

<<推销致富圣经>>

图书基本信息

书名：<<推销致富圣经>>

13位ISBN编号：9787560961040

10位ISBN编号：7560961045

出版时间：2010-8

出版时间：华中科技大学出版社

作者：赵凡禹

页数：399

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<推销致富圣经>>

前言

推销是什么？

——一种谋生的手段？

——不断与自己的勇气和忍耐搏斗的过程？

——把自己的尊严廉价典当，低三下四的求人行为？

——还是借此获得丰厚的物质回报和闪耀的职场成就，以此笑傲人生的凭借？

对推销的不同定义，决定了推销员在销售领域斩获的大小，有的推销员完全把推销视为乞讨行为，硬着头皮敲开了客户的门，战战兢兢地询问对方是否购买，遭到对方的拒绝后便灰溜溜地鸣金收兵，结果他们成交无望，佣金寥寥，最终失落地终结了推销生涯；有的推销员认为销售是与客户共赢的过程，他们与天斗，与地斗，与客户斗，更与自己斗，通过对客户的百般攻心而屡屡成交，他们不仅赚取了不菲的佣金，还积累了强大的人脉关系，从而迈向了人生的巅峰。

原一平曾经露宿公园，三餐不济，只能通过一场美梦来体验吃到午饭的感觉——因为推销，他成为日本寿险业声名显赫的人物，到43岁后连续保持15年全国推销冠军，连续17年推销额达百万美元，从而衣食无忧，财富滚滚而来。

乔·吉拉德出生于美国底特律的一个贫民窟，他患有严重口吃，35岁之前，他的人生简直是一败涂地——因为推销，他从1963年到1977年间，共卖出了13001辆汽车，成为世界上最伟大的推销员。1978年，他急流勇退，居住在底特律市郊东边的葛洛斯角高级住宅区，与世界汽车工业先驱亨利·福特继承人福特二世毗邻而居。

出生于1890年的乔·库尔曼幼年丧父，童年艰辛，11岁的时候每天凌晨4点半就要起床，到街上售卖报纸——因为推销，他从一个屡经失败的人历练成每打一个电话就有19美元收益的金牌销售员，29岁时，他成为美国薪酬最高的推销员之一，在25年在推销生涯中，他共销售了40000份寿险，是第一位连任3届美国百万圆桌俱乐部主席的推销员。

美国著名黑人投资专家克里斯·加纳曾经一度连温饱也无法解决。境遇落魄。他一手提着尿布，一手推着婴儿车，不得不与儿子在收容所门外排队等候一个床位，甚至有时候只能寄宿于地铁卫生间——因为推销，他最后成为了美国知名的投资家，并创办了自己的股票经纪公司，跻身百万富翁的行列。

他的自传还被改编成了励志电影《当幸福来敲门》。

<<推销致富圣经>>

内容概要

如果你正苦于客户无处可寻，《推销致富圣经》将告诉你如何发现客户；如果你不知道如何在开场的瞬间就虏获客户的心，《推销致富圣经》将告诉你如何创造推销机会；如果你总是在拜访时无功而返，《推销致富圣经》将传授你与客户零距离公关的技巧；如果你所使用的产品介绍法难以激发客户的购买欲望，《推销致富圣经》将指点你正确的介绍方法是怎样的；如果在与客户的博弈中你常常处于下风，《推销致富圣经》将让你学会如何让客户说“ Yes ”；如果你曾经在距成交一步之遥时功亏一篑，《推销致富圣经》将告诉你如何让客户下决心签约；如果每日奔波劳顿，你仍然无法实现业绩滚雪球式增长，《推销致富圣经》则为你提供了人脉维护的精要与奥秘。

