

巧销售的 200 个小诀窍

烨子/编著

× × × 出版社

序 言

销售，即把商品卖出去，以期获得商品的价值。然而，在销售这一过程中，如果不得其法，就很有可能使一个企业陷入瘫痪的地步。那么如何才能能在销售过程中做到处变不惊、游刃有余，已成为商家探讨和实施的要点。因此，市面上有关销售技巧方面的书籍，如雨后春笋般蜂拥而至。但细细品味后，才发觉它们大都是一些理论性很强的说教系列，实用性、可操作性比较低。本书精选和总结了200种书本上学不到的销售技巧，诸如：“制造假象”、“偷梁换柱”。“借鸡下蛋”、“声东击西”、“以逸待劳”、“趁人打劫”、“巧施反间计”、“连环推销”等。它们从生活中来，又将回到生活中去，其中有的是销售的前期酝酿，有的是销售的全程策划，始终围绕销售而运行。

200种销售技巧，实则200条出路。本书集一百家之长，揉成一家之“精华”，结合中国特色，对于商界来说，无疑是不可多得的制胜法宝。

内容提要

商海风云，变幻莫测，从广告大战到策划销烟，从杰出管理到智谋经营，归根结底都离不开销售这一环节。产品的质量再好，广告打得再响，包装再漂亮，到最后都得通过销售实现其金光灿烂的价值。本书介绍了200种别有特色的销售技巧，它们都从现实的生活和实战中来，是课本上很难学到的。这些技巧诸如：“制造假象”、“偷梁换柱”、“借鸡下蛋”、“声东击西”、“以逸待劳”、“趁火打劫”、“巧施反间计”、“连环推销”、等，从200个事例向人们介绍“独家秘方”，实乃商家的必备法宝。

目 录

1. 点石成金，赚钱有术 (1)
2. 借鸡生蛋，无利收益 (3)
3. 化腐朽为神奇 (5)
4. 抓住客源，油条变金条 (7)
5. 不厌其小，薄利多销 (9)
6. 商海汹涌，大显身手 (12)
7. 损小鱼钓大鱼 (14)
8. 生意需招呼 (16)
9. 不说没有 (18)
10. “您”字挂嘴边交易也多多 (20)
11. 多给自己一点时间 (22)
12. 学会给顾客减压 (24)
13. 口的功效 (26)
14. “高帽”人人爱 (28)
15. 诱导使人心迷 (30)
16. 抓住心理，动之以情 (32)
17. 吊胃口 (34)
18. 赞同对方 (37)
19. 妙语横生生意来 (39)
20. 心有灵犀一点通 (41)
21. 细分“状元红”市场 (43)
22. 记者发财之谜 (45)

23. 嗅觉灵敏的陈嘉庚	(46)
24. 不耻下问	(48)
25. 会外之音的信息	(50)
26. 移花接木	(52)
27. 牵线搭桥	(53)
28. “宫廷”秘方诱惑大.....	(55)
29. 按需分配	(57)
30. 瞄准“边缘地带”	(59)
31. 热点经营	(61)
32. “折扣”之谜.....	(63)
33. 让顾客过过瘾	(66)
34. 请客上门主意不错	(68)
35. 反其道而为之	(69)
36. 无尽的推销	(71)
37. 高龄推销员	(74)
38. 四渡赤水	(78)
39. “一枝独秀，唯我独尊”	(81)
40. 不冒险才是险	(83)
41. 不战而屈人之兵	(85)
42. 装神弄鬼步入连环	(87)
43. 识在人前，走在人前	(90)
44. 独特的形象与市场	(93)
45. 销售要灵感	(95)
46. 白手起家，预约销量	(98)
47. “明修栈道，暗渡陈仓”	(100)
48. 优质的服务，高额的回报	(103)

49. 天涯何处无芳草	(107)
50. 秘诀先生	(112)
51. 浪花淘尽英雄	(114)
52. 可口可乐的神话	(117)
53. 怎样才能知彼知己	(121)
54. 机会留意有心人	(123)
55. 希尔顿的微笑理念	(126)
56. 别有情趣的广告	(130)
57. 双簧戏	(134)
58. “张新记”挖空心思	(136)
59. 艺术搬家公司的成功秘诀	(137)
60. 高价衬托法	(138)
61. 被隐瞒的“空中小姐”	(140)
62. 以“聋”促销法	(142)
63. 真假王妃“戴安娜”	(143)
64. “老头”学“文化”	(144)
65. “制造假象”推销法	(146)
66. “请君入瓮”促销术	(147)
67. 卖书 A. B. C	(148)
68. 打动消费者的心	(150)
69. 赚你没商量	(152)
70. “贼喊捉贼”促销法	(153)
71. 汽水厂“包抄”百事可乐	(155)
72. “荷花”有担保	(156)
73. 可口可乐的妙招	(157)
74. “阿凡提”的战术	(159)

