

F713.3
658

一部最为实用详尽的推销必读书

方军 / 编著

推销 实用全书



世界上80%的富翁是从推销员干起的

做推销就是要把推销当作自己的事业，理直气壮地向所有人宣布：

我是一个值得骄傲的推销员！实际上，

经历了最初的艰难之后，推销能带给一般人无法比拟的财富，而且不仅仅是财富。

进入推销行列的门槛很低，成为一名推销高手却很难。推销需要勤奋敬业的精神、锲而不舍的毅力、左右逢源的说话技巧、化解难题的应变能力。只有在学习中不断提高自己，才能找到做一个成功推销员的门径。

Marketing

中国华侨出版社

——最新为实用营销的推銷必读书

推銷 实用全书

美国著名营销专家、国际营销大师、国际营销协会主席

Marketing

实用全书

一部最为实用详尽的推销必读书

方军 / 编著

推销 实用全书

世界上80%的富翁是从推销员干起的

做推销就是要将推销当作自己的事业，理直气壮地向所有人宣布：

我是一个值得骄傲的推销员！实际上，经历了最初的艰难之后，推销能带给一般人无法比拟的财富，而且不仅仅是财富。



一名推销高手却很难。推销需要勤奋敬业的精神、锲而不舍的毅力、左右逢源的说话技巧、化解难题的应变能力。只有在学习中不断提高自己，才能找到做一个成功推销员的门径。

Marketing

中国华侨出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

推销实用全书/方军编著. —北京: 中国华侨出版社,
2008. 11

ISBN 978 - 7 - 80222 - 751 - 4

I. 推… II. 方… III. 推销 - 手册 IV. F713.3 - 62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 162315 号

● 推销实用全书

编 著/方 军

责任编辑/文 心

封面设计/纸衣裳书装

责任校对/胡守一

经 销/新华书店

开 本/710 × 1000 毫米 1/16 印张 18 字数 250 千字

印 刷/利森达印务有限公司

版 次/2008 年 11 月第 1 版 2008 年 11 月第 1 次印刷

印 数/5000 册

书 号/ISBN 978 - 7 - 80222 - 751 - 4

定 价/30.00 元

中国华侨出版社 北京市安定路 20 号院 3 号楼 305 室 邮编 100029

法律顾问: 陈鹰律师事务所

编辑部: (010) 64443056 64443979

发行部: (010) 64443051 传真: 64439708

网 址: www.oveaschin.com

e-mail: oveaschin@sina.com

前言

推销是一门技术，也是一门艺术，同时它还是一个充满挑战、充满艰辛更蕴含着极大成功的职业，不管你相不相信，世界上 80% 的富翁都曾经是一名推销员，推销员作为一种职业，既能充分发挥个人能力，又能充分实现个人价值。

做一名推销高手，跻身于身价千万、轻松开展各种各样业务的冠军推销员之列，是每一位推销员梦寐以求的目标，然而 99% 的推销员注定只能是平庸者，不分寒暑、顶风冒雨地穿梭在大街小巷，却收入微薄；而只有 1% 的人能轻松地开展推销业务，成为推销冠军，并跻身于高收入者行列。为什么同是推销员却有这么大的差异呢？因为人的推销技巧、推销方法有高下之别。

大凡在推销行业有所作为的人，无不是深谙推销方法与推销技巧之人，因此，我们编写了这样一本《推销人员手册》，希望能对推销员们有所帮助。

随着信息共享的程度越来越高，许多推销员的推销手段越来越相似。如果说一个神来之笔的推销是通过“巧劲”战胜了消费者，那么注重推销过程中的每一个细节，则是这种“巧劲”的落实与体现。当推销无法靠出奇出彩制胜的时候，细节的较量便极为重要。推销，在未来的竞争主要表现为细节的竞争，细节的竞争才是最终和最高的竞争层面，就是说，一个

