

经典案例分析

案例一

一个化妆品推销员的经历

我曾经是某外贸公司的办公室文员，由于公司生意不景气，我辞掉了公职，加盟雅芳公司，做了一名职业推销员。加入一个新行业，一切都必须从头开始，我为自己没有客户而发愁，不得不每天挎着一个大背包，里面装满了各种眉笔、唇膏、粉饼等化妆品，一家一家地敲着陌生的大门。可是能开门见我的人很少，多数人只是在门镜里看了看，就很不客气地在门里说：“我们不需要，快走吧！”这样的拒绝使我寒彻骨髓。一连几个月我的收入不足以维持温饱，这深深刺痛了我那颗骄傲的心，我不相信在别人干得有声有色的行业中，自己只是一个“脓包”，我一定有办法开创自己的新天地。

我把仅剩的五百元钱投入到一个美容学习班，系统地学习各种化妆品的知识以及化妆技巧，并在美容院实习了整整一个月，保养皮肤的各种技法都烂熟于心。这时再重新审视镜中的自己：干燥而毫无生气的头发随便地挽在脑后，白皙的皮肤上长着两粒刺眼的痘痘，平平的眉毛配着大而黑的眼睛，眼中尽是无奈的神情，厚厚的嘴唇紧抿着，活脱脱一幅倒霉相。我在心中骂着自己：丑丫头，就你这副模样，谁会相信你卖的美容产品呢？！于是我把学到的美容化妆知识先在自己身上实践，巧施粉黛的我容光焕发，再配上一身职业套装，我对自己充满了信心。

我决定先在自己住的小区里展开推销活动。第一天，我写了几百封信：“×号的主人，您好！我是您的邻居王小丽，在雅芳公司工作，这是一家世界著名的化妆品公司。本人对如何使您看起来年轻十岁有独到的技法，我很希望与您交个朋友。能在晚上6~8点钟之间给我打个电话吗？我的电话是8673234。”然后把信件塞进了各户的信箱。以后几天晚上陆续接到5个电话，卖出了3只口红、4个保湿粉饼和一瓶收缩水。

第一步的成功鼓舞了我，我又写了第二封信：“×号的主人，您好！我是您的邻居王小丽，您一定收到了我前几天给您的信，您和您的朋友如果要咨询关于保养肌肤，设计有助事业成功的个人形象等问题，我一定会全力以赴为您提供服务。如果您工作太忙，没有时间打电话，我会在星期六或星期天去您家拜访，为您提供咨询服务。”信连同我的名片又塞进了人们的信箱。

然后，我开始在预定的时间内登门拜访。这次我再也不挎着那个大背包了，而是挽着一只精巧的皮包，包里除了一个笔记本和一全套美容化妆品外，我还带上一些价值五元钱的小礼物——一支小护手霜。当我敲开房门的第一句话是说：“您好！我是您的邻居王小丽，我跟你约好了来拜访您的，非常感谢您能给我几分钟时间，作为答谢，这里有一支护手霜送给您。”这样，我就很容易获准坐下来与主妇们谈谈保养皮肤之道，教给她们一些化妆技巧，把我的整套化妆品取出来让她们挑选，并在笔记本上记下她们想购

全国Mini-MBA职业经理双证班



精品课程 权威双证 全国招生 请速充电

你可能准备跳槽或者求职, 却为缺少行业经验和专业证书而被用人单位百般挑惕!

你可能目前衣食无忧, 但随着年龄的增长和社会竞争压力的增大, 因为得不到专业的全新培训而失去竞争的机会和面临被淘汰的危机。

美华教育携手中国经济管理大学面向全国举办迷你 MBA 职业经理双证书班, 毕业颁发双证书。

招生专业及其颁发证书

认证项目	颁发双证	学费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《物流经理》MBA 高等教育双证班	高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元



【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课（远程函授+教学电子光盘自修+网络学院持续视频学习）



【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》;
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》;



【证书说明】

1. 证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
2. 毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，证书是学员求职、提干、晋级的有效证明；。



【学习期限】

3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



【收费标准】

全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是职业经理人首选的学习方式。



【招生对象】

- 1、对管理知识感兴趣，具有简单电脑操作能力（有2年以上相应工作经验者可以申请提前毕业）。
- 2、年龄在20—55岁之间的各界管理知识需求者均可报名学习。



【教程特点】

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习（专家、顾问24小时接受在线咨询，第一时间回答学员的提问和咨询）



【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



【承办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育专家、教育协会常务理事徐传有教授担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】13684609885

0451—88342620 88723232

【咨询教师】王海涛 郑毅



【报名须知】

- 1、报名登记表格下载后详细填写并发邮件至 xchy007@163.com（入学时不需要提交相片，毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可）

- 2、交费后请及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【报名地址】哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室美华教育（ 邮政编码：150020）



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】

方式一	邮局邮寄	邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室 邮政编码：150020
方式二	学校帐号	学校帐号：184080723702015 开户银行：哈尔滨银行龙江支行 支付系统行号：313261018018 企业户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校
方式三	交通银行 (太平洋卡)	帐号：40551220360141505 户名：王海涛 开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心
方式四	邮政储蓄 (存折)	帐号：602610301201201234 户名：王海涛 开户行：哈尔滨道外储蓄中心
方式五	中国工商银行 (存折)	帐号：3500016701101298023 户名：王海涛 开户行：哈尔滨市道外区靖宇支行

可以选择任意一种方式缴纳学费，建议使用第五种方式（中国工商银行，比较方便快捷）收到学费的当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材和考试问卷。