75. 推销不要怕被拒绝	(160)
76. 先绕个弯子	(162)
77. 兔子就吃窝边草	(164)
78. 矢田一郎的电话促销法	(165)
79. 因人而异促销法	(166)
80. 一张一弛，推销之道	(167)
81. 数字的魅力	(169)
82. 抓住契机，投其所好	(172)
83. 趁热打铁	(173)
84. 机会是决胜之本	(174)
85. 趁乱捞财	(175)
86. 由此及彼奇招制胜	(176)
87. 小生意赚大钱	(178)
88. 以虚击实，防不胜防	(179)
89. 赚钱的“赔本”买卖	(180)
90. 有奖酬宾，以小搏大	(182)
91. 小布店抛“伞”引“玉”	(184)
92. “傻瓜”照相机“零”利润销售	(185)
93. 小恩小惠促销术	(186)
94. 烟台啤酒出新招	(188)
95. 赠送刷子促销法	(189)
96. 独门绝招：以彼之道，还施彼身	(191)
97. “美而奇”何解	(193)
98. 摇身一变，山鸡变凤凰	(194)
99. 乡音一曲，买卖一宗	(196)
100. 以退为进，反面诱销	(197)

101. 挂羊头，卖狗肉——另销	(199)
102. 时间效益，迅速变通	(201)
103. 法林联合的变相促销术	(202)
104. 制造氛围，供不应求	(204)
105. 办公室推销术	(206)
106. 它销自买，乘势搜鱼	(208)
107. 借题发挥名人效应	(210)
108. 酒店的迎客招术	(211)
109. 以美取胜	(212)
110. 第一印象，犹为重要	(213)
111. 促销的关键——美	(215)
112. “一丝不挂”发悬念.....	(217)
113. 诱导促销法	(218)
114. 民俗风情，促销新招	(219)
115. 无招胜有招	(220)
116. 抬价亦能赚大钱	(221)
117. 有意脱销，巧摆空城	(223)
118. 制造假象	(226)
119. 暴露缺点反向推销	(227)
120. 小矮人餐馆	(229)
121. “吃光”餐馆.....	(231)
122. 新奇的示范操作——无形的价值	(232)
123. 借鉴对手，重占市场	(234)
124. 摆出结果，激将促销	(236)
125. “0”在销售中的妙用	(237)
126. 执着的两栖作战	(240)

127. 钻石圈套里的连环推销	(242)
128. 善变术的灵活运用	(245)
129. 重新审视，设环圈客	(247)
130. 累积印象的广告叠加效用	(249)
131. 依据地情，多渠道销售策略	(251)
132. 针对特定客源独特促销法	(252)
133. 组合推销法	(253)
134. 巧于包装	(255)
135. 微妙的诱人之处	(257)
136. 时下的产业：亲力亲为	(259)
137. 点子的神话	(261)
138. 同出一辙，所得各异	(264)
139. 琐碎的灵感	(266)
140. 儒商地绝佳配合	(268)
141. 抓住心理，乘势追击	(271)
142. 财富近咫尺，无本亦生财	(273)
143. 倒爷也疯狂	(275)
144. 无怨无悔，走自己的路	(278)
145. 诚信才能引“远钱”	(282)
146. 质量中求生存	(285)
147. 注重以产定销的日立公司	(288)
148. 日本大和精工株式会社全社的营销战略	(292)
149. 技术创新，营销的重要手段	(296)
150. 开拓市场因地制宜	(301)
151. 鹤立鸡群的西班牙女郎	(306)
152. 顺应时代潮流——跨国经营	(310)

