

金牌推销员的成功指南

推销员

TUXIAOYUAN
PEIXUN SHOUCE
YUANYIPING
DE CHENGGONG
ZHIDAO

培训手册

原一平的成功之道

高原 —— 编著

金牌推销员的
成功指南

推销员 培训手册

原一平的成功之道

高原 编著



四川大学出版社

责任编辑:梁 平
责任校对:杜 彬
封面设计:李 品
责任印制:王 炜

图书在版编目(CIP)数据

推销员培训手册:原一平的成功之道 / 高原编著.
—成都:四川大学出版社, 2018. 6
ISBN 978-7-5690-1993-3

I. ①推… II. ①高… III. ①推销—通俗读物
IV. ①F713. 3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 144539 号

书名 推销员培训手册——原一平的成功之道

编 著 高 原
出 版 四川大学出版社
地 址 成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行 四川大学出版社
书 号 ISBN 978-7-5690-1993-3
印 刷 合肥市星光印务有限责任公司
成品尺寸 145 mm×210 mm
印 张 9.5
字 数 194 千字
版 次 2018 年 8 月第 1 版
印 次 2018 年 8 月第 1 次印刷
定 价 59.80 元



版权所有◆侵权必究

- ◆读者邮购本书,请与本社发行科联系。
电话:(028)85408408/(028)85401670/
(028)85408023 邮政编码:610065
- ◆本社图书如有印装质量问题,请
寄回出版社调换。
- ◆网址:<http://www.scupress.net>

前言

在日本保险业，他是一个响当当的人物。近百万的日本寿险从业人员中，也许会有人不知道十大寿险公司老总的名字，但绝对没有人不认识原一平。

原一平的一生充满着传奇色彩。1904年出生于日本长野县的他，长大后身高只有1.5米，被人们称之为“矮冬瓜”。同时拥有顽皮狂野性格的他也被乡里认为是不可救药的小太保。当他刚刚加入日本明治保险公司

时，常常穷得连坐公交车的钱都没有。形象差、起点低、圈子窄、积蓄少……种种不利的因素紧紧地包围着原一平，让他举步维艰。这个矮个子、穷小子，以他坚忍的毅力和命运作艰苦卓绝的斗争。

推销之路孤寂而又漫长，他遭受了无数的白眼和冷遇。然而，独一无二的原一平，却用辛勤的汗水和独特的方法跨过了这条路上的荆棘。为了争取更多的工作时间，他早上一边穿衣服，一边让妻子将紫菜包裹的饭团喂到自己口中，以节省吃饭的时间。为了不放过任何一个准客户，他曾经在长达4年的时间里，在登门拜访70次都失败的情况下，终于在第71次拿到了保单。

在36岁时，原一平成为日本保险销售冠军，并荣升为世界百万圆桌会议协会成员。更令人敬仰的是：从45岁开始，他连续15年荣登推销业绩全国第一宝座，创下的世界推销纪录20年未被打破。这位日本历史上最为杰出的保险推销员被业界尊称为“推销之神”。

“推销之神”已名声赫赫、收入丰厚，但是他从来没有停止过自己的疯狂推销。他总是睡得晚、起得早。他的太太曾关爱地埋怨他说：“以我们现在的储蓄已够终生享用，不愁吃穿，何必每日再这样劳累地工作呢？”原一平回答道：“这不是不愁吃穿的问题，而是我心中有一团火在燃烧着，是这一团永不服输的火在身体内作怪的缘故。”

内心的火一旦点燃，就能烧毁一切不利的因素。这个执着于

推销的狂热分子，会时常对着镜子苦练微笑，并将微笑分为38种！曾经在约见一个思想顽固的客户时，他竟然动用了足足30种微笑，终于打动了这位客户。

原一平成功的营销理念和实践已成为企业培训管理者、公关人员、寿险营销人员的生动教材。为此，我们编写了此书，让推销之神给你的推销生涯助力。此书的内容涵盖了原一平从心态、修养到与客户打交道、签约方法等，相信本书能给广大读者带来全新的启示。

目录

第一章

疯狂治身之术，
激发潜能

- 推销员的“五张脸谱” / 003
- 哲理透视的玄机 / 007
- 修行自身，原一平的批评会 / 010
- 在自信的光环下造就奇迹 / 012
- 与情绪挥手告别 / 014
- 不该遗忘的自省 / 017
- 时刻检讨自己 / 019
- 疯狂自省术：雇用别人调查自己 / 021
- 价值百万的微笑 / 023
- 用勤奋赢得精彩人生 / 028
- 顶尖推销员拥有的五种爱 / 030

