户便无法得到真正的满足，从而导致商品丧失自身的信誉。因此，从某种角度来看，售后服务比生产或销售更为重要。

.....

- 第一节 了解售后服务 185
- 第二节 成交不是推销的终端 191
- 第三节 售后服务——推销的后卫 195



第七章

高级推销技巧

成功的推销员通常具备许多高级的推销技巧。如：巧妙的电话推销法、特殊的女性推销技巧及恰当运用肢体语言等。

.....

第一节 电话推销	207
第二节 向女性推销	221
第三节 推销中的肢体语言	247

附录

推销员常见的 40 个错误与解决之道



Gold

第一章

推销员的专业 素质与能力

一名优秀的推销员需要具备出色的口才、一流的实战经验和独到的成交技巧，才能在推销工作中无往而不胜。



第一节 推销员的七项成功法则

Gold

自信是积极向上的产物，也是一种积极向上的力量。自信是推销员所必须具备的，也是最不可缺少的一种气质。因此，自信，对于一个推销员的成功是极其重要的。

成功的勇气来源于自信

失败的推销员，其共同缺点是缺乏自信和魄力。没有自信，就没有魄力；没有魄力，则生意清淡；生意做不成，则更加不自信。日子就在这种恶性循环中一天一天地度过。欲成为推销大师的推销员们，必须鼓起自信的勇气。从另一方面来说，顾客绝不会向没有自信的推销员购买任何东西，这样的推销员令人讨厌，会使顾客觉得是在浪费自己的宝贵时间。

推销员应时刻牢记：

- ①所从事的是一项正当的工作；
- ②所推销的正是客户所想要的，是最好的产品；
- ③我能成功，因为我有多次成功的经验；
- ④我比顾客更了解产品，所以我是老师；谁也不是什么大人物，有朝一日我要超过你；
- ⑤万一失败了，也没有什么了不起，下一个顾客正等着呢；



⑥没关系，你今天拒绝了这个产品，明天我会拿一件你更需要的产品；

⑦失败是成功之母，找到失败的原因，下一次就能成功了。

因此，推销人员必须充满勇气。若缺乏勇气，就会未战先败。推销员可回忆自己以往的成功之举，欣赏自己。只有战胜被拒绝的沮丧，才能成功。

以下两种推销员注定会遭到失败：一是盲目乐观者，因为他们缺乏必要的准备；二是胆怯懦弱者，因为他们缺乏积极的态度，对自己没信心。对此应采取这样的对策：相信自己的能力；相信自己的产品。

推销员与运动员一样，也应毫不气馁地工作。一个人的思想对他的行动有很大影响。不要对自己失去信心，即使真的没成功，也不要失望，因为这也在情理之中。

当推销员和客户会谈时，言谈举止表露出充分的自信，则会赢得客户的信任，客户信任了你才会相信你的商品说明，从而心甘情愿地购买。通过自信，才能产生信任，而信任，则是客户购买商品的关键因素。

自信是积极向上的产物，也是一种积极向上的力量。自信是推销员所必须具备的，也是最不可缺少的一种气质。因此，自信，对于一个推销员的成功是极其重要的。

那么如何才能表现出推销员的自信呢？首先推销员必须衣着整齐，挺胸昂首，笑容可掬，礼貌周到，对任何人都亲切有礼、细心应付。这样，就容易增强推销员的自信。如此，推销员的自信也必然会自然而然地流露于外表。

生活中我们经常可以看到推销员开始推销时信心百倍，满腹热心，敲开客户家门却遭到客户冷言冷语，甚至无理侮辱。这样推销员的自信又很快消失了。那么应如何保持自信呢？

这就要看推销员的自信心是否坚强了。推销员一定要沉住气，千万不要流露出一满的言行。要知道，客户与推销员接触，并不会去意识自己的言行是否得体，而总是在意推销员的言谈举止。客户一旦发现推销员信心不足甚至丑态百出，则对商品就不会有什么好感了；即使他还是认为商品质地优良，很合其需要，但见推销员急于出手商品，便会使劲压价。这就是因为推销员失去了自信。



由此可见，推销员必须表露出自信。客户通常较喜欢与才能出众者交手。他们不希望与毫无自信的推销员打交道，因为他们也希望在别人面前自我表现一番。再者，他们怎么会情愿和一个对自己的推销及商品都缺乏信心的人洽谈生意，从他那里购买商品呢？

如果推销员对自己和自己的商品充满了自信，那必然会有一股不达目的绝不罢休的气势。坚持下去，胜利终究属于你！

不自信，就可能使交易失败。在导致自己失败的消极态度中，罪魁祸首就是推销员预先失去信心，认为自己无法将商品售出的想法。

客户对于商品，经常都怀有相似的不满和疑问，因此，在面对客户时，不可以自认为无法销售，或表现出面有难色的神情。推销员如能自我演练，精心计划，相信一定能卖出商品。

自信的推销员面对失败仍然会面带微笑：“没关系，下次再来。”他们在失败面前仍会很轻松，从而能够客观地反省失败的推销过程，找出失败的真正原因，为重新赢得客户的购买而创造机会。

自信会使推销变成一种享受。想一想就会明白，不自信的推销员一定会把推销当做是去受罪，是到处求别人的令人厌烦的工作。然而自信却能使推销员把推销当做愉快的生活本身，既不烦躁，也不会厌恶，这是因为推销员会在自信的推销中对自己更加满意，更加欣赏自己。

自信既是推销员必备的气质和态度，又可说是能倍增销售额的一个妙计，因为自信也有分寸，不足便显得怯懦，过分又显得骄傲，所以，推销员要善加把握。总之，如果想成为成功的推销员，从而不断地倍增销售额，那么应该时刻充满自信，信心十足地去迎接客户，迎接挑战！

