

推销术之二——介绍产品

陈国琴 编译

推销是一种经营术，也是一门技巧，而推销介绍又是整个推销过程的中心。推销员通过语句和示范动作传递他的信息，目的是为了激发推销对象对推销产品的兴趣。推销员用令人信服的专门知识去介绍产品，推销对象通过

面部表情或其它动作作出反应。推销员需要有极好的技巧，用一种使推销对象能相信、能理解和能记住的方法去介绍产品。因此，推销员要使推销介绍取得成功，必须具备以下才能：

第一，能清楚和完整地介绍产品，把产品的所有特性和消费者可得利益都包括在内；

第二，对本企业的产品和竞争产品的性能了如指掌，随时说出购买本产品比购买竞争产品有什么好处；

第三，能使推销对象相信你的介绍是为了他的利益，对推销对象提出的问题要耐心、全面地回答；

第四，能用准备好的数字和事实刺激顾客的需求，使推销对象认为他们应该成为使用优胜产品队伍中的一员；

第五，为使介绍过程戏剧化，推销员需有幽默的天性。

然而，不是每个推销员都具备以上的秉赋，因此，就应该寻求一些推销的辅助方法。“与其说去推销煎牛排，还不如说去推销它的‘吱吱’声”。这是一位著名推销员的精辟言论。

在推销介绍中有许多辅助方法能帮助推销员很好地达到推销介绍的效果。

（一）吸引五种官能的推销法

人们可能认为推销介绍只是推销员用嘴讲话，介绍本公司的产品，推销对象用耳朵听，作出反应。其实并不尽然，根据有关研究表明：人们对所听到的东西能记住10%；对所看到的東西能记住35%；对既看到又听到的能记住65%。

推销员要使消费者去感觉、去抚摸、去嗅闻该项产品，让他们能牢记该产品的特点，这是吸引顾客的重要因素。所以增强推销趣味性的最有效方法是吸引五种官能——视觉、听觉、嗅觉、触觉和味觉的联合运用。有些产品对五种官能都有吸引力，有些则只对五种官能中的一、二种感官具有特别吸引力，每一次推销，应该运用如何吸引五种官能，增强对方记忆的方法。下列产品能分别吸引不同的感官。

- ① 视觉——每一种产品。
- ② 听觉——无线电、收音机、电剃刀、防盗警铃、音乐器材、老式闹钟等。
- ③ 触觉——皮大衣、皮革制品、地毯、家具等。
- ④ 味觉——所有食品。
- ⑤ 嗅觉——香水、护肤膏、新鲜空气、食品等。

其中视觉上最能引起注意的、最有能力的感官，其次是听觉、嗅觉、触觉和味觉。因此推销介绍应尽可能地恰当利用顾客的五种官能。

（二）使用辅助工具的推销法

推销员使用辅助工具也能使介绍戏剧化。有些辅助工具是由专门公司制作的，如大、小模型、照片、推销手册、法兰绒板、闪光卡片、彩色的幻灯片、盒式录音机和录音带、活页图表册等。另一些辅助工具也可和其它公司配合制作，如利用印刷广告的复印件、图表、实验报告和产品鉴定书等等。

（三）让推销对象参加实验的推销法

假如能说服推销对象参加实验，那将更有吸引力并能留下更持久的印象。当你实验时，让他们自己去感觉该产品、去拿、去尝、去闻或去听，甚至在推销员简单的讲解之后，让他们自己去开动或使用一下产品，他们的疑惑通常能被消除。例如：

衣服——顾客能试穿，以此评价它的大小、样式、颜色。

家具——顾客能坐下或躺在上面以体验它的舒适程度。

化妆品——顾客可以使用一下或闻闻它，以评价它的香味和护肤增美程度。

汽车——让顾客自己去驾驶一下，以评价它的舒适度、操纵轻松程度、速度及其它特性。

电子乐器——顾客能弹奏一下，从而评价它的多种用途、音量、音质等等。

真空吸尘器——顾客能用它清除一下垃圾，评价它的吸力和灵活性。

虽然视觉的作用远大于听觉，但假如你的介绍是有趣的，用一种简明、生动的方法讲解，他们将会记得多些，所以描述产品时必须仔细选择用词。

① 要避免用“最高级”的词。你可能喜欢讲你的产品是市场上最好的，然而决不应该用这样“最高级”的词，因为要证明你的产品在市场上最好是困难的，往往某一个人认为是最好的，另一个人可能就不一定这么认为；

② 要避免使用蹩脚和无意义的用语，象“可爱”、“美丽”、“奇妙”和“伟大”等过份的语词。这些词有极少的实际意义而且表达笼统，更不说明什么；

③ 要注意“便宜”这个词，不要讲你的产品是“便宜”的，虽然“便宜”意味着价廉或成本较低，但也意味着是没有价值和没有实效，更可虑的是你的推销对象可能把“便宜”与质量低劣相等同。

因此，只有良好的推销介绍，才能促进销售。然而推销员不可期望每一次介绍都能达成一笔交易，有时一次推销介绍只是为以后交易打下基础，有时可能找错了对象，必须向另一个有意购买的人重复，有时多次介绍还不能形成一次交易，推销员必须十分达观，把失败视作一次经验的取得。

摘自《实用推销术》第十章“推销介绍”