全国职业经理MBA双证班

精品课程 火热招生

函授学习 权威双证 全国招生 请速充电



认证系列：高级职业经理资格认证、人力资源总监、营销经理、财务总监、企业培训师、酒店经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、市场总监、营销策划师等学习认证系列。

颁发双证：通用高级经理资格证书 + MBA 高等教育研修结业证书 (含 2 年全套学籍档案)

证书说明：证书全国通用、国际互认、电子注册，是提干、求职、晋级、移民的有效依据

学习期限：3 个月 (允许工作经验丰富学员提前毕业) **收费标准：**全部学费 **1280** 元

咨询电话：13684609885 0451- 88342620 88723232 **邮箱：**xchy007@163.com

学校网站：www.mhjj.net **颁证单位：**中国经济管理大学 **承办单位：**美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效

买的品种，第二天保证送货上门。

就这样做了三个月，我的推销成绩较最初有了很大进步，但我仍觉得销售增长的速度太慢了。怎样才能提高效率呢？我苦思冥想了很多时间也不见要领。后来在儿子的家长会上我偶然得知有一个孩子的妈妈是某单位的工会主席，姓王，我突然有主意了，决定试一试。

在每天接送孩子上下学时，我故意去得早走得迟，在校门口站着暗暗观察那位工会主席，发现她每天匆匆忙忙，似乎工作很忙，有时还不能按时接孩子。有一天下着大雨，工会主席又迟到了，看着孩子们一个个被家长接走了，她的孩子很着急。我就主动上前安慰他，告诉他说：“阿姨可以送你回家。你先给妈妈打个电话，告诉她不要着急，康明（我的儿子）的妈妈送你回家。”小家伙照办了。我把他送到家，记住了他家的地址。

第二天接孩子时，那位工会主席特意找到我表示感谢，我很客气地说：“没什么，咱们都是当妈妈的，最知道又要忙工作又要照顾孩子的苦处啊！”于是，我们从孩子的教育到自己的工作，从做女人的烦恼到当今社会的竞争等等，聊了半天。后来两个孩子成了好朋友，工会主席自然也成了我的顾客。

但是，这只是我计划的一个开端。我知道她的单位每个月都有一次工会活动日，这一天由工会主席安排活动。于是，我请求她能否在活动日这天为女职工安排一次美容讲座，她爽快地答应了。为了这次美容讲座，我请了一位美容师做我的助手。我先讲了皮肤的肌理，护肤的常识，美容化妆的技巧，服装色彩的搭配。然后有人问了有关皮肤的一些问题，好在平时我注意翻看医学书刊，医学知识加上美容知识使我能圆满回答这些问题。最后又把大家分为两组，我和美容师分别给每个人做全套护肤美容和化妆，边做边讲解，并针对每个人的肤质特点提出建议。全部工作完成后，各位女士你看看我，我看看你，惊喜地发现化妆后的同事比平时漂亮多了，大家互相赞美着，气氛达到了高潮。我趁机宣传雅芳化妆品是世界知名品牌，它质量可靠，色彩时尚，款式品种繁多，无论何种肤质都能找到适合的一款等等。当场就有一半人登记购买产品。

当天晚上，我来到工会主席家表示感谢，她客气地说：“我还要谢谢你呢，你替我组织了一次很好的工会活动。说实话，我们工会的活动总是搞得有声有色，这在局里都是有名的。”我忙接上说：“是啊，有您这样一位开明领导，那是职工的福气哟。王主席，听说你们局挺大的，都有哪些单位呀？”

她兴致勃勃地数出了一大串单位。

我看着她若有所思地说：“那些单位的工会主席肯定不如您年轻。”

“噢，何以见得？”

我肯定地说：“只有心理年轻的人才会对美容化妆感兴趣。不管您岁数是不是比他们小，您心理年轻，人看上去就年轻。”

她高兴地笑了。

我又趁机说：“王主席，您能不能帮我个忙，给我介绍一下那些工会主席呀？只要告

诉我名字就行了。”

我取出随身携带的小本子，记下她告诉我的名字、单位。我一边写一边故意自言自语道：“焦化厂、炼钢厂……听说过，都在什么地方呀？王主席，如果知道电话就好了……”

她看了我一眼，说：“帮人帮到底吧。”于是起身去找电话本。

我忙拿出事先准备好的一瓶香水放到桌上，说：“您那么肯帮忙，我一定要有所表示，我觉得这瓶香水气味最适合您，松木味，淡淡的，请您试试。”

她高兴地收下香水，给了我一串电话号码。

我抄完号码后，又大胆地说：“王主席，您能给他们打电话帮我约个见面时间吗？”我心里清楚，这有些强人所难，她一定不会帮这个忙的，不过没关系，我正等着她拒绝呢。

果然，她犹豫了一下，拒绝了，我的请求。

我故意表现得非常失望，嘴上却说：“没关系，我自己去找他们吧。王主席，我找他们时提到您的名字，您不会反对吧？”

她似乎松了一口气，说：“可以。”

我大功告成，又与她闲聊一会儿，告辞出来。

第二天，我按照名单上的号码开始打电话。“炼钢厂吗？您是工会的张主席吧？您好！有色金属公司工会的王主席请我给您打电话。我是雅芳化妆品公司的王小丽，最近我帮助他们单位搞了一次工会活动，效果非常好，王主席让我给您介绍一下，您能不能抽一点时间咱们见个面呢？……”

通过这种方法，我发展了几个公司的大量顾客，她们之中有的人买全套化妆品，有的人只买单件，不论怎样，我对她们一视同仁，不厌其烦，周到服务，大家对我非常满意。因此我的顾客像滚雪球般越来越多，销售量直线上升，收入也有了极大的提高。