153. 不入虎穴，焉得虎子	(314)
154. 假悬赏，真推销	(318)
155. “ 瑞士制造 ” 应为 “ 中国制造 ”	(320)
156. “ 新产品 ” 击败老顾客.....	(322)
157. 不是 “ 春光 ” 胜 “ 春光 ”	(323)
158. 最后 5 分钟	(324)
159. 美国《检查者报》出奇制胜	(326)
160. “ 娃哈哈 ” 乐哈哈.....	(327)
161. 棺材酒吧	(329)
162. “ 百佳 ” 与 “ 惠康 ” 之战.....	(331)
163. 邮票做广告	(334)
164. 设身处地为 “ 上帝 ” 着想	(335)
165. “ 赊账 ” 的妙处.....	(336)
166. 西村先生与小沙漏	(337)
167. 布什的嗜好	(339)
168. 拆整卖零获高利	(340)
169. 手机穿彩衣	(342)
170. 好货要有好包装	(344)
171. 疯狂的 “ 海盗酒店 ”	(345)
172. 白送糖块的酒店	(346)
173. “ 吸烟有害健康 ” 的真实目的.....	(347)
174. 面包店 “ 试吃 ” 增业绩	(348)
175. 赠送刷子促销法	(349)
176. 由滞转俏可赚	(351)
177. “ 制造紧张 ” 促销术.....	(353)
178. 畅卖复制 “ 古董 ”	(355)

179. 评选最聪明的消费者	(357)
180. 鬼屋饮食店	(359)
181. 出丑讨债的诀窍	(361)
182. 不许偷看是何意	(364)
183. 露华浓营造崇拜氛围	(365)
184. 华府羔效应	(367)
185. “丑陋文具”变金文具.....	(368)
186. 奇特的侏儒餐馆	(369)
187. “心意”卡致富的启示.....	(370)
188. 谨防奶酪里的金币	(372)
189. 家庭聚会促销法	(374)
190. 约瑟夫巧施反间计	(375)
191. 采购官员玩惨了代理人	(377)
192. “光男”改姓“肯尼士”	(380)
193. 抛出小玩意，引来大财富	(381)
194. 洋娃娃改形象赚大钱	(383)
195. 一律一便士	(384)
196. 自行车、健力宝与总统	(385)
197. 造“鬼”洞赚大钱	(387)
198. 以“色”取利赚大钱	(388)
199. 海福拉大发“女人”财	(390)
200. 赚钱也要有魅力	(391)

1. 点石成金，赚钱有术

将无用变有用，是给埋没者一片翱翔的天空，还是让星星在夜里亮得更晶莹？

此足以让给予者和被给予者有更大的收获。

在 80 年代初，农村经济体制的改革极大地调动了农民的生产积极性，也提高了农民对生产投入的兴趣。在一段时间里，一般农户对镰刀、锄头等最基本生产工具的需求大增，导致生产这类农具的原料——毛铁和钢板供不应求，在一些地方甚至完全脱销。与此同时，在国营大厂的围墙里，堆着大量边角料和废铁板，如何处置这些“废物”成了厂长们的一块心病。

在这种情况下，一位“钢铁大王”应运而生了。

所谓“钢铁大王”，也并没有什么特殊之处，只不过是一个稍为有点文化的人，然而他的头脑十分灵活，这是最重要的。

有一天，他到在供销社供职的同学那里喝茶聊天，偶尔说起毛铁脱销以及城里一些工厂的边角料怎么比毛铁还好的事，他就想起了自己的一位姑父在 H 城一家船厂里工作，心中徒然一亮。第二天一大早，他兜里装着 80 块钱的全部资本直奔 H 城，找到了在造船厂当保卫科长的姑父，又通过姑父找到了厂长。富有人情味的厂长一听说需要他们厂的废钢铁，便把大腿一拍，二话没说，便吩咐派辆卡车送去。这一趟他是无本万利，净赚了一千多元。看到了那沉甸甸的票子，吓得他愣是没敢往家里拿。

几天后，他就买了礼品二上 H 城，还拉着那位同学，算是供销社领导，一起登门致谢，并同厂方订立了长期协议：所有废

弃的边角料都被他们以极低的价格包销，一包就是3年。

以后，“钢铁大王”更是如鱼得水，尝到了更大的甜头。货源有的是：造船厂的拉光了，被介绍到机械厂、机床厂；H城的拉光了，又被介绍到N城、S城……市场更是不成问题：本地市场饱和了，便销到外地、外省……开始是用汽车运，后来就鸟枪换炮，改用火车皮装。

他的生意越做越大，人缘越混越好，财路也越来越宽。等到别人也明白过来，一哄而上时，他已经金盆洗手，另谋别的财路去了。

在现实生活中，我们会经常看到这样一些现象：钢铁厂在生产中轧下来的边角料和废钢铁像垃圾一样堆成了山；纺织厂里的废棉纱堆在那里无人问津；衬衫厂裁剪下来的零料似乎也不引起人们的兴趣，而被打入冷宫……，凡此种种，在一般人看来都认为都是再正常不过了，然而，在“钢铁大王”眼中，这些“废物”却是难得的宝贝，他们能像变戏法一样，化腐朽为神奇，点石成金。