<<推销致富圣经>>

书籍目录

前言第一章 保险界推销天王原一平的50个成功忠告 原一平简介 忠告1 当被人贬低时，要以永不服输的决心告诉自己“我能行” 忠告2 为了把“我能行”转变为“你能行”。要忍常人所不能忍 忠告3 即使露宿公园，也要始终坚信自己会成为最优秀的销售员 忠告4 机会蕴藏在始终如一的坚持中 忠告5 感谢打击你的人 忠告6 善于运用“擒贼先擒王”的战术，常常能创下大件销售的业绩 忠告7 赞美是畅通全球的通行证，对于难缠的客户，赞美常常能发挥克敌制胜的功效 忠告8 与客户始终保持同步 忠告9 客户才是推销员真正的上司，真正让人信服的方法，是为对方考虑 忠告10 对于十分难缠的客户，以退为进是一个反败为胜的好方法 忠告11 用激将战术攻克个性孤傲的客户 忠告12 迫切地让客户作出选择，反而易于失去客户 忠告13 针对客户说“不”的原因，各个击破 忠告14 以成功为宿命，哪怕遭遇重重艰难困苦，也矢志不渝 忠告15 绝不自我辩解，以钢铁般的意志履行自己的拜访计划 忠告16 锲而不舍，不因一次成交失败就中断继续推销的努力，推销是一个过程，而不是一个结果 忠告17 幸运并不会凭空降临到你的身边，它的条件是持续的努力 忠告18 并不是成功或失败选择了你，而是你选择了成功还是失败 忠告19 习惯是到达成功的阶梯 忠告20 美满家庭是事业成功的助推力 忠告21 集众人之所长，善于以人为师，不断丰富自己的阅历和人际关系 忠告22 一旦选择了一条奋斗之路，便要矢志不渝，直到到达成功的彼岸 忠告23 牢记整理外表的九个原则 忠告24 不要总想着客户是否购买你的产品，而是要想着如何借助产品为客户带来更大的利益 忠告25 如果你能全面认识自己，学会用“双眼”透视自己，对于你的销售事业则有百利而无一害 忠告26 从客户的批评中发现自己，改造自己 忠告27 要常常以“坐禅修行”的方式进行自我省悟 忠告28 倾听更多人对于自己的评价，尤其关注其中的责骂和批评 忠告29 保持饱满的精神、平和的语气，将会为推销员事业成功助一臂之力 忠告30 卓越推销员必备的拜访技巧：敏锐地观察和判断对方是否为潜在客户 忠告31 推销的客体远在产品之外，首先用诚恳的态度推销自己自己的公司，以及自己出生的国家 忠告32 树立远大的目标，目标是推销员事业成功的驱动力 忠告33 你从上帝那里争取的时间越多。成功的几率便越高 忠告34 高超的谈话技巧是推销成功的必备工具 忠告35 千万不要让准客户有“被迫接见”的感觉 忠告36 别人敬我一尺，我便还他一丈。借助礼物虏获客户的心 忠告37 投其所好是百试不爽的客户攻略 忠告38 对于重要但又难得一见的客户，不妨在其必然出现的地方守株待兔 忠告39 有意识培养与客户交流的魅力，有助于扫除推销过程中的路障 忠告40 如何与客户初次打交道最能体现出一个业务员能力的高低 忠告41 一定要获得客户的信任，因为信任是交易的开始 忠告42 当客户用“温柔一刀”拒你于千里之外时持之以恒是获得客户信任的必要途径 忠告43 当遭遇专家型客户时以守为攻地打探客户的内心 忠告44 面对寡言少语的客户，从对方的身体语言中揣摩出他们的真实意图 忠告45 运用手势提升自己的生气和魅力 忠告46 练就价值百万美元的笑容 忠告47 经营自己的客户连锁超市，因为其中蕴藏着源源不断的财富 忠告48 检讨是成功之父从多个角度丈量自己与成功的距离 忠告49 始终保持赤子之心，也许它无法使你迅速成功，但它帮助你不断蓄积成功的力量 忠告50 把成功的意念注入生命的每一天，在屡屡挑战与征服的过程中成就辉煌的人生第二章 汽车业推销冠军乔·吉拉德的50条业绩箴言 乔·吉拉德简介 箴言1 如果你想要成功地推销自己先要确定你的卖点是什么 箴言2 你愈了解自己，就愈不容易妥协 箴言3 推销员所说的第一句话是能否让客户感兴趣的关键 箴言4 习惯若不是最好的仆人。便是最差的主人 箴言5 先不要急于推销产品要先推销自己 箴言6 要在意别的推销员有多强而要在意拿什么证明你与别的推销员不一样 箴言7 推销如果浓缩成一句话便是：尽量与更多的人见面 箴言8 你赶走一个客户。就等于多赶走250个人 箴言9 不管客户买不买。你都要请客户帮你转介绍 箴言10 你的目标必须安排在行动的计划里 箴言11 如果你每天肯花时间了解顾客。那将大大增加成交的希望 箴言12 宁可错付50个人，也不要漏掉一个该付的人 箴言13 并非每个人都是你的有效客户 箴言14 培养积极的心态，因为成功的推销主要取决于你对自己的态度 箴言15 再向前迈一步迈一步就进入一个新境界 箴言16 你看别人像什么你就是什么 箴言17 成功就是永远比你的

<<推销致富圣经>>

竞争对手多做一点 箴言18 每一个人都是值得感谢的。

因为他至少抽出时间给你，愿意和你交谈 箴言19 交易完成的那一刻代表买卖才刚开始 箴言20 没有离开的客户，只有离开的推销员 箴言21 顾客见证讲的任何一句话比你说100句话还管用 箴言22 要多谈产品的价值。

尽量少谈产品的价格 箴言23 一个人所能说的最糟糕的话莫过于“我忘记了 箴言24 任何成就都是天天练习的结果 箴言25 对准客户的了解，起码要达到像对10多年的老友那样 箴言26 推销无小事，事事关成交 箴言27 噪音本身没有任何意义有意义的是它暗含的意思和指向 箴言28 设计一些新颖的推销语言和行动 箴言29 客户不在意产品的专业知识他们只在意产品给他们带来的效益 箴言30 推销你喜欢的东西喜欢你推销的东西 箴言31 在向别人推销产品之前你最好已经是产品的客户之一 箴言32 千万不要说竞争对手的坏话，他们是你真正学习的对象 箴言33 把所有发动机全部启动 箴言34 卖汽车人品重于商品 箴言35 假如您不雇用我，您将犯下一生最大的错误 箴言36 你的产品再好，如果卖给一个对其没有用的顾客那么推销仍算是失败 箴言37 记住客户的名字，甚至他们亲人的姓名 箴言38 推销员最重要的工作就是，在最短时间内找出客户心中的小樱桃树 箴言39 普通推销员只会卖给客户药，顶尖推销员却能为客户诊好疾病 箴言40 诚实，是推销的唯一策略，但绝对的诚实却是愚蠢的 箴言41 除非推销展示会，否则展示说明的时间绝不能超过推销拜访的一半 箴言42 你越是关怀、尊敬你的客户，他们就越有兴趣和你做生意 箴言43 维系一个老客户比得到一个新客户付出的代价小得多 箴言44 给你的客户最好的服务。

让他们一想到和别人做生意就有罪恶感 箴言45 推销开始于收回账款 箴言46 如果你从我手中买车。你就会到死也忘不了我。

因为你是我的 箴言47 你应该关注的是有超级影响力的客户，而不是所有的客户 箴言48 真心诚意的恭敬语言才有情感，有情感才有力量 箴言49 如果你能吸引住顾客的感官，你就能掌握住顾客的感情了 箴言50 没有不被拒绝的销售尖兵只有不畏拒绝的销售冠军