案例 二

成功导航：展示讲稿范例

业务员：各位好。欢迎莅临参观本企业推出的不沾油“妙妙”炒菜锅展示。现在的工商社会中，厨房已不是专属女人的了，不管是先生或太太相信都要下厨房做饭的。不知道王先生，是否也有下厨做饭的经验？

王先生：是啊！太太也上班，谁先回家，就谁就先动手做饭。

业务员：请问王先生，当您做菜时，您是否觉得炒一盘青菜要比煎鱼或炒肉方便多了？

王先生：当然，煎鱼、炒肉不管怎么样都会沾锅，炒第二盘是非得洗锅不可。

陈小姐：是啊！每次煎鱼的时候鱼皮有一半都沾在锅上，除非放很多的油。

业务员：如果有一种炒菜锅，不管您炒什么菜，都不用担心会沾锅，您是否会觉得使用起来比目前要方便？

陈小姐：当然！

业务员：本企业新推出的“妙妙”炒菜锅，即是针对解决炒菜沾锅特别开发出来的一种新产品。

这是一种鳊鱼，是最容易沾锅的，我们来用“妙妙”炒锅，是否会沾锅。

我们先把油到进锅里，您可看出我倒的份量几乎比一般要少三分之一，火不用开到最大，锅子很快就热了。“妙妙”炒锅的导热速度要比一般快二分之一，可以节省您煤气的耗用量。

现在我们把鱼放进去，您可看到油并不附着于锅上，因此油虽然比一般少三分之一，却都能有效地接触到鱼的全身，因此较不容易煎糊、煎焦。

陈小姐，这是锅铲，请您将与翻面，您可再翻一面，您看就是这么容易，一点也不沾锅，锅座的温度能均匀散布，锅底能发挥最大的导热效果，因此您仅需要用中火就可以了，能节省煤气的用量。

现在我们来试第二道菜，您只要把“妙妙”炒菜锅用清水一冲，锅上没有残余的油腻，陈先生您看是不是省掉许多时间处理以往煎鱼后的清洗工作，就这么轻松，您可您的第二道菜，再也不要为油锅的渍腻而伤脑筋。

目前的家居生活都讲究提高生活的品质，“妙妙”炒锅能大大提升您厨房的工作的效率，它可以让您减少一半以上接触油腻的时间，能让您烧出色香味俱全的佳肴，它让您不再视厨房为畏途，同时也能达到省油、省煤气的附带效果。陈小姐、王先生，“妙妙”炒锅能增进您烹调的乐趣，也让您的家人再也不会吃到有损健康的食物。今天晚上就让“妙妙”炒锅开始为您服务吧！

案例思考：

1. 评价这篇展示讲稿。
2. 模仿这篇讲稿为自己熟悉的一个产品写一篇展示讲稿。

案例三

吉姆·莫尔为位于纽约州奥尼昂塔的埃斯硬件公司工作。6月21日，丹·布朗走进商店，与吉母进行了下面的谈话：

吉姆：我注意到你一直在我们的草坪锄草机。你是否对某种型号感兴趣？

丹：我第一次自己买房子。我一直住在公寓里，我想我最好买一台草坪锄草机来割草。这个怎么样？它看起来很不错。（暂停，看着割草机）价格是多少？

吉姆：那个是 199.99\$。现在正在减价，买它很合适

丹：哦，是吗？

吉姆：是的，但是减价明天就结束了。

丹：给我讲一下有关割草机的情况。

吉姆：它有固态点火装置，意味着你永远不需要清洗发动机。这的确是一个很好的性能。你有没有清洗过你的汽车发动机？

丹：没有，但我不认为这很有趣。

吉姆：当然很没劲。

丹：有质量保证吗？

吉姆：是的，当然有，90 天的部件保修。

丹：我想最好还是趁减价的时候买一台。

吉姆：很好，我来开发票。（几个月后丹又回到商店，看见吉姆）

丹：你知道吗，你卖给我的割草机不好用，我想换一台。

吉姆：对不起，现在太晚了，有什么问题吗？

丹：割一个草坪的草要花很长时间。我大约有一亩地，因此我不得不`问题：

问题：

1. 谁该为所发生的事情负责？
2. 如果你处在寂寞的位置，你会如何识别顾客面临的问题？

案例四

如此拜访

拉尔夫·范·汉德尔是 WOSH 广播公司的销售代表，他正在拜访达勒商店的老板珍妮弗·格雷厄姆。该商店位于弗吉尼亚州的阿灵顿，是一家以式样最新\最流行闻名的时装店。拉尔夫与珍妮弗推销 WOSH 的广播时间，希望达勒商店能做广告。

拉尔夫：(伸手)早上好，格拉姆夫人。今天好吗？

珍妮弗：很好。顺便提一下，我叫格雷厄姆，G-R-A-H-A-M..