推销实用全书

TuiXiaoShiYongQuanShu

人可以通过对每一个推销细节细致入微的把握，最终战胜对手。从这一点上来说，成功的推销模式也不可复制。

所以说，细节决定成败，谁做好了销售细节谁就会成功！

推销误区往往会妨碍推销员取得成功，常有一些推销员因为说错话、办错事、用错了推销方法而导致推销失败。针对这种情况，本书总结出了推销中容易犯的错误，便于推销员以此为鉴，提高推销成功率。

除此之外，本书还从推销形象、新人入门、成交技巧等多个方面给推销员全方位的指导，通过这些内容，推销员可以了解纷繁复杂的商业行为背后的真相，可以了解推销工作的种种技巧，一步步走向成功。

我们真诚地希望推销员们在读过本书后，能对推销工作有一种全新的领悟，能够更好地开拓自己的职业生涯，让自己的每一点付出都获得丰厚的回报！

目 录

第一章 推销形象： 推销产品先要推销自己

形象对推销人员来说是极其重要的，我们所说的形象是广义的，包括推销人员的衣着打扮、肢体语言和礼仪等等。一个穿戴整洁、举止有礼的推销员容易赢得客户的信任和好感，而一个衣冠不整、举止粗鲁的推销员却会给客户留下邋遢、懒惰的糟糕印象，因此，要想成为一流的推销员，首先就要塑造出良好的自我形象。

举止有礼才能让客户认同	(2)
名片虽小不能小看	(4)
你不能忽略的约会礼仪	(6)
优秀推销员无不是一名优秀的倾听者	(9)
言谈是否有礼与业绩挂钩	(11)
买卖不成礼节在	(13)

推销实用全书

TuixiaoShiYongQuanshu

仪表是推销员要过的第一关	(15)
最好的装扮不是最华丽的而是最得体的	(17)
推销中别忘了带上你的微笑	(20)
会让你功亏一篑的卫生细节	(22)

第二章 新人修炼： 推销新人的第一课

越来越多的人跨入了销售这个竞争激烈的行业，成了一名推销新人。推销是一项艰苦而又充满挑战的工作，每个推销新人都要面对许多难关和障碍，只有跨越了这些障碍，在推销过程中不断修炼自我，才能在竞争中取胜，成长为一名出类拔萃的销售能手。

寻找客户是你的第一项工作	(26)
别说客户不爱听的话	(27)
心里只能想着你的业绩	(30)
“初生牛犊”靠的是什 么	(31)
修炼耐挫的好心态	(33)
怕丢面子就干不了推销	(35)
失败不算丢面子	(36)
顶尖的推销员是好脾气的推销员	(38)
健康的身体是推销员的本钱	(40)
不要背负客户的问题	(42)

第三章 自我激发： 成功推销员的信念与心态

对推销员来说，最重要的并不是经验和技巧，而是成功的信念和心态，是你的信念决定了你 80% 的成功机会，是你观念的品质决定了你推销的品质。因此，作为一名推销员，你必须不断地自我激发，有了良好的信念和心态，成功自然就会到来。

推销员：没有困难哪有你	(46)
开始你的 101 次推销	(48)
推销需要勇气	(49)
不自信就没有成功	(51)
推销员的字典里没有放弃	(53)
想到就要做到	(55)
挨家挨户推销而不是逃避	(56)
如火热情铸造伟大推销员	(58)
没有“想要”只有“一定要”	(61)
自豪地说出你是推销员	(63)

第四章 人际战术： 成功推销员要有成功的人际关系

人际关系对推销员来说意味着什么？答案是“一切”。要知道，推销就是一项与人打交道的工作，如果处理不好人际关系，

那么即使你有再好的推销技巧，再有竞争力的商品，照样会输得一败涂地。因为没有人会从自己不喜欢推销员那里买东西。只有建立良好的人际关系，才能左右逢源，让你的推销工作顺利展开。