第三章 从这里入手：发现客户的18种方法

方法1 要用心对待每一位客户，因为每位客户都可能成为“准客户” 方法2 如果你细心观察，客户无处不在 方法3 试着将“虚假客户”变为“准客户” 方法4 掌握寻找有效客户的8条最基本途径 方法5 从公司内部搜寻潜在客户 方法6 从外部资源中搜寻潜在客户 方法7 通过已有的客户扩展自己的客户群 方法8 巧用示范作用和连锁反应效果 方法9 拓展自己的熟人圈 方法10 通过“老乡”关系结交到好人缘 方法11 借助“校友关系”找到客户 方法12 随时随地大范围地发送名片 方法13 利用电话拜访找到准客户 方法14 运用地毯式搜寻法发展客户 方法15 主动出击，四处搜寻潜在客户 方法16 寻找一个合适的“猎狗”来帮忙 方法17 通过广告媒介寻找客户 方法18 利用市场咨询信息发现客户

第四章 开场：创造推销机会的45种方法

方法1 熟知电话约见的原则和方法 方法2 掌握拨打陌生拜访电话的开场白技巧 方法3 站在给客户提供的价值的角度设计对话 方法4 引起电话另一端客户的注意 方法5 把握好电话接通后的20秒 方法6 不妨亲手写约见信 方法7 通过委托人约见难以接近的客户 方法8 利用感谢别人的机会传达产品信息 方法9 借助恭喜别人而进入推销的情境 方法10 直接向客户表明你的身份 方法11 关心有加法：强调新产品为客户带来的好处 方法12 问题明了法：按照“两选一”的原则设定问题 方法13 资料跟进法：通过询问反馈信息借机约见 方法14 细致周到法：把公司的最新动向与客户利益结合起来 方法15 设计一个有创意的开场白 方法16 先声夺人，开场白一定要吸引客户的注意力 方法17 以巧妙的方式进行开场提问 方法18 出其不意地发问 方法19 借助权威完成开场白 方法20 尽量提出启发性的问题 方法21 借助旁证引起对方的兴趣 方法22 提及客户的竞争对手 方法23 提及知名的典型客户 方法24 亮出有影响的第三人 方法25 只提供部分消息，甚至是坏消息 方法26 先谈价值，后谈价格 方法27 多谈价值，少谈价格 方法28 用产品的优势直击客户的弱点 方法29 以拉家常的方式进行推销预热 方法30 不要循规蹈矩地去接近客户 方法31 在细节上别出心裁 方法32 按动客户的热键 方法33 用赞美打动客户 方法34 得体地赞美那些具体的事情 方法35 恰到好处地赞美客户 方法36 赞美不是堆砌美好的词汇，而是要建立在真实的基础上 方法37 借用他人的言辞间接地赞美客户 方法38 借助请教的方式赞美客户，为交易创造情境 方法39 借助礼物接近客户 方法40 产品接近法：用产品打动客户 方法41 利益接近法：给客户一点实惠 方法42 好奇接近法：利用顾客的好奇心 方法43 震惊接近法：激发客户的兴趣和爱好 方法44 马戏接近法：运用戏剧性的表演吸引顾客的注意 方法45 问题接近法：善于提出一个问题

第五章 拜访：与客户零距离公关的34种方法

方法1 对于忠厚

<<推销致富圣经>>

老实型客户，要真诚以待 方法2 对于自命不凡型客户，要尽量显示出自己的专业知识 方法3 对于夸耀财富型客户，要充分满足他们的高品位需求和虚荣心 方法4 对于精明严肃型客户，以推销自己为先 方法5 对沉默寡言型客户，忌施压催促对方快速成交 方法6 对于外向干练型客户，态度一定要热心诚恳 方法7 对于拘泥热心型客户，要避免表现出强硬的态度 方法8 对于狡诈多疑型客户，关键是消除对方的疑虑 方法9 对于独尊型客户，迂回作战才是王道 方法10 拜访前对竞争对手以及客户进行全方位了解 方法11 选择合适的拜访时机 方法12 懂一点着装战术 方法13 注重自己的第一印象 方法14 亮出信心这把“剑” 方法15 仪态良好地与客户见面 方法16 掌握握手的艺术 方法17 积极进行自我介绍 方法18 利用机智的语言拉近与客户的关系 方法19 通过第三者介绍加强与客户的亲密度 方法20 创造融洽的谈话气氛 方法21 不该说的不要说 方法22 不要妄自贬低对手 方法23 进行有效的倾听 方法24 避免冷场的策略：事前搜集客户相关的资料或者见机寻找适宜的话题 方法25 与客户进行沟通时，选用合适的语气 方法26 主动与客户进行热情寒暄 方法27 用语谨慎，以免不慎伤害对方 方法28 从客户的眼神窥探其心理变化 方法29 模仿客户的身体语言 方法30 时时刻刻让客户感觉自己很重要 方法31 让自己成为销售交谈的主导者 方法32 做一个善于制造幽默的推销高手 方法33 尽量满足客户兴趣上的需要 方法34 邀请客户共同进餐