拉尔夫：对不起。今天天气很不错，真希望能出去打高尔夫球。你打高尔夫球吗？

珍妮弗：不，我不打。现在我能为你做些什么？我很忙。让达勒运转很花时间。

拉尔夫：你肯定很忙。你知道，每个人都说你这里是镇上最好的商店。人人都这么说。

珍妮弗：(交叉手臂于胸口)很好，听到这话我很高兴。现在说一说你为什么来这里。

拉尔夫：好。首先，让我做个自我介绍。我是 WOSH 广播公司的拉尔夫·范·汉德尔。我希望我今天没有占用你宝贵的时间。我想向你介绍一下购买 WOSH 广播广告时段的情况。

珍妮弗：过去我们主要在报纸上登广告，那样做效果也不错。

拉尔夫：听你这么说，我很遗憾。不幸的是，有些人那样想的。但是，至少应当让我们尝试一下。你可能会意外收获。

珍妮弗：也许将来我会尝试一下，但眼下我不想在广播广告上浪费资金。现在我要走了，我们刚到了一批新货。

问题：

1. 拉尔夫的初次见面策略合适吗？他犯了什么错误？
2. 你会怎样接近像珍妮弗女士这样的买主？

案例五

如何激励推销人员

美国盖洛普管理顾问集团将推销人员分成四种个性类型,即竞争型、成就型、自我欣赏型和服务型。

在竞争激励的市场中,企业的前途取决于领导者是否能理解业绩显著的推销人员,洞悉他们的心灵。要调动推销人员的积极性,就要针对不同类型的推销人员而采取不同的激励方法。对推销人员四种个性类型的分析,将有助于企业科学地管理推销人员队伍。

竞争性。在推销竞赛中表现特别活跃。激励竞争型的推销人员,最简单的方式就是很清楚地告诉他胜利的含义。他们需要各种形式的定额,需要有办法记录成绩,竞争就是最有效的方法。优秀的推销人员具备强大的内在驱动力,精明的领导者巧妙地运用这一内在驱动力并挑起竞争者之间的竞赛。美国一家公司推销经理劳斯科尔说:刚开始做销售时,他在公司连续5个月都是最佳推销员,于是,就字鸣得意起来。不久公司新来了一位推销员,他俩的销售区域很相似,新手开始超过他,成为本月的最佳推销员。于是公司经理对劳斯科尔说:嗨,大腕,新手要打败你了。你要是赶不上来,你的地盘就归他了。这大大鞭策了劳斯科尔,也激励了他的对手,两个人暗自竞赛起来。两个人争先恐后,月月都想打败对方,结果两人的业绩都大幅度上升,难分伯仲。

成就型。许多领导人认为成就型是理想的推销人员,他们自己该给自己制定目标,而且比别人规定的高。只要整个团体能取得成就,他们不在乎功劳归谁,是优秀的团队成员。正确激励成就型推销人员的方法就是确保他们不断受到挑战,弄清他们擅长什么,那些方面需要提高,那些方面不擅长,需要学习,一起制定提高的目标;还有些领导者认为,激励成就型推销人员的最好方法就是不管他们,随他们怎么干;还有一种方法就是培养他们进入企业管理层。

自我欣赏型。这类推销人员需要的决不单是奖金,他们希望别人感到自己在企业中的重要性,精明的企业领导者往往能够满足他们的这种愿望。有个公司的销售总监说:“我们让自我欣赏型的推销人员带几个小徒弟。这类人喜欢被年轻人奉为大师。这样能激励他们不断进取。若新手达到了销售目标,就证明他们指导有方,若没有业绩,则不能令新手信服”。

服务型。这类推销人员通常是最不被重视的,因为在他们的顾客名单中往往没有大客户,或新客户数量相对较少。激励这类默默无闻的推销人员的方法,就是公开宣传他们的事迹,表扬他们的优质服务,在公司集会上介绍他们的事迹。既然服务型推销人员带不来新的生意,有经验的企业管理者往往采用一些额外的奖励来激励这类推销员。因为这类推销员也花了许多时间接待顾客,和顾客进行联络。

用不同的方式激励不同个性的推销人员,是企业个性化的推销管理,是科学的,也是可

行的管理手段.

案例问题探讨

1. 你认为美国洛普管理顾问集团将推销人员分成竞争型、成就型、自我欣赏型和服务型四个类型的方法是否科学?
2. 对四种个性类型推销员的激励方法各有哪些?是否得当?
3. 请设想一个其他的激励方法.

案例六

销售过期药品

人物: 药店销售人员小杨, 郑经理, 小王, 刘大爷及女儿, 旁白。

旁白: 这是发生在一个偏远山村的故事, 这天药店小杨正在整理药品, 电话铃声响了起来。

小杨: 您好! 这里是双莲药业, 哦, 原来是郑经理, 要收回那些过期的药, 我已经将这些药封存了, 就等你过来取。那好的, 再见!

旁白: 这时, 门开了, 走进来一位老大爷和一位年轻的女子, 小杨看到急忙走了过去。

小杨: 大爷, 您好, 请问您有什么需要帮忙的吗? 来, 先喝杯水, 慢慢说!

大爷: 没时间喝水了, 我老伴儿病得很厉害, 需要一种药, 我也说不清楚, 让我女儿和你说吧。

女儿: 是这样的, 我妈妈突然心绞痛病发, 村诊所又没有这种药了, 我和爸爸走了好几里的山路才赶到这里, 希望你能帮帮我们! (面容非常着急)

小杨: 对不起呀, 我们这种药目前也已经卖完了。如果可以, 我让公司送一些, 你们再等一下, 好吗?

女儿: 不行了, 现在情况很危险, 等药拿来, 恐怕也来不及了。

旁白: 此时在小杨的心里很矛盾, 她想起了有过期了两天的这种药, 要是卖给大爷, 自己就违反了公司的规定; 不卖给他们, 大娘的病得不到控制, 危险会更大, 到底该怎么办?

小杨: (看到老人焦急的神色, 又想到只过两天的药应该没有问题。于是决定把药卖给他们, 一切后果都由我来负责) 小刘同志, 你过来一下, 有件事要和你商量。我们目前的确没有这种药了, 但有一批药才过期两天, 如果用上对大娘的病可以缓解, 你看和大爷商量一下, 怎么办?

