

<<推销法则99>>

图书基本信息

书名：<<推销法则99>>

13位ISBN编号：9787549605477

10位ISBN编号：7549605475

出版时间：2012-7

出版时间：文汇出版社

作者：麦肯

页数：203

字数：140000

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>

## &lt;&lt;推销法则99&gt;&gt;

## 前言

随着社会经济的发展，随着商品种类的日益增多，“推销”是在所难免的。

有不少人对“推销”抱有很大的偏见，总认为推销有行骗之嫌。

其实不然。

推销实际上是一件既正当又有价值的事情，而“推销员”也是一种很高尚的职业。

为什么这么说呢？

我们先来看看“推销”一词的定义：“‘推销’就是劝说别人同意和接受对其有利的事物（包括商品、创见、信息等等），从而为此付出合理报酬。

”推销固然以商品为主，但它不局限于商品。

广义地讲，任何一种劝说别人相信和接受某事、某物的行为都属“推销行为”。

譬如，耶稣基督也可以说是一个“推销员”，因为，他坚信天国和上帝的救赎，坚信这是有益于民众的，所以，他不断地劝说民众，以他的教义使千百万人成了基督徒。

此外，政治家、教育家和企业家，他们都有丰富的专业知识，都相信自己有能力造福于社会，所以往往会以善辩的口才诱导人们接受他们的某些思想和见解，而从某种程度上说，他们的行为也就是“推销”——推销他们自己。

诚然，这是广义的“推销”。

狭义的“推销”则是指推销商品。

但是，推销商品和推销其他任何东西一样，需要从事推销的人——即推销员——具备某些条件和能力。

。

目前，我国社会对推销员的评价，似乎还无法和学者、政治家和教育家等相提并论。

这里的原因有两个：一是人们长期受传统封建思想的影响。

所谓“士、农、工、商”，认为“商”是末流的，并延续了几千年。

直至今日，人们仍然摆脱不了这种“抑商”的观念。

但是，随着商品经济的日益活跃以及在社会生活中越来越占重要地位，“抑商”观念的破除看来已指日可待。

另一个更为重要的原因则在于推销人员自身。

有不少推销员本人就对自己的工作抱有不正确的认识，以为要推销商品就一定要夸大其辞，要卑躬屈膝或者要死皮赖脸，否则就达不到目的。

他们这样做了，其结果往往是使顾客一次性地购买了他们的商品而长久性地对推销员抱有反感，以致于一提起推销员，马上就产生不好的联想。

要改变人们对推销员的不良印象，推销员必须加强自己的“职业意识”。

所谓“职业意识”，就是要把推销工作当作一桩神圣的工作来做，要具备出众的工作能力，要建立以推销工作为荣的信念。

怎样才能成为一个受人欢迎的、成功的推销员呢？

这就需要有大学问和大能耐。

任何知识和能力都不会是多余的。

那么，有没有捷径呢？

如果说，有针对性地掌握某些法则可较快收效的话，这大概就是“捷径”吧。

本书列出了从事推销工作时所必须加以重视的99条法则。

这些法则，可以系统闭读，也可以临时查阅。

但是，不管怎样，只要你能加以掌握，必定能提高你的推销能力。

## <<推销法则99>>

### 内容概要

怎样才能成为一个受人欢迎的、成功的推销员呢？

这就需要有大学问和大能耐。

任何知识和能力都不会是多余的。

那么，有没有捷径呢？

如果说，有针对性地掌握某些法则可较快收效的话，这大概就是“捷径”吧。

麦肯编著的《推销法则99》列出了从事推销工作时所必须加以重视的99条法则。

这些法则，可以系统闭读，《推销法则99》也可以临时查阅。

但是，不管怎样，只要你能加以掌握，必定能提高你的推销能力。

<<推销法则99>>

书籍目录

序言

一、礼仪篇

- 法则1礼貌最重要
- 法则2等人有讲究
- 法则3不要随便坐
- 法则4谨慎递名片
- 法则5理好公文包
- 法则6最好不吸烟
- 法则7吸烟要谨慎
- 法则8喝茶要道谢
- 法则9喝酒要斯文
- 法则10探望有禁忌
- 法则11送礼看时机
- 法则12礼物要合适
- 法则13慎用介绍信
- 法则14书信有格式
- 法则15词句有分寸
- 法则16切记四原则
- 法则17适当打电话
- 法则18不要靠人情
- 法则19需要懂人性

二、言语篇

- 法则20说话有技巧
- 法则21避免口头禅
- 法则22声音要清晰
- 法则23语调要平和
- 法则24寒暄要合适
- 法则25举止要恰当
- 法则26要注意倾听
- 法则27说明要具体
- 法则28要多多举例
- 法则29要强调特点
- 法则30刺激须适时
- 法则31切不可争论
- 法则32慎用“三段论”
- 法则33切不可反驳
- 法则34要用“反问法”
- 法则35要用“比喻法”
- 法则36切不可责难
- 法则37慎用“否定法”
- 法则38多用“二选一”
- 法则39要接受批评
- 法则40切记此“前奏”
- 法则41不必太当真
- 法则42要深知顾客