第六章 介绍产品：激发客户购买欲望的47种方法 方法1 扮演好三个角色：顾问、医生、专家 方法2 一开始就把订单拿出来 方法3 展示销售法 方法4 心理情感销售法 方法5 扬善去恶介绍法 方法6 避重就轻介绍法 方法7 投其所好介绍法 方法8 体验示范法 方法9 成功地唤起顾客爱的需要 方法10 不要反复强调产品的优点，而要将其转化为客户易于接受的说法 方法11 进行产品展示时，从客户的需求出发 方法12 展示要适可而止 方法13 用幽默引起客户的兴趣 方法14 对客户的情感善加利用 方法15 对产品富有激情会让你无往不胜 方法16 介绍产品时要突出卖点 方法17 借助媒体证明产品 方法18 利用专家名人效应 方法19 利用政府证明的见证 方法20 运用精确的数据说明产品 方法21 以发问的方式寻求客户的真正需要 方法22 卖产品不如卖效果 方法23 替客户发现他的需要 方法24 把握客户的关注点 方法25 改变客户的消费习惯 方法26 一边介绍产品，一边调动客户的想象力 方法27 通过专业性的问题来吸引客户 方法28 对客户进行巧妙的语言诱导 方法29 对客户进行反复的心理暗示 方法30 用自己的亲身经历做例证 方法31 用讲故事的方法来介绍 方法32 专业化演示产品可给客户带来的利益 方法33 以专家的眼光来介绍产品 方法34 为客户描绘一个美妙的意境 方法35 在说服的过程中恰当地运用停顿 方法36 运用催眠式销售策略 方法37 满足顾客的自尊需要，然后得到与之相关的生意 方法38 借助一些细节暗示产品的价值 方法39 让客户自己说服自己购买 方法40 利用顾客的话说服顾客 方法41 将客户的兴趣转化为购买欲望 方法42 以柔克刚战胜自己的竞争对手 方法43 多用积极的说服字眼 方法44 营造一种有助于说服的情境 方法45 与客户沟通利益 方法46 适度恭维顾客 方法47 不达目的誓不罢休，一计不成再施一计

第七章 讨价还价：让客户说“ Yes ”的48种方法 方法1 事先想好应对策略 方法2 别急着排除反对意见，要先让客户在你的肩膀上哭诉 方法3 不要轻易否决顾客的意见，不妨多说“是” 方法4 切中客户的要害进行说服 方法5 强调产品的优势 方法6 耐心对待吹毛求疵的客户 方法7 采用最后出价法给客户施压 方法8 摸清客户的底线 方法9 适当让步法 方法10 旁敲侧击法 方法11 以抗干扰法应对言行冲动的客户 方法12 最后通牒法 方法13 经理出马让步法 方法14 以静制动，变被动为主动 方法15 以退为进谈判法 方法16 以“小”藏“大”谈价格 方法17 限制条件拒绝客户 方法18 借社会局限拒绝客户 方法19 利益补偿拒绝客户 方法20 帮助客户谈价格 方法21 把握价格讨论的时机 方法22 异议提出后马上回答 方法23 有时候，不妨推迟回答异议 方法24 在异议尚未提出时“回答” 方法25 友好地“反驳”顾客的意见 方法26 使用一些语言技巧处理客户的异议 方法27 找出客户异议背后的真实意图 方法28 给顾客戴一顶高帽子，巧妙突破异议 方法29 把多个异议转化为一个 方法30 利用周围事物化解客户的异议 方法31 运用补偿法化解客户的异议 方法32 运用太极法转移客户的异议 方法33 间接反驳客户的异议 方法34 让客户回答自己的反对理由 方法35 机敏应对“改天再来”的借口 方法36 应对“现在买太早了”借口的两种策略 方法37 当客户以“市场不景气”为理由拒绝时，销售员要摆脱“不景气”的困扰 方法38 没有人愿意购买风险，规避客户购买风险 方法39 如果客户认为价格太高了，推销员要让客户觉得“值” 方法40 当客户提出降价要求时，推销员不妥协的三个招数 方法41 当客户以“没有预算(没有钱)”为理由拒绝交易时，推销员仍然要试着扭转乾坤。