女儿: 那好, 我和爸爸商量一下, 再告诉你

女儿: 爸, 小杨同志说店里没有这种药了, 但有一批这种过期药, 只过期两天, 用上或许对妈的病情有效。

大爷: 是不是没有这种药, 你妈就没救了? 啊? 我不能没有你妈呀, 咋的, 也要试试

女儿: 那好, 我就和小杨说了。

女儿：小杨同志，我和爸爸说了，我们买这药！

小杨：我把情况已和你们说清了，如果一定要买，我去给你们拿。

旁白：小杨把药拿给了他们。（老大爷付钱）

小杨：大爷，您把地址和姓名告诉我一下。

大爷：我叫刘老根，住在龙泉屯。

旁白：小杨目送大爷和他的女儿走出门去。过了几个小时，公司派人来取药。

小王：小杨，你好，公司派我来取药，你准备好了吗？

小杨：噢，你好，小王，我都准备好了，我拿给你。

小王：我来清点一下。夷，怎么少了一盒？

小杨：没，没有呀，怎么会呢？（神色慌张）

小王：小杨，有什么事一定要说出来，我会帮你。

小杨：那盒药让我卖了。

小王：啊？这件事很重大，我无法解决，还是去告诉郑经理吧。

旁白：在郑经理的办公室里，郑经理很生气。

郑经理：小杨，今天到底是怎么回事？

小杨：事情是这样的，今天来了一位老大爷，他的老伴得了心绞痛，情况很危险，我就把药卖给他们了。

旁白：郑经理生气，拍了一下桌子。

郑经理：小杨，你怎么能这样做呢，不但违反了公司制度，毁坏了公司的形象，还有可能给顾客带来危险。你怎么负责？我现在就开除你！

小杨：经理，我知道错了，我会尽力去找大爷挽回一切，请你再给我一次机会。

郑经理：不可以，你回去好好想想吧。

旁白：小杨流着眼泪离开了办公室。请问：

1、小杨错了么，错在那？

2、郑经理处理此事正确的有哪些方面？处理不妥的有哪些方面？

案例七

“退鞋风波”剧本

地点：某某鞋业公司

人物：顾客 营业员 勤部楼层经理 业务部负责人

事件：一名顾客在某鞋业公司购买一双价值三百五十元的皮鞋，一个月后发现鞋帮有局部开胶，鞋底有轻微断裂现象，于是到公司退货。与营业员，经理，业务部负责人之间展开了一场谈判。

（顾客手中拎一只装鞋的盒子怒气冲冲的上）

顾客：（面对观众）大家瞧瞧，快来瞧瞧，这是我十天前买的一双皮鞋。你看这底也断了，帮也开了，我白白搭了三百多块钱。这我找谁说理去。不行，我得找他们把鞋给退了。

（营业员上，表情自若站在柜台后）

顾客：啊，这不就是那天卖鞋给我的营业员吗！（来到柜台前）哎，小姐，这是我前几天从你这买的皮鞋，你看这帮也开了，底也断了，你赶紧给我退了吧。

营业员：（瞟了顾客一眼，又看了看鞋）鞋类属特殊商品，穿用后就不能再退了。

顾客：什么？不承认了？你们不是实行：“三包”吗？（拿出三包卡）你看 这不写在纸上的吗，怎么没信誉啊？（念三包规定的内容）你看，这第一条。

营业员：（拿起鞋，仔细看）你这鞋开胶的原因是运动造成的，属人为原因；鞋底断裂虽属质量上的问题，但也和运动有直接关系，因此我们不能给您退货。但可以给予修补，我们保证修补前后是完全一样的。如果再出现问题，我们给您换。