2. 借鸡生蛋，无利收益

曾有人这样感叹！吾没有钱！拿什么去和别人竞争？其实，智慧就是很好的本钱。

有这么一家 H 服装公司，说是公司，实际上除了三个活人外加一肚皮知识之外，别无余物。资金？无形的，就是脑海中的智慧。有形的呢？一个子儿也没有。

这家服装公司没有资金，但有的是智力、精力、组织能力，有的是发财点子。成立之初，他们更决计使一招发财空手道，赚它一笔大钱。

首先，他们作了一番市场调查，掌握了服装业市场供求情况，找出了入手处：就从生产服装的原材料之一——原棉入手。

他们了解到，河北某县正在闹卖棉难，棉农手中的大量棉花积压无买主，叫苦不迭，于是，他们直奔而去。果然有不少好棉库存，没人问津，几经谈判之后，便以先货后款的方式，签订了供销合同。记住，是先货后款。而且，付款期定在两个月之后，一次付清。

棉农自然高兴，因为积压下去，不如现货赊销，反正早晚也得付款收钱，管他呢。

而 H 公司有了这批好棉，使起发财空手道便有了依托。

棉花收购之后，便由棉农负责发运，运到了 H 公司指定的某地。这里有许多家县棉纺厂因材料不足，早已停工待料了。他们对于大卖主的来临，奉若贵宾，形如上帝下凡一般。几经交涉，便签订了来料加工合同，加工费在交货后一个月分两次支

付。棉纺厂反正没活干，又何必考虑那么多呢？于是，便先垫支，开工上机了。这样，没过多久，棉花便变成了棉布。H 服装公司便由棉纺厂发货，再运往服装加工厂。

服装加工厂接下这批加工业务之后，日夜加班加点，一个月后，全数加工成了各式各样的时髦服装。

与此同时，H 服装公司又立刻在大都市招聘时下遍布大街小巷的各种流动摊贩，各种销售点及二级批发小商。签订供销合同，现钱现货，约定取货日期，交款后马上取货，当日办妥。由于这一大批服装款式新潮，让利折扣极大，一下子，全部都批发出去。

于是，买主们便到服装加工厂拿着现款等发货。工厂加工一批，就卖出一批，没有半点时间停留。这样，H 服装公司坐地收钱发货，不多时间，全部批发完毕。

之后，便逐个付加工费，付棉布加工款，付棉花钱。剩下的，就是 H 服装公司的利润了。在这整个运作过程中，省却了许多费用，不掏一分钱，就发了大财。

没有本钱能不能发财？本例就是答案：能！办法之一就是先货后款，因风吹火！只要你熟悉国情，熟悉世情，熟悉行情，精通流通术数，那么，使起空手道来，就全不费力了。

3. 化腐朽为神奇

什么是金钱？说破烂为黄金，也许你会笑我“疯子”也。如何让“疯言”在现实的土壤里滋生，这是真正“疯子”的高明之处。

桥头镇，地处浙江省永嘉县境内。自古以来，这里地少人多，到80年代，人均耕地只有2分8厘了。但这里，却有一个可以与东方香港珠宝中心，可以与西方布鲁塞尔国际珠宝中心相媲美的“纽扣王国”。在桥头镇，贩卖纽扣的摊位共有1000多个，售出的纽扣共有十几个系列，3000多个品种，几乎包括了全国200多家纽扣厂的所有品种。这里的销售量，说来令人吃惊，难以置信。而难以置信的业主创下如此规模，起步之初却得益于厚着脸皮捡“破烂”。

事情得从1982年说起。

当时，一个弹棉工在苏州附近的一家纽扣厂的废料堆里捡来了不少纽扣，色彩鲜艳夺目，五光十色，造型别致奇巧，令人眼花缭乱。

“这种东西一定能赚钱！”

这种意念在弹棉工脑海中闪过。他捡了许多纽扣带回镇上贩卖，果然生意奇佳，销路极好。于是他便主动找上门来，和纽扣厂联系，专营批发。那阵子，工厂的产品积压，工人连工资也领不到，有人找上门来自愿推销产品，正是求之不得的好事，双方一拍即合。于是，弹棉工分文不掏便做起了纽扣批发商。一年来，居然赚得不少。

再过了几年，这里便发展成了纽扣王国，那位弹棉工也因此大发其财。

这种事情好像天上掉下大馅饼一样。殊不知，要不是当初弹棉工厚着脸皮捡起纽扣来卖，就不会有今天的桥头镇的“纽扣大世界”。记住，厚着脸皮，忍辱负重，富有心机，是无本发财的又一要义。