方法42 当产品价格超过客户的心理估价时，推销员要弱化客户的异议 方法43 运用多种方法应对顾

<<推销致富圣经>>

客“以前用过，并不好”的借口 方法44 见机应对“我要向朋友买”的借口 方法45 让客户陷入自我矛盾中 方法46 与客户进行条件博弈 方法47 在次要问题上对客户作出让步 方法48 赞美是挽回客户的良策第八章 达成交易：让客户下决心签约的42种方法 方法1 密切注意成交信号，伺机而动 方法2 捕捉成交信号 方法3 掌握洽谈的主动权 方法4 洞悉成交时机 方法5 保留成交余地 方法6 诱导客户主动成交 方法7 适时强调购买的最佳时机 方法8 假设已经成交 方法9 通过邀请促成交易 方法10 多方案选择法 方法11 异议探讨法 方法12 避重就轻成交法 方法13 直接发问法 方法14 优惠成交法 方法15 试用成交法 方法16 经理出马成交法 方法17 富兰克林成交法 方法18 指示型成交法 方法19 从众成交法 方法20 以稀为贵成交法 方法21 好奇成交法 方法22 欲擒故纵成交法 方法23 选择成交法 方法24 迂回成交法 方法25 引导客户去说“是” 方法26 说出期望，满足期望法 方法27 卖希望成交法 方法28 直接提示法 方法29 请将不如激将 方法30 制造竞争心理，实现快速成交 方法31 巧用顾客的逆反心理 方法32 利用顾客的虚荣心理 方法33 有时语气不妨强硬一些 方法34 用反问去化解客户对产品的质疑 方法35 利用折扣打消客户“价高”的疑虑 方法36 利用折扣化解客户的不满 方法37 利用“特价”来制造紧迫感 方法38 利用“明天就太晚了”来向顾客施加压力 方法39 借助产品的品牌影响力去说服客户 方法40 针对客户“再考虑考虑”的借口，找到客户的顾虑所在 方法41 针对客户“我想到别家再看看”的借口，推销员要争取转变对方的看法 方法42 促使客户作出最后的购买决定第九章 人脉维护：让业绩“滚雪球的33种方法 方法1 成交之后，仍然保持谦逊的态度 方法2 收款之后要和客户聊聊天 方法3 销售与服务相结合 方法4 给客户提供最优质的服务 方法5 不断完善售后服务 方法6 为客户提供终生服务 方法7 与每个客户都成为朋友 方法8 重视客户身边的人 方法9 了解客户及其家人的兴趣 方法10 注重成交的决策者 方法11 特别的礼物送给特别的客户 方法12 出差或旅行时，为客户带一些小礼物 方法13 为客户提供长期的优质服务 方法14 赢得客户的信赖 方法15 一定不要让客户流失 方法16 从竞争对手那里夺回被抢走的客户 方法17 把客户服务作为日常工作的一部分 方法18 多打电话多写信 方法19 对客户进行定期拜访 方法20 陪同表敬访问 方法21 对客户表达谢意 方法22 给客户发送公司最新产品信息 方法23 养成写销售日记的习惯 方法24 建立客户档案 方法25 进行客户管理 方法26 花5分钟浏览客户资料，寻找客户的吉祥日 方法27 管理好销售区域 方法28 建立一个反馈系统 方法29 用征询和招呼式服务赢得信赖 方法30 运用各种方法维系老客户 方法31 与老客户保持长期联系 方法32 把客户联系在一起 方法33 及时更新“客户俱乐部”成员第十章 自我修炼：每天进步1%的55种方法 方法1 练就吃苦耐劳的性格 方法2 学会忍耐的智谋 方法3 永远充满自信 方法4 始终勤勉向上 方法5 维持良好的健康状态 方法6 培养坚忍不拔的品质 方法7 形成良好的性格习惯 方法8 以平和的心态面对误解 方法9 训练自己的竞争力 方法10 如果有人强迫你走一里路，就跟他走两里 方法11 以强者心态面对自己的人生和事业 方法12 把自己当成最好的，别人便会对你好 方法13 每一天都热忱满怀，让自己成为别人的情绪充电器 方法14 始终坚信：“我是独一无二的！” 方法15 警示自己：“今天能做的事绝不准推至明天！” 方法16 学会管理自己的情绪 方法17 善于自我调节，经常进行心理调剂 方法18 进行有效的自我管理 方法19 推销自己的勇气 方法20 别替自己找借口 方法21 相信自己攻无不克 方法22 拥有自我激励能力 方法23 从容地应对各种紧急状况 方法24 破解被拒绝心理 方法25 与压力和谐相处 方法26 正确对待失败 方法27 养成坚持到底的行为作风 方法28 当你进入销售领域时，要告诉自己这是一场持久战，要规避急功近利的心理 方法29 抛弃乞丐心理 方法30 树立正确的金钱观 方法31 像销售冠军一样思考 方法32 把销售视为一种行动 方法33 深入研究公司产品 方法34 深究产品的价值取向 方法35 不断了解产品的相关动态 方法36 全面掌握公司的情况 方法37 熟悉行业情况，尤其是竞争对手的各种信息 方法38 尽可能多地去熟悉对手 方法39 像研究自己一样研究客户 方法40 拓宽信息渠道 方法41 努力挖掘自己的潜能 方法42 寻找一切机会给自己“充电” 方法43 向客户学习 方法44 善于向行业高手取经 方法45 能参加的培训一律参加 方法46 阅读你所在领域的书籍 方法47 不断汲取行业外的其他知识 方法48 每天进行自我反省 方法49 做时间的主人 方法50 让时间更有价值 方法51 树立有挑战性的、能够达到的目标 方法52 把大目标分成若干小目标 方法53 选择一个对手作为前进目标 方法54 永远不要满足 方法55 让你生命中的骨牌站立起来

<<推销致富圣经>>

章节摘录

原一平从报上看到明治保险公司招聘保险业务员的广告，自认为那是一份好工作，就准备去应聘。这个决定影响了他的一生。

1930年3月27日，原一平去明治保险公司面试。

27岁的原一平身高只有145厘米，体重52千克，又瘦又小，其貌不扬。

主考官高木金次，当时刚从美国学习归来，后来担任经理，并于1964年出任明治公司总经理。

下面是原一平与高木先生当时对话的情形：高木先生不屑一顾地看了一眼原一平，一面看着桌上的文件，一面对他说了一句话。

由于说话的声音太小，原一平听不清楚。

“您是说……”原一平努力地侧着耳朵。

“太困难了！”

“什么太困难了？”

“推销保险对你来说……”高木话里有话，似乎带有讥讽地说。

“我还是听不懂考官的意思。”

原一平满脸狐疑，急切地寻根问底。

“我说推销保险的工作太困难了，你不能胜任。”

高木直截了当地说。

突然间，原一平觉得心口一丝窒息，隔了一会儿，才结结巴巴地说：“何……何以见得呢？”

高木先生以轻蔑的口气说：“老实对你说吧！推销保险的工作非常困难，我看你不是干这个的料。”

“真是狗眼看人低！”

粗莽的原一平差点骂出声，幸好又吞了回去，这位看起来也瘦瘦小小的考官（高木金次比原一平略高），竟敢说原一平这个刚刚卸任的营业部经理不够格当保险业务员，他当然有气了。

此时，原一平那股“永不服输”的气概，在几秒钟之内充满了全身。

他涨红了脸，像一只勇猛的斗鸡，张牙舞爪倾身问道：“好！”

请问进入贵公司，究竟要做多少业绩呢？”

“每人每个月一万元。”

高木依然轻蔑地说。

高木先生的回答让傲慢惯了的原一平听起来好冷啊！

尤其在那空空荡荡的房间里，听起来让人觉得特别的冰冷。

“每一个人都得推销到一万元吗？”

原一平还是死死追问。

“那是当然的事。”

原一平像跟谁赌气似地说：“既然这样，我也每月推销那么多好啦！”