第二章

人际战术， 助你搬走路边的石头

有人脉才能赚大钱 / 035

推销新人如何建立人际关系网 / 038

闻其声，辨其人，识其心 / 041

交流方式随客户而定 / 042

远离“独行侠”，建立良好客户关系 / 044

站在对方的立场上思考 / 048

“菜鸟”推销员的成功术 / 050

以“礼”洗心法 / 052

“擒贼先擒王”的战术 / 054

用人际关系助力推销 / 056

推销的“为人”三境界 / 059

发现“新市场” / 065

现场表演吸引百万客户 / 068

找准客户的好奇心对症下药 / 071

名片与广告的妙用 / 073

寻找准客户的五大方法 / 077

开发新客户需要注意的问题 / 079

初见面的七秒钟决定你的生死 / 082

“一来就走”的绝招 / 085

采用“以退为进”的战术 / 087

“打一巴掌，给个甜枣” / 089

“地毯”式追踪术 / 091

第三章

追踪之术， 接近客户的要诀

第四章

人性之术， 了解不同类型的客户

- 刁蛮型客户 / 095
- 贪小便宜型的客户 / 096
- 理智型客户 / 098
- 标新立异型客户 / 100
- 少言寡语型客户 / 102
- 专家型客户 / 104
- 关系型客户 / 107
- 吝啬型客户 / 109
- 独断专行型客户 / 112
- 孩子气型客户 / 114
- 粗鲁型客户 / 115

- 用声音征服客户 / 121
- 好的开场白是成功的一半 / 125
- 一句幽默话，化开三九冰 / 127
- 用赞美之话赢得客户的心 / 129
- 用激将法刺激客户 / 131
- 关键时刻需要闭上嘴巴 / 133
- 自言自语话推销 / 136
- 巧妙的长话短说 / 138
- 正确谈话促成交 / 140
- 推销人员说话十大类禁忌 / 142

第五章

用嘴疯狂赚钱的 推销之术

第八章

千里『姻缘』 一线牵

- 再次拜访的技巧 / 175
- 体验姓名的魅力 / 178
- 将上座让给客户 / 179
- 形象是一张有效的通行证 / 181
- 寻找客户的软肋 / 183
- 再次访谈中的最后期限 / 187
- 面对客户最好的五大提问技巧 / 189
- 用“非语言信息”使客户卸下防备 / 191

- 胆大者的电话推销 / 149
- 电话推销的秘诀 / 152
- 电话预约三部曲 / 154
- 预约中遇到的问题 / 156
- 电话中的艺术之音 / 158
- 预约日期怎么定 / 161
- 巧妙地越过接线人 / 163
- 拨打陌生拜访电话的话术技巧 / 165
- 透过电话“看见”对方 / 168
- 电话邀约的三大心态 / 169

第七章

再访之术， 收复潜在客户的心

第八章

谈判之术， 最赚钱的商业策略

- 谈判的基本功 / 197
- 推销员如何与客户提价钱 / 200
- 谈判：问出对手的底牌 / 202
- 谈判者要学会拒绝的艺术 / 205
- 让步后，马上要求回报 / 207
- 结束讨价还价的绝招——反悔 / 211
- 心理平衡——价格谈判的关键 / 213
- 讨价还价的技巧 / 215
- 推销员成功谈判五绝招 / 222
- 借助上级领导的威望谈判 / 225

- 围魏救赵之术 / 229
- 暗度陈仓之术 / 231
- 步步紧逼之术 / 233
- 请君试用之术 / 235
- 偷梁换柱之术 / 237
- 巧用“习惯”之术 / 238
- 理论说明之术 / 240
- 成交的目的与时机 / 243
- 签约时的注意事项 / 245