## <<推销法则99>>

法则43熟知“应对法”

### 三、技巧篇

法则44事先要调查

法则45要找“有希望”

法则46不必管“假蛋”

法则47要发现“需要”

法则48不“喜新厌旧”

法则49要懂得常理

法则50要了解动机

法则51要注意性格

法则52让人“听好话”

法则53要有“时代感”

法则54要“动之以情”

法则55要绝对忍让一

法则56要“感染”顾客

法则57要“严以律己”

法则58要“礼尚往来”

法则59要做备忘录

法则60多自我反省

法则61不可凭直觉

法则62要有活情报

法则63要看重商品

法则64不让人分心

法则65留意新顾客

法则66善用“第一次”

法则67避开“第三者”

法则68不要太得意

法则69学学女职员

法则70比比营业员

### 四、自控篇

法则71要善用时间

法则72要控制时间

法则73要学会等待

法则74要不怕爽约

法则75失败不懊恼

法则76要有幸福感

法则77心中有梦想

法则78要确立目标

法则79要学会应变

法则80要喜欢自己

法则81切不可悲观

法则82成功的目标

法则83不要看条件

法则84要知而后行

法则85要克服惰性

法则86要彰显人品

法则87要“先给后取”

<<推销法则99>>

法则88有必要知识

法则89须自我检讨

法则90要善于冥想

法则91切莫忘“反复”

法则92要正视现实

五、管理篇

法则93方案须有效

法则94要了解下属

法则95要经常反省

法则96要经常鼓励

法则97要维护团体

法则98须关注下属

法则99不姑息过失

## &lt;&lt;推销法则99&gt;&gt;

## 章节摘录

坐在椅子上时，不要坐得太进去，也不要把背靠在椅子背上，而且，即使顾客跷着二郎腿，你也不应该做出这种不礼貌的动作。

坐长沙发时，有许多人喜欢坐在两端。

其实这是不对的。

推销员不可以这样坐。

因为这样会使顾客一眼就看到你的窘相，会给顾客一种不沉着的感觉。

你应该坐在长沙发当中偏左的地方，这样最合适。

当你要开始谈生意时。

绝对不可坐在顾客的正对面，因为这样会使顾客在心理上不由自主地产生一种压迫感。

（其实不仅是顾客，推销员自己也会产生同样的感觉。

）所以，如果你本来所坐的椅子是在顾客的正对面，可以移动一下将位置稍作调整，使自己的身体斜对着顾客，以避免与顾客正面相对（若是异性顾客，更应该注意这一点）。

在调整位置坐定之后。

还必须注意是否仍让顾客感到不安定。

如果是，那你还得再次调整自己的位置。

总之，一定要使买卖双方皆感到自然而不受拘束。

选定适当位置之后，接下来就要注意间距了。

间隔距离没有刻板的规定，但必须使对方能听清你讲话的声音，也要让对方能看清你向他或者她出示的样品。

有些推销员坐下来时有张开双膝的习惯。

这点必须特别加以注意。

绝对不可将双膝张得太开，因为这种姿势非常不雅观。

如果遇到有很多顾客而推销员只有一个的时候，推销员要尽量坐在旁边，或者是斜对面。

相反，倘若两个推销员同时向一个顾客推销商品，推销员应该分开来坐，绝对不可以肩并肩地坐在一起，你一句我一句，好像是在审问顾客似的。

最后，顺便谈一下坐轿车的规矩。

原则上，轿车的上座是在后面，其中司机后面的那个是最上座，其次是最上座对面车门旁边的位置。

最上座和次上座中间的位置属第三位，司机旁边的助手位置则是下座。

所以，不管你的想法是什么，请你千万不要让顾客坐在司机旁边，因为这是非常失礼的。

但是，倘若推销员自己开车，为了谈话方便而让顾客坐在旁边。

那又另当别论了。

假如顾客没有按一般规矩请你入座，你不必过分坚持自己的原则，稍作推让之后便可大方地入座。

“恭敬不如从命”，这是最重要的礼貌。

总之，必须懂得“礼仪”，但又不过于拘泥，要灵活运用，随机应变。

倘若故意谦让，反而会让人有矫揉造作之感。

.....

## <<推销法则99>>

### 编辑推荐

《推销法则99：通往成功的推销之路》要改变人们对推销员的不良印象，推销员必须加强自己的“职业意识”。所谓“职业意识”，就是要把推销工作当作一桩神圣的工作来做，要具备出众的工作能力，要建立以推销工作为荣的信念。



<<推销法则99>>

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>