高木金次狠狠地瞪了他一眼，把手中的文件放到桌上，接着慢慢地抬头看着天花板，发出“嘿！

嘿！

嘿！

”一阵怪笑。

这就是原一平进入推销保险生涯时，听到的第一声嘲笑，原一平虽然难过极了，但仍咬紧牙根，暗暗发誓——就是粉身碎骨也要把那一阵怪笑送回去，否则宁愿与这阵怪笑同归于尽。

3月27日，这一天就这样烙在他内心深处。

这是原一平踏入社会后，最气愤的一天；然而，也是他漫长的推销生涯中最关键的一天，也就是这阵怪笑，点燃了他生平第一把“永不服输”的火焰，没想到那一阵怪笑，居然成了他迈向成功的动力。

此后，在数不清的岁月中，每当原一平遭到打击或意志消沉的时候，便常以这一段“被人瞧不起

<<推销致富圣经>>

”的际遇来鼓舞自己，重新整装，再往前冲刺。

由于明治保险公司并不想录用原一平，而他是自己硬挤进来的，所以只给了一个“见习推销员”的头衔，并提出非常苛刻的条件：没有薪水，没有办公座位等。

原一平都干脆地答应了下来，并且自动从住处搬了一张桌子到公司去，原一平没有想到，为了这件事，又和公司发生了矛盾：“喂！

原先生啊！

别开玩笑，怎么能够随意就搬来桌椅呢？

” “公司不给我桌椅，我只好自己把它带来啊！

” “那太碍事了。

” “再碍事也要给我一个摆桌子的地方啊！

” 在一阵激烈的争论之后，公司总算答应让他摆一张桌子，但有一个条件，那就是——必须摆在既不碍眼又不碍事的地方。

原一平在公司里找了半天，终于找到一个理想的地方——就在办公室的入口靠门的地方。那里既不碍眼又不碍事，从此开始了他见习推销员兼服务员的生活。

“原一平，去给我买份早点。

” “是！

” “喂！

快去给我买包烟，还有……” “好的！

” 原一平就这样被当成小弟般地使唤着，同时，还遭到同事们的冷嘲热讽。

为了争一个座位，与公司大吵一顿后，勉强算是有了一席之地，现在又被别人认为神经有问题！

虽然在高木金次的面前夸下了海口，但是没有薪水，“一个月一万元保险”的确遥不可及，原一平只好借债度日。

当时原一平的生活实在很凄惨。

性格倔犟的原一平只是想把那阵“嘿！

嘿！

嘿！

”的狂笑击碎，那把永不服输的火焰依然熊熊燃烧，他一定要为“3月27日”复仇，就这样支撑着。

一般，新进的员工都会受到公司亲切的欢迎，并会被告知人际关系的重要。

原一平虽未闹到大打出手，但也一直吵闹不休，风波不断。

然而，由于这些奇特的际遇，从第一天起原一平就声名远扬，成为公司里的“知名人物”。

以后，问起原一平为什么这么执著地对待自己的座位时，他有声有色地描述如下：“不管别人怎么说，全世界独一无二的原一平的座位就在此地，这是我的据点，也是我的城堡。

因为这一块土地是我费了九牛二虎之力才争取来的，所以我格外地珍惜。

” “或许各位也有相同的经验：当我们年幼之时，都喜欢玩积木，而后，日夜如痴如醉地垒积木，堆砌你梦里的王国。

有时候，尽管父母亲说你、骂你，甚至打你，你还是把积木当做心肝宝贝。

” “我搬到公司的桌椅，对我来说，就相当于心爱的积木。

正因为那是我心爱的积木，所以我格外地珍惜。

这些积木堆砌的梦想，会引导我走向成功之路。

” “我已超过古稀之年，但葆有赤子之心。

因为我确信，赤子之心与梦想是每一个业务员的原动力，我靠他们不但争取到了小小的城堡，随后更由此而建立了我的保险王国。

” “从此之后，我经常对自己说：‘我就是原一平，原一平是独一无二的，举世无双的。

’ ” “我日后的成就，就凭这一句肯定自己的话，再加上日积月累的推销经验，使我历经磨难，逐渐成熟。

” 推销保险并非一蹴而就，没有业绩就不会有报酬收入，但原一平仍然保持着乐观的态度，他对自己说：“一个人在面临困难之时，如果从消极的一面去想的话，势必越想越糟，最后变得萎靡不振

<<推销致富圣经>>

，而陷入万劫不复之地；如果从积极的一面去想的话，这正是难得的磨炼的机会，这是黎明前的黑暗，也是攀登卓越高峰必须承受的苦难。

” 这么做的结果是，那些困苦与辛酸的事情，非但没有打击原一平，反而带给他无比的温暖。

为了省钱，原一平不乘电车，不吃中午饭，在一个大约只有6平方米的小屋容身。

并非原一平不想吃中午饭，也不是他不想乘公交车，而是真的身无分文。

可是为了鼓舞自己的信念，在这种迫不得已的情境下，原一平把“没钱吃饭”改为“我不吃饭”，把“没钱搭车”改为“我不搭车”。

当别人用午餐的时候，原一平用多出的时间工作；当别人搭乘电车的时候，他乘机多访问客户。这并非唱反调，其实这是说服自己不吃午餐、不搭电车的最佳理由。

从1930年开始，大约有3年的时间，原一平都不吃午餐、不搭电车。

在这一段时间里，每当中午时分走过饭馆时，他都要面带笑容，嘴里哼着小曲，迈着轻快的步伐走过去。

当然不吃饭也是行不通的，他总是晚上吃些便宜得不能再便宜的晚餐，每当半夜饥饿的时候，他就跑到附近的一个国立中学去跑步，跑累了一头倒下就睡，自然而然也就把“饿魔”驱走了。