先打动秘书小姐才能打动客户	(66)
广结善缘才能成功	(68)
推销员要有个好记性	(69)
有人脉才有钱赚	(71)
老客户是一座金矿	(72)
关心客户就是为你的推销加码	(74)
每个客户背后都有 250 名客户	(75)
想客户所想才能搞好推销	(77)

第五章 推销攻略： 把握优效的推销方式

说到推销方式，一般有电话推销和登门拜访两种，而现在，这两种推销方式已被紧密地融合到一起：你不能指望打两个电话就能做成一笔买卖，你还需要上门拜访。然而，这些推销方式也有很多学问，只有准确地把握了它们，你才能获得最大的回报，在最短的时间里成为一名高效的推销员。

教你借电话约见客户	(80)
推销电话，你不一定会打	(84)
设计一个独特的电话脚本	(86)

学会控制你的情绪	(88)
用电话与客户建立关系	(91)
排除拜访当中客户的消极态度	(94)
没有时间观念就没有业绩	(97)
约见客户不能出错的三个要点	(99)
辞别得体才能留下后路	(103)
帮你提高业绩的再访借口	(105)

第六章 推销秘笈： 成功推销的“必杀技”

只有1%的推销员能够成为伟大的推销员，99%的推销员只能是平庸者。是什么原因造成了这样巨大的差异？是推销技巧，几乎每一个神来之笔的推销都是通过“巧劲”赢得了客户。因此，要想取得更好的业绩，为自己赚更多的钱，实现自我价值，你就必须学会成功推销的“必杀技”，轻松面对任何挑战。

教你应对客户的推托借口	(110)
让客户先“恋”上商品	(112)
做最吸引客户的推销员	(114)
激发出客户的兴趣等于成功一半	(117)
完美的示范是最有力的语言	(120)
客户的需求就是业绩	(123)
局面越僵越要笑	(124)
“迷魂汤”要灌得恰到好处	(125)
必要时不妨把黑的说成白的	(128)

找到客户最关心的那个点	(131)
运用欲擒故纵战术抓住客户	(133)

第七章 推销细节： 推销细节决定一切

推销往往是靠巧劲取胜，而注重推销过程中的每一个细节，则是这种“巧劲”的落实和体现。要知道推销是一种艰苦的工作，其中包括数不清的繁琐细节，有时一招不慎就会失去全局。因此，我们一定要听从推销大师的告诫：细节决定成败，谁把握好了推销细节，谁就会成功！

对客户的抱怨持欢迎态度	(136)
重视每一个人，才算得上优秀的推销员	(139)
没有诚信就做不了推销	(142)
客户的肢体语言会说话	(145)
没有准备就是准备失败	(151)
推销要用“勤”字诀	(153)
推销员应是业务知识精深的人	(155)
在推销中要始终掌握主动权	(158)
接近客户是不可忽略的细节	(161)
推销不必太苛求完美	(163)
为客户着想就是为自己着想	(166)

第八章 客户第一： 找到并抓牢你的客户

对于推销员来说，找到并建立自己的客户群是至关重要的，抓不住客户，推销员即使有再高明的推销技巧，即使有再好的产品也是枉然。因此，推销员一定要奉行“客户第一”的原则，时时不忘拓展客户、服务客户，这样才能有成功的推销。

因人制宜才能抓住客户	(170)
建立属于自己的客户联络网	(174)
找到你的准客户而不是假客户	(178)
一个老客户也不能丢	(183)
客户的信任就是你的业绩	(187)
有亲和力客户才会喜欢你	(188)
不要缺少一双发现客户的眼睛	(191)
打造一个“客户俱乐部”	(195)
客户的忠诚度意味着业绩	(198)
别让客户因为不满而流失	(201)

第九章 成交法则： 成交才是“硬道理”