顾客：那不行，三百多元的鞋，几天就穿坏了，怎么也不能说得过去，我必须得退掉。

营业员：退是不可能的，你也看过三包卡，开胶或者人为原因的断裂只给予包修。您看（指三包卡），在这里写着呢，修可以，退恐怕就不行了。

顾客：三包卡上都写的很清楚了，明明断了底就应该换，你们店不会这么没信誉吧？

（营业员无可奈何，沉默了一会）

营业员：既然你一定要退，那就去找经理吧，这事我恐怕无能为力了（指向楼层经理办公室，营业员下）

顾客：（拿起鞋），找经理就找经理，谁怕谁。

（楼层经理正在写字，顾客极用力敲门）

经理：（一愣）请进！

顾客：（开门）你是经理？（啊，对）好，你是经理，你管事，你得给我评评理，这鞋我得退了。

经理：这位小姐，您先消消气，有什么事慢慢说。来，先请坐。

顾客：坐什么坐，事没解决，不坐。

经理：（笑着说）那你站着就能解决事吗？这只能影响我们正常谈话。有话好好说，来，先坐下。

顾客：（拿起鞋）你看吧，这鞋，就这情况，我穿了刚一个月。

经理：（仔细检查鞋，点点头）恩，这鞋质量上的确有一定问题。哦，顺便问一句，你是做什么工作的？

顾客：导游。（不耐烦的）

经理：（笑着说）这就对了，你看，你每天走那么多路，不光脚累，鞋更累，而且，您这皮鞋之所以开胶完全是保养不当造成的……

顾客：什么？你凭什么说我保养不当？这分明 是生产出来的时候就已经有问题了。

经理：（指着鞋的开胶部位给顾客看）。你看，这只鞋的开胶的部分只是这里，而如果单纯开胶的问题不可能只在这个部位开胶，所以这鞋不在包退范围之内。

顾客：就算我工作性质决定了鞋的寿命短，但也不至于短到一个月吧。人为原因是有，但质量问题也不能否认。

经理：所以，我们给您修补而不退。

顾客：不行，你不也承认这鞋有质量问题吗？那就得给我退。

经理：（沉思一会）这样吧，我看我们再这样争论下去也不会有结果，我们换种方式解决，你看怎么样？

顾客：那你说说看。

经理：这鞋是由业务部组织进来的，商品发生质量事故应该由业务部向厂家联系索赔。由于您的鞋属特殊情况，所以，您还是到业务部同他们协商一下吧。

顾客：您也解决不了啊！那好，再见。

（业务部负责人上，顾客来到业务部，敲门）

业务部负责人：请进。

顾客：你是业务部的负责人吧？楼层经理让我来找你。你看这鞋质量有问题，我要求给我退鞋。

（顾客有详细地述说了原委）

业务部负责人：你的问题争议太大了，还是请直接销售给你鞋的部门提出处理意见。我们大批量进货，不可能因一两双鞋而找厂家，那要每天都有像你这样的顾客，我们不是得天天跑厂家了。

顾客：那这鞋的确有质量问题，你们进的货，就得管。

业务部负责人：业务部只管进货前的质量问题，商品在销售过程中发生的质量事故，不由我们直接负责。（不耐烦的）

（电话铃响……）

业务部负责人：喂，啊，我马上来。（匆忙下）

（顾客一脸愕然……）

旁白：请问各位同学：

如果你是这位顾客，你应该怎么做？

思考问题：

1、如果你是这家公司的经理，你应该怎样解决这一问题？

案例八

“爽快”的还价

史密斯夫妇在一本刊物的封面上看到一只造型十分精美的古玩钟，非常喜欢，他们甚至在商量着把它摆在壁炉上还是客厅的桌几上。他们决定即刻出发去买这只钟，并希望能用 500 美元买到它。

他们找了许多地方，总算在一家古玩店找到了。但钟的标价却出乎他们的意料，750 美元。

“哎呀！750 美元，我们还是回去吧，我们说好了不超过 500 美元的。”妻子低声说。

“是的，不过我们可以试着和老板商量商量，看少点能不能卖，毕竟我们喜欢这个钟嘛。”史密斯对妻子道。

于是由史密斯出面同老板商量：“这钟我们非常喜欢，能不能优惠点卖给我们，我想给它出个价，你看 250 美元怎么样？”

老板连眼睛都没眨一下就说：“好吧，给你了。”

回家的路上，史密斯夫妇感到非常沮丧。按说花小钱买到了自己喜欢的礼品应该高兴才是，但由于老板的“爽快”破坏了史密斯夫妇的这种心情。

- 1、你知道如何还价才是合理的吗？
- 2、在推销洽谈中应注意哪些方面的因素？为什么？
- 3、推销洽谈应掌握哪些方面的策略？

案例九

2001年某日，在某购物广场，顾客服务中心接到一起顾客投诉，顾客说从我商场购买的“晨光”酸牛奶中喝出了苍蝇。投诉的内容大致是：顾客李小姐从我商场购买了晨光酸牛奶后，马上去一家餐馆吃饭，吃完饭李小姐随手拿出酸牛奶让自己的孩子喝，自己则在一边跟朋友聊天，突然听见孩子大叫：“妈妈，这里有苍蝇。”，李小姐寻声望去，看见小孩喝的酸牛奶盒里（当时酸奶盒已被孩子用手撕开）有只苍蝇。李小姐当时火冒三丈，带着小孩来商场投诉。正在这时，有位值班经理看见便走过来说：“你既然说有问题，那就带小孩去医院，有问题我们负责！”顾客听到后，更是火上加油，大声喊：“你负责？好，现在我让你去吃10只苍蝇，我带你去医院检查，我来负责好不好？”边说边在商场里大喊大叫，并口口声声说要去“消协”投诉，引起了许多顾客围观。

该购物广场顾客服务中心负责人听到后马上前来处理，赶快让那位值班经理离开，又把顾客请到办公室交谈，一边道歉一边耐心地询问了事情的经过。

询问重点：

- 1、发现苍蝇的地点（确定餐厅卫生情况）；
- 2、确认当时酸牛奶的盒子是撕开状态而不是只插了吸管的封闭状态；
- 3、确认当时发现苍蝇是小孩先发现的，大人不在场；
- 4、询问在以前购买“晨光”牛奶有无相似情况？

在了解了情况后，商场方提出了处理建议，但由于顾客对值班经理“有问题去医院检查，我们负责”的话一直耿耿与怀，不愿接受我们的道歉与建议，使交谈僵持了两个多小时之久，依然没有结果，最后商场负责人只好让顾客留下联系电话，提出换个时间与其再进行协商。

第二天，商场负责人给顾客打了电话，告诉顾客：我商场已与“晨光”牛奶公司取得联系，希望能邀请顾客去“晨光”牛奶厂家参观了解（晨光牛奶的流水生产线：生产——包装——检验全过程全是在无菌封闭的操作间进行的），并提出，本着商场对顾客负责的态度，如果顾客要求，我们可以联系相关检验部门对苍蝇的死亡时间进行鉴定与确认。由于顾客接到电话时已经过了气头，冷静下来了，而且也感觉商场负责人对此事的处理方法很认真严谨，顾客的态度一下缓和了许多。这时商场又对值班经理的讲话做了道歉，并对当时顾客发现苍蝇的地点——（并非是环境很干净的小饭店），时间——大人不在现场、酸奶盒没封闭，已被孩子撕开等情况做了分析，让顾客知道这一系列情况都不排除是苍蝇落入（而非牛奶本身带有）酸奶的因素。