有一天，原一平徒步四处推销保险，走了一天的路，疲惫不堪，回到住处倒头就睡。

在梦里，他老是梦见自己在吃中午饭，而且每次都吃得津津有味。

有时甚至梦见自己在电车里大吃大喝。

梦醒之后，还舔舔嘴巴，觉得好过瘾！

虽然原一平每天努力地工作，拼命干了7个月，但丝毫没有成绩。

由于毫无收入，他拖欠了7个月的房租。

终于有一天吃早饭时，原一平打算再来一碗饭，房东太太和颜悦色地说：“原先生，您已经欠了7个月的房租，您还打算再来碗饭吗？”

”原一平羞愧万分，当天晚上，原一平实在无处可去，只好露宿在公园里，但他仍然在鼓励自己：

“今天是很凄惨，不过公园蛮不错的，又安静，又清凉。

不能恨这个，怪那个，要坚强。

总而言之，一定要撑下去，只有一条路——干！

干！

干！

” 他握紧双拳，大声地喊叫：“原一平是顶天立地的！

原一平是绝不屈服的！

原一平是永远打不倒的！

干呀！

我要勇敢地干下去！

” 从那以后，公园变成了原一平的“家”，而公园里的长椅就是他的“床”。

每天清晨5点，原一平就从“床”上爬起，利用公园厕所里的自来水迅速梳洗之后，徒步去上班，沿途吃一顿两分钱的早餐。

不到6点就来到公司，开始一天的工作。

晚上又徒步走向自己的“家”，每天辛苦的原一平像散了架似的，有时晚饭未吃就一头栽下沉睡起来。

有一次，原一平累了一天，实在太劳累了，就脱了唯一值点钱的皮鞋，一咕噜躺在自己的“床”上沉睡起来。

谁知道，半夜的时候，公园里的乞丐却把原一平的鞋拿走了。

第二天清晨5点，他起“床”后就开始找鞋，找了半天还是找不着。

原一平不急不火地嘲笑自己：“自己真笨，连一个乞丐也斗不过吗？”

唉！

算了！

现在，我还不如乞丐呢！

<<推销致富圣经>>

起码不如拿走我鞋的那一个，因为他现在脚上有皮鞋。

”原一平接着像乞丐一样，赤着脚，来到离自己最近的一个公园垃圾筒边，心想：“既然那家伙拿了我的鞋，他一定把自己的鞋扔到了这里。

”他就抄手向肮脏的垃圾筒里乱摸。

果不其然，一双烂得要命的大头皮鞋展现在眼前，他有点激动。

原一平随后穿上这双“皮鞋”匆忙直奔旧货市场，花了五分钱又买了双旧皮鞋。

还欣喜若狂地对店主说：“真是天无绝人之路呀！

就是浪费了五分钱……”店主恶狠狠地瞪了他一眼，随后甩给了他一句“神经病”。

“有心栽花花不发，无心插柳柳成荫。

”在原一平咬紧牙关，度过了他一生中最为困窘的这段日子后，幸运终于到来了。

那时候，原一平每天清晨5点起“床”后，都会遇到一位很体面的中年绅士在路边晨练。

可能是每天清晨都碰面之故，所以日子一久，他们很自然地彼此之间打打招呼，问早道好。

有一天，他们照例打过招呼之后，他叫住原一平聊了起来。

“我看你精神很饱满，全身充满干劲，日子一定过得很愉快啦！

”“托您的福，还好。

”“我看你每天起得很早，是个难得的年轻人。

我想请你吃早餐，有空吗？

”“谢谢您！

我已经用过了。

”“哦！

那就改天吧。

请问你在哪里高就啊？

”原一平听到“高就”后真想大笑。

“我在明治保险公司当推销员。

”原一平只是说了自己公司的名字，并未说在公园“高就”。

“唔！

既然你没空吃早餐，那我就投你的保险好啦！

”听了这句话，原一平突然间愣住了。

那一刹那，他深深地感受到了“喜从天降”这句话的滋味。

“早起的鸟儿有虫吃。

”没想到这句谚语竟活脱脱地应验在他身上。

“山重水复疑无路，柳暗花明又一村。

”在他穷困潦倒得还不如乞丐的时候，落魄到无处容身的时候，这一意外的喜讯扫尽了他一身的霉气，并使他得到了莫大的鼓舞。

原来这位体面的绅士是附近一家大酒楼的老板，也是三业联合商会的理事长。

经过他的介绍，原一平很快就与三业联合商会的许多公司搭上线，获得了许多客户。

这是他在与穷困斗争的历程中，最令人振奋的一件事，而且，这位绅士成了他辉煌一生中的第一个贵人。

从这一天起，否极泰来，原一平的命运在悄悄地改变。

在3月27日口试那一天，原一平给高木先生的承诺是每月推销一万元。

换言之，到年底为止共有9个月，他的承诺业绩为9万元，结果他做了16.8万元，超出承诺额7.8万元。

。

在业绩公布后，他兴奋地大叫：“原一平是打不倒的！”

”9个月做16.8万元的业绩，对于刚出道的原一平无疑是件喜事。

接下来发生的事便是27岁的原一平准备了些礼物，在除夕夜神气活现地去拜访高木金次先生。

“高木先生，在今天的3月27日应征时，我答应您每月推销一万元，您‘嘿！

嘿！

<<推销致富圣经>>

嘿！

’笑了三声。

如今年度结算下来，我不但完成了目标，还超出7.8万元。

我觉得您的三声笑的魅力价值16.8万元。

”下面还有一句话原一平没好意思说出口：“为了你那三声怪笑，我当时真想揍你一顿。没想到我所经历的辛酸苦楚终于把你的誓言击了个粉身碎骨，我还是当年的原一平。

”高木先生木讷地笑着说道：“对不起！

原先生！

同时，恭喜你。

”回想起面试时高木先生冰冷的语气，原一平觉得他此刻的笑容格外的温暖。

高木先生热诚地留原一平在他家过年，他婉言谢绝了。

原一平现在才觉得，没有高木先生的高压，他根本不会成功。

于是，他发现高木先生的嘲笑太有价值了。

走的时候，他对高木先生轻轻颌首道：“谢谢！

”深夜拜别高木先生，原一平在路上仰望满天的星斗，百感交集，他禁不住泪流满面地想起了父母和自己的父老乡亲，好像他们都在齐声叫好：“原一平，你这个不吃中午饭、不搭电车、露宿街头、喜爱做梦的‘乞丐’，干得好！