成功的动力来源于热情

1. 热情是一种意识状态，是重要的力量；热情与推销员的关系宛如蒸汽对火车头。热情可使推销员精力充沛、超常工作。热情由刺激而来。这种刺激包括：

热情是一种意识状态，是重要的力量；热情与推销员的关系宛如蒸汽对火车头。热情可使推销员精力充沛、超常工作。热情由刺激而来。这种刺激包括：

- ①拥有自己喜欢的工作；在个人所处环境中，可以接触到



其他热情和乐观的人士；

②经济上所取得的成绩；

③与个人职业需要相配的称心如意的服装。

推销员们，请用热情去感染顾客吧，这样做，推销事业就会犹如神助。

唯一同热情一样能感染人的东西是恐惧。

在必要时，专业推销员让他的客户感到恐惧，从而帮助达成交易。但是现在，先来看一看推销的最重要因素：热情。无论是对卖古董的摊贩，为固定客户服务的推销员，卖衣服的店员，还是对接受佣金的推销员来说，热情都能创造交易。

但是，经验和热情很少同时存在于一个人身上，这就证实了这种说法：“熟而轻之”（Familiarity breeds contempt）。

假设有一个新雇员，刚刚接受完培训，没什么经验，急于做生意，但却很少有机会出门。他的产品知识几乎是零，他的经验也是零。但使我感到震惊的是，他没有出门，却做成了一笔又一笔买卖。原因就在于，他用热情感染了客户。

过了一段时间（大约3个月之后），这个新雇员成了一名老手，他学到的东西越来越多，他的经验越来越丰富。他对产品了解得一清二楚，他信心十足，精通推销。这时，他接受挑战的欲望开始减退，他对事情不再感到惊异，热情的火苗渐渐消失。这个新雇员变成了一名庸庸碌碌、无所作为、没有棱角的推销员。平庸之辈中又多了一个人。

这是一个人人都很熟悉的故事，不是吗？

据说，热情在推销中占的分量为95%，而产品知识只占5%。当看到一名新雇员不知道成交方法，只掌握一点最基本的产品知识，但却能不断将产品推销出去时，推销员就会认识到热情是多么的重要。

与一般看法相反，教会推销员如何热情是能够办得到的，专业推销员就是既具有经验，又具备热情的那类出类拔萃的人。



办法是这样的——专业推销员本人要有信心，也就是说，要对自己的产品有信心。这样，当推销员同客户打交道时，推销员就会用热情去推销，这种热情发自内心，而不是发自口舌。所以，取得并保持热情的方法首先是自己要有信心。一旦一个推销员建立了信心，就会对自己的产品产生一种狂热的信仰，如果有谁不相信这一点，就会吃苦头。

再说一遍，只有自己信服了，才能让别人信服。

记住：热情是能够传染的。请用热情来推销，用发自内心的热情，并把这种热情传递给你的客户。

成功的关键在于学识

当今世界上的知识日新月异，要想掌握全部信息资料显然是不可能的。作为一名优秀的推销人员，要妥善处理好与各类顾客之间的交往关系，必须尽可能学习并掌握广博的知识。可以这样说，一个人如果没有受过系统教育，没有丰富的知识阅历，对于推销工作来说是难以应付的。推销活动的成功与否与各门学科常识联系密切。因而推销员必须具备广泛的知识来源，经常了解社会、经济、政治、文化诸方面的状况及其未来的发展趋势。如前所述，推销人员应付的是整个社会，是不断变化的各类人和事，需要多方面的经验与学识。所以，理想的推销人员应当是“通才”，而不是“专才”。

由此看来，为了使推销卓有成效地进行，推销人员要多学习借鉴，努力充实自己。在国外，不少推销人员的学识和阅历都较广，因而工作起来得心应手，美国推销协会的调查统计表明，在各类公司、企业、商场任职的推销员大多是具有八年以上的工龄，其中不少还获得过多种学士、硕士学位。我国市场经济比较发达，推销事业兴起较早的广东、上海与江浙一带，有关单位在招聘录用推销人员时曾就如下一些学识问题进行考评：

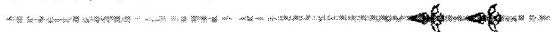
- ①是否每天读书看报？
- ②是否大学毕业？



- ③是否懂得经济常识?
- ④是否学过心理学?
- ⑤是否了解党和国家的组织机构和现在实行的方针政策?
- ⑥是否具有谈判的经验?
- ⑦是否懂得社会学知识?
- ⑧是否受过哲学和逻辑学的思维训练?
- ⑨对于社交礼仪知识懂得多少?
- ⑩是否能够撰写新闻稿件? 写作是否流畅通达?
- ⑪了解多少民意测验和舆论调查的方法与途径?
- ⑫是否具有与新闻界打交道的经验?
- ⑬是否懂得经营管理知识?
- ⑭是否具有社会交际和社会活动经验?
- ⑮是否精通宣传技巧?
- ⑯口才能力如何?
- ⑰有没有幽默感?
- ⑱法律方面的知识及条文熟悉程度如何?
- ⑲讨价还价的水平怎样?
- ⑳自我制怒是否见效?

以上这些内容涉及面比较广,也能判断一个人的学识阅历和临场经验,可以作为在实际招考推销人员时的参考。

视顾客为上帝



推销人员不可能不与顾客打交道,推销人员注定要与顾客打交道,那么,应怎样对待顾客呢?

△**顾客是衣食父母。**推销人员应牢记:不论对自己和别人的感觉如何,绝不让自己的情绪成为障碍。推销员是在做生意,这是一种重要的职业。而顾客是这个世界上对推销员最重要的人,他们不是推销员的麻烦和