通过商场负责人的不断沟通，顾客终于不再生气了，最后告诉商场负责人：他们其实最生气的是那位值班经理说的话，既然商场对这件事这么重视并认真负责处理，所以

他们也不会再追究了，他们相信苍蝇有可能是小孩喝牛奶时从空中掉进去的。顾客说：“既然你们真的这么认真的处理这件事，我们也不会再计较，现在就可以把购物小票撕掉，你们放心，我们会说到做到的，不会对这件小事再纠缠了！”

问题：

1. 在这起顾客投诉处理事件中值得反思的有。
2. 负责该投诉事件的负责人在此处理过程中哪些是值得我们借鉴与学习之处。

案例十

对大客户的关心和供奉

山姆·卡波恩是芝加哥地区新英格兰器械公司一名精明的推销员，他感到再也不能回避一个重要的问题了，这个问题同他的最大客户万能电子公司相连。

20 年来，他一直同这一公司的采购、生产和管理人员保持着极好的关系。由于每年卖给这家公司器械的多少决定于这家公司的资金周转，因此，山姆每年从万能公司收到从 27.5 万到 100 万美元不等的订单。1995 年，他销售给这个公司的器械价值已达 65.3 万美元。他一直与这个客户的关系很紧密。因此，无论什么时候，只要这个公司需要，都给予它较优厚的服务。许多年来，他一直都通过各种有效的途径来款待万能公司人员，以此来保持他们对他本人来说的重要性。他的圣诞礼物就很得体也很合适。

在 1996 年初，万能公司采购部的一位副经理汉默史密斯女士上任了。不久，她就发布了一道公司声明：公司雇员不能接受卖方给予的礼物，除因商业原因而举行的宴会外，任何招待都应被取消。这个声明得到了公司领导的确认，但是公司内部普通职员都不乐意接受。

声明公布的第二天，山姆就遇到了麻烦：在万能公司成员中，尤其是在那些过去接受过重礼或沉溺于花别人钱享乐的人中展开了一场大的关于利益的争论。这个声明已由信件的形式寄给了万能公司的供应商们。正式的指示也寄到了在总购买部以外的所有办公室。

起先，山姆想他的利润会因此大大降低，他觉得没有理由不去遵守这项规定。他以往供奉过的人们开始以各种方式让他明白，他们对于以往的安排很满意，认为没有必要仅因为新的副经理而停止。他们感到现在应考虑的是：这种事应秘密地做，生产部的副经理甚至让山姆明白，他的确很喜欢他的那箱酒，且希望在 1996 年圣诞节在家中能收到另外一箱。一些不满的买方公开地暗示他：其他销售者对公司的新政策根本不予理睬，态度很明确：“这个政策仅是一种保持各部门融洽的把戏，一切照旧。”

迁就他的顾客，山姆很高兴，因为请客送礼是他的拿手把戏，他对客户这种关心和供奉的微妙艺术了如指掌，但山姆也不是傻瓜，他知道，一旦他对万能公司政策的违背暴露了，他可能就遇到了真正的麻烦，他向他的老板请示，可老板告诉他：他就是他！老板并不想了解山姆是否违背了规定，但他被告知最重要的是：“得使客户满意！”

山姆加倍地警觉到这种窘境不会如他原指望的随着时间的推移而消失。相反，由于

他没能对万能公司几个主要人物的实际要求作出反应，使他同他们的关系变僵了。后来，有一天，他吃惊地获知了一种特殊器械的大批量订单已被采购部的那位副经理给了一个竞争者，而这种器械一直都是由他来卖给万能公司的，山姆不想事态再有新的进展，他明白他必须对他们做点什么。

[成果与检测]

- (1) 如果你是山姆，你准备怎么办？
- (2) 万一，被采购部的一位副经理汉默史密斯女士知道，你如何办？
- (3) 这样的销售规定，你认为最合适的销售应该如何进行？

案例十一

向师傅推销

电脑推销员陈乙，一次向一家规模不小的公司推销电脑。竞争相当激烈，但是由于跑得勤，功夫下得深，深得承办单位的支持，成交希望非常大，到最后，只剩下两家厂牌，等着做最后的选择。承办人将报告呈递总经理决定，总经理却批送该公司的技术顾问——电脑专家陈教授咨询意见。于是，承办人员陪同陈教授再次参观了两家厂牌的机器，详细地听取了两家的示范解说，陈教授私下表示，两种厂牌，各有优缺点，但在语气上，似乎对竞争的那一家颇为欣赏，陈乙一看急了，“煮熟的鸭子居然又飞了？”于是，又找个机会去向陈顾问推销。使出浑身解数，口沫横飞地辩解他所代理的产品如何地优秀，设计上如何地特殊，希望借此纠正陈顾问的观念。最后，陈顾问不耐烦地冒出了一句话：“究竟是你比我行，还是我比你懂？”此话一出，这笔生意看样子是要泡汤了。陈乙垂头丧气，一位推销专家建议：“为什么不干脆用以退为进的策略推销呢？”并向他说明了“向师傅推销”的技巧。“向师傅推销”，切记的是要绝对肯定他是你的师傅，抱着谦虚、尊敬、求教的心情去见他，一切的推销必须无形，伺机而动，不可勉强，不可露出痕迹，方有效果。于是，陈乙重整旗鼓，到陈教授执教的学校去拜访，见了面，如此这般地说：“陈教授，今天，我来拜访您，绝不是来向您推销。过去我读过您的大作。上次跟老师谈过后，回家想想，觉得老师分析很有道理。老师指出在设计上我们所代理的电脑，确实有些特征比不上别人。陈教授，您在××公司担任顾问，这笔生意，我们遵照老师的指示，不做了！不过，陈教授，我希望从这笔生意上学点经验。老师是电脑方面的专家，希望老师能教导我，今后我们代理的这种产品，将来应如何与同行竞争，才能生存？希望能听听老师您的高见。”陈乙说话时一脸的诚恳。陈教授听了后，心里又是同情又是舒畅，于是带着慈祥的口吻说道：“年轻人，振作点。其实，你们的电脑也不错，有些设计就很有特点。唉，我看连你们自己都搞不清楚，譬如说……”于是，陈教授讲了一大通。“此外，服务也非常重要，尤其是软件方面的服务，今后，你们应该在这方面特别加强。”陈教授谆谆教导，陈乙洗耳倾听。这次谈话没过多久，生意成交了。对这次推销，帮忙最大的，还是陈教授，他对总经理说，这两家公司的产品大同小异，但他相信陈乙公司能提供更好的服务，最后，总经理采纳了陈顾问的意见，一笔快泡汤的生意又做成了。