推销员整日奔波、风雨无惧为的是什么呢？两个字：成交。推销员所做的一切都是为了成交。很多时候，并不是你的口才

推销实用全书

Tuixiao Shiyong Quanshu

好，你的产品演示做得好，成交就水到渠成了，关键是你把握好成交的几个关键环节，这样，你才能与客户达成协议，你的推销才算是成功了。

选择让客户说“是”的话题	(206)
扩大痛苦来达成交易	(209)
牢牢抓住成交的信号	(213)
别让“煮熟的鸭子”再飞走	(217)
你必须掌握的成交方法	(221)
在谈判中达成交易	(225)
成功成交应做好的六件事	(227)
提出成交要求的方法有讲究	(231)
四个神奇的成交技巧	(237)

第十章 推销误区： 推销员容易犯的错误

无论是久经沙场的推销元老，还是初涉销售的推销新人，在推销过程中往往都会存在一些误区。有的推销员说错了话，有的推销员在推销过程中用错了方法，有的推销员观念出现了问题……这些推销误区使他们的很多推销个案徒劳无功。这是很可惜的，推销员只有找出自己的推销误区，并积极改正，才能迅速走向成功。

不注重肢体语言的配合就难以沟通	(244)
贬低竞争对手对你毫无益处	(247)

急于求成只会起到反作用	(250)
推销也需要团队精神	(253)
服务不是浪费时间	(256)
别让赞美“走了调”	(259)
展示产品别犯忌	(261)
不学习就无法成为推销高手	(264)
没有明确的目标，计划就无法成功	(267)
售后服务别走入误区	(270)

第一章

推销形象

推销产品先要推销自己

形象对推销人员来说是极其重要的,我们所说的形象是广义的,包括推销人员的衣着打扮、肢体语言和礼仪等等。一个穿戴整洁、举止有礼的推销员容易赢得客户的信任 and 好感,而一个衣冠不整、举止粗鲁的推销员却会给客户留下邋遢、懒惰的糟糕印象,因此,要想成为一流的推销员,首先就要塑造出良好的自我形象。

举止有礼才能让客户认同

推销人员在拜访客户时除了要注意自己的仪容和服饰外，还必须注意自己的行为举止。务必做到举止高雅、落落大方，遵守一般的进退礼节，尽量避免各种不礼貌或不文明的行为习惯。这对推销员来说很重要，因为客户是不会接受一个举止粗俗无礼的推销员的，即使他的产品很好。

行为举止是一种无声的语言，是一个人性格、修养的外在体现，它直接影响到客户对推销员的观感和评价，因此推销员在客户面前一定要做到举止高雅，坐、立、行、走都要大方得体。

首先来说坐相。一些推销员在客户面前总是坐立不安，晃来晃去，结果给客户留下了极不好的印象，他们的推销往往以失败告终。那么怎样才算“坐有坐相”呢？推销员到客户家拜访时，不要太随便地坐下，而且在客户尚未坐定之前，推销员不要先坐下，坐姿要端正，身体微往前倾，千万不可跷起“二郎腿”。因为这样不但不会让客户觉得你很亲切，反而会觉得你不够礼貌。推销员在就座时需要注意以下事项，以避免引起客户的反感：入座轻柔和缓，至少要坐满椅子的2/3，轻靠椅背，身体稍前倾，以表示对客户的尊敬，千万不可猛起猛坐，以免碰得桌椅乱响，或带翻桌上的茶具和物品，令人尴尬；

坐下后，不要频繁转换姿势，也不要东张西望，上身要自然挺立，不东倒西歪。如果你一坐下来就像摊泥一样地靠在椅背上或扭捏作态，都会令人反感；两腿不要分得过开，两脚应平落在地上，而不应高高地跷起来摇晃或抖动；

与客户交谈时勿以双臂交叉放于胸前且身体后仰，因为这样可能会给人一种漫不经心的感觉。

总的来说，男士的坐姿要端正，女士的坐姿要优雅。

再说说站姿。有一位推销员几乎已经成功地说服了他的客户，可是当他们站到办公室的吧台前谈具体事宜时，他的站姿却坏了事：他歪歪斜斜地站在那里，一只脚还不停地点地，好像打拍子一样。这位客户觉得推销