干得真好啊！

”原一平的整个推销生涯，就是在不断地开发自己的新客户。

他对每一个公司或单位主管，都有自己独特的应对方式。

每当去一个大公司向他们推销保险时，总是单刀直入地找公司负责人，从不跟没有决定权的职工死缠，因为原一平知道即使纠缠下去，结果可能还是见不到负责人，那就等于做了无用功，所以原一平持着“擒贼先擒王”的战术，屡屡得到大额保单，用中国俗语说就是：“阎王好见，小鬼难缠。

”有一次，为了见一个企业老总，原一平在他的车旁等了4个小时，终于见到这位名企老总。

一见到他，原一平就施展出浑身的销售技巧，全方位出击，结果这位老总自然被他折服了。

一般他见到无负责权的人，总是编些善意的谎言来蒙混过关，这样就可以直接拜访有负责权的人了。

“擒贼先擒王”的战术一般用在大件销售或团队保险上，在必须由对方负责人出面的情况下运用。

原一平认为碰到难缠的客户，必须赞美对方。

他讲，不管什么样的人都喜欢别人奉承。

每一个人，包括我们难缠的客户，都渴望得到别人真诚的赞美。

原一平说：“赞美是畅通全球的通行证。

”因此，懂得赞美的人，肯定是会推销自己的人。

原一平有一次去拜访一家商店的老板。

“先生，您好！

”“你是谁呀？

”“我是明治保险公司的原一平，今天我到贵地，有几件事想请教您这位远近闻名的老板。

”“什么？

远近闻名的老板？

”商店的老板有点惊讶，惊讶之余便是高兴。

“是啊，根据我的调查，大家都说这个问题最好请教您。

”“哦？

大家都在说我啊！

真不敢当，到底什么问题呢！

”“实不相瞒，是……”原一平向屋里看了一眼。

“站着谈不方便，请进来吧！

<<推销致富圣经>>

” 就这样轻而易举地过了第一关，也取得了准客户的信任和好感。

赞美几乎是百试不爽，没有人会因此而拒绝你。

原一平认为，以赞美对方开始访谈的方法尤其适用于推销个人健康险。

那么，访谈究竟要请教什么问题呢？

一般可以请教商品的优劣、市场现况、家庭及亲人等。

对于商店老板而言，有人诚恳求教，大都会热心接待，会乐意告诉你他的创业史。

而这些宝贵的经验，也正是业务员需要学习的，这样既可以拉近彼此的关系，又可以提升自己，何乐不为呢？

记住，下次见到准客户，以赞美对方开始访谈。

不管多么难缠的客户，只要以赞美开始访谈，遇到的麻烦肯定会少。

原一平在整个推销生涯中，总结出与对方同步的重要性，这个方法有利于多元化地发掘新客户。

原一平认为，与对方同步就是模仿对方：情绪同步。

掌握对方的情绪，可以使谈话轻松。

共识同步。

与对方有共识同步，可以建立友好的谈话气氛。

生理状态同步。

这种同步的建立可以使对方看到你就好像看到镜中的他一样，自然也就喜欢上了你，有利于你展开工作。

语调与速度同步。

亲和力的建立关键在于与对方的语调、语气、速度同步。

文字语言同步。

观察对方的用语习惯，接下来达成同步。

上述5种同步法是原一平根据多年的行销经验总结出来的。

现在很多年轻人都在应用其法。

不管你从事什么职业，首先你要让你的上司信服你，原一平觉得业务员的工作就是为自己工作，不要误认为是帮公司打工。

一个业务员没有上司，如果有的话，上司只能是客户。

所以关键是，一个从事业务的人员如何能让“上司”信服呢？

尤其在保险行业更应先让对方信服。

.....

<<推销致富圣经>>

编辑推荐

一本在手 通读销售真经 案头必备 致富美梦成真 几经修炼 问鼎销售冠军 假以时日 财源滚滚而来 原一平曾经露宿公园，三餐不济，只能通过一场美梦来体验吃到午饭的感觉——因为推销，他成为日本寿险业声名显赫的人物，到43岁后连续保持15年全国推销冠军，连续17年推销额达百万美元，从而衣食无忧，财富滚滚而来。

乔·吉拉德出生于美国底特律的一个贫民窟，他患有严重口吃，35岁之前，人生简直是一败涂地——因为推销，他从1963年到1977年间，共卖出了13001辆汽车，成为世界上最伟大的推销员。

1978年，他急流勇退，居住在底特律市郊东边的葛洛斯角高级住宅区，与世界汽车工业先驱亨利·福特继承人亨利·福特二世毗邻而居。

出生于1890年的乔·吉拉德幼年丧父，童年艰辛，11岁的时候每天凌晨4点半就要起床，到街上售卖报纸——因为推销，他从一个屡经失败的人历练成每打一个电话就有19美元收益的金牌销售员；29岁时，他成为美国薪酬最高的推销员之一。

在25年的推销生涯中，他共销售了40000份寿险，是第一位连任3届美国百万圆桌俱乐部主席的推销员。

——如果你现在选择了以销售为生，这便意味着你已经进入致富的快行道，拥有了像前人一样发财致富的机会。

但是，如果你现在已经拥有了《推销致富圣经》，你所获得的将是把机会变为财富的法宝。

<<推销致富圣经>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>