第九章

降龙之术， 成功签约总动员

第十章

服务再服务，
给成功加点料

口碑推销，让你的产品靓起来 / 253

在老客户那里掘金 / 255

情感推销，成功的战略 / 258

为客户服务的三要诀 / 260

培养客户的忠诚度 / 262

无条件为客户提供售后服务 / 264

留住客户的四种有效方法 / 266

用服务跟进销量 / 269

不可救药的“小太保” / 273

永不服输的“矮冬瓜” / 275

蜗居于公园之中 / 277

为成功不畏心酸 / 278

沉浸在“名牌西服”中 / 280

从乞丐到天王的蜕变 / 281

凡事追求完美 / 283

家庭中的后备力量 / 284

时刻不忘给自己“充电” / 286


有成功理当回报 / 288

第十一章

走一条自己的路，
不虚此生

第一章

疯狂治身之术，
激发潜能



每年都有大批的新人加入推销员的行列。他们希望通过自己的努力，在推销行业获得人生事业的成功，但是成功的人却是少数，这是为什么呢？

“推销之神”原一平在几十年的保险推销生涯中，有很多成败得失的体会。或许，在他那里你会领悟出成就一番事业的真谛。

推销员的“五张脸谱”

推销大师原一平认为每个人都可能成为一名成功的业务人员，但是每个人的销售潜质和资源却是不同的。为此，推销员必须真正了解自己之后，才能根据自己的资源来重新为自己定位。失去定位，就没有方向，一切也将无从谈起。

为了让更多的推销员从容解决在推销中遇到的问题，我们针对不同的推销员总结出五张“脸谱”，也就是五种类型。推销员可对号入座，找到属于自己的脸谱，为自己在重新定位的过程中找到依据。

1. 欺骗型

欺骗型主要特征是缺乏吃苦耐劳精神，自以为是，喜欢在工作中弄虚作假，欺骗公司和客户。

某公司推出了一个新品牌，派推销员小李去开拓云南省市场。

他出差回来说昆明有个大客户非常有意向，差不多要签合同了，只是这个月资金周转有点紧，大概过个把月就打款进货。

过段时间领导跟进此事，他马上给所谓的潜在客户打电话，而且煞有介事的一聊就是半个小时，然后非常坚定地回复领导，15天客户立即打款。领导一旦施压，他便说还要10天左右，尽量争取本周内叫客户打款，等等。

最后实在无法拖了，他便很无奈地告诉领导，该客户突然发生了什么事情，现在暂时不接新单子，要到明年再合作了，所以只有再考虑其他的客户。他那里还有几个不错的客户，虽然实力相对小一点，但是在昆明也是有头有脸的，他接触过两次，对方也很有意向，并表示他马上联系一下看看，诸如此类。眼看这种伎俩无法再奏效，便换个公司，工作方式如法炮制。

此种推销员喜欢用形容词，喜欢给注重业绩的领导设计“画饼充饥”的小游戏，而且在每个公司都是“混”3个月或者半年的时间，属于混混推销中的典型代表，在业绩方面常常是一无是处。很多新人或者企业的新员工，在工作一段时间之后，当业务能力或者业绩无法进行有效突破时，在公司推销任务的高压下，也很容易沦为这种类型。

为此，原一平大师劝诫那些刚刚进入推销行业的新人，要成为一名有抱负的年轻人，千万不要在遇见什么挫折或者困难时，便钻“牛角尖”，走上一条永远没有成功可言的不归之路。

2. 普通型

普通型主要的特征是思维和做事方式比较常规，循规蹈矩，容易受书本的知识结构限制。即使在工作中有创意，也算不上什么创意，但是善于学习和借鉴别人的成功经验。

这种推销员只能用于开发“粗线条”的销售网络以及客户维护，对于执行深度或者系统的营销政策是不利的。如果勉强为之的话，往往容易被执行过程中出现的一些事务所困扰，甚至迷失执行的方向。

为此，此类推销员要想获得成功就要为自己制订一个升级的计划。应该多多参考一些有价值的成功案例、手段等实战知识、技能。多接触一些较为优秀的推销员，定期进行交流，以获得一些深度操作手法。

3. 执着型

执着型的推销员脚踏实地，有一股不屈不挠的“牛劲”。缺点是不善于讲究方法和技巧，业务效率低。

公司委任王帅负责四川省市场。他每次出差都会脚踏实地地去走访市场和寻找客户，虽然成功率低，但还是获得了一定的业绩。遗憾的是，由于开发市场的方式太缺乏灵活性，所以整体业绩还是远远落于人后。

原一平认为，要成为一名合格的业务人员，光有毅力是不够的，还需要掌握一些业务实战方面的技巧。