思考题:1、陈乙的成功与失败都基于顾客的什么心理？

2、陈乙在推销沟通中运用了什么样的语言技巧？

案例十二

奥迪汽车 SPIN 销售

(1) 错失良机

一个阳光明媚的下午，上海奥迪授权的经销商的车行中，车行内来访的客户并不多，三三两两，有的在看着样车，有的在办公桌前与销售人员进行商谈，还有的在前台仔细阅读着车款、车型、新特色等介绍手册。此时，两位男士，偕同一位女士款款走进了车行。

徐承先在奥迪车行工作两个多月，销售业绩一般，共销售 8 台奥迪汽车。作为一个大学毕业、工作经验尚浅的小伙子，这个业绩属于比较初级的水平。看着走进车行的两男一女，他开始了基本的判断。

两位男士，都不是西装革履，但穿着都比较讲究，属于休闲类型的装扮，在这个刚入秋的时节，这个装束还是比较贴切的，尤其是与他们的年龄相匹配。其中一人手里拿着比较流行的一款手机，另外一位夹着一个考究的小皮包。再看这个女士，不过 30 出头，着淡妆，上衣属于白领的办公套装，配布料长裙，看上去很有气质，也带了一个女士皮包。徐承先初步判断，这是一个不错的潜在客户，他看到他们停留在了最新款的天蓝色奥迪 A4 的前面。他走了过去。

徐：“各位好！怎么样，这么好的天，来看看车？”

拿手机的男士：“对呀，这款是新到的吧？”

徐：“是的，最近走得不错，而且全新上市的 A4 都是德国组装的。”

3 个人看看车，又看着徐承先。

徐接着说：“国内在轿车上几乎还没有采用全时四驱的技术，奥迪 A4 已经采用了这个技术，3.0 的发动机排量动力充足，还配有天窗，手自一体化的变速箱，有最新功能的电子致动稳定系统……”

拿手机的男士打断了许的话：“好好，谢谢，我们就是简单地看看，先这样，我们改日再来。”

徐承先：“要不，我给你们安排一次试驾，有机会体验真正的驾乘感受。”徐知道，客户通常会有这个反应。但是，在销售培训时，讲师强调过不要轻易放弃客户，要争取留住客户，因此，他想多一点努力。

仍然是拿手机的男士说：“不了，谢谢，我们改日再来。”

徐无言，只好看着这 3 个看上去非常好的潜在客户走出了展厅。

分析：在车行，这样的场景太常见了，这样的对话太正常了，这样离开的客户也太多了。徐承先有什么错误吗？这 3 个客户真正的购买意向到底如何？我们不防看看这 3 个客户离开车行后的对话。

拿手机的男士叫张东明，另外一个男士叫万海，女士叫方小昕，是万海的妻子，张东明是万海的秘书，万海是一家私人公司的老总。他们走出车行后的对话如下：

张东明：“万总，您看今天。”

万海：“车是不错，我不怎么懂，还是您看吧。”

方晓昕：“小张，那个销售员，叫什么？”

张东明：“哦，他没有说叫什么。”

方晓昕：“反正，我都没听懂，万总的意思还是您定。”

张东明：“要不这样吧，不远处还有一个车行，咱们去那里看看如何？”

分析：虽然，万总给了张东明一定的授权，由张东明来决定购买的车型以及型号，但是，张自己在决定这样一个贵重物品的购买时，还是相当谨慎，毕竟，将来是万总和他太太经常使用这款车。可是，万总是不会去过问车怎么样的，即使内心关心，一般也不会主动询问。而方晓昕也是一个外行，是不懂车的，如果真的自己拿了主意，日后万一有什么不妥当的地方，自己是承受不了这个责任的。虽然车是好车，但是，还是应该有机会让这两个真正出钱的人充分了解了再做决定。正是这个思考，导致张东明不会坚持自己做主，他还是要尽量让万总事先充分了解了以后再决定。万总是怎么想的呢？万总内心很关心新车，毕竟将来自己开的时候也比较多，但是，又不太愿意自己来问，况且对于买车的过程也不熟悉，所以表现出来就是比较含蓄和内向。至于方晓昕，不过是一个次要角色，她会发表自己的意见，但是，却不会去做任何决定，不过是随万总的意思来定。

（2）智取客户

恰好，不远处还有一个奥迪的经销商，张东明开着自己的捷达，3个人来到了另外一家奥迪经销商的车行。

李力涛是工作将近一年的汽车销售人员，在万总、张东明以及方晓昕走进他的车行的时候，他最初的判断与前一个车行的徐承先的判断基本一致，这3位一定是很好的潜在客户，所以，这3个人刚走进车行，他就主动迎接他们。

李力涛：“三位下午好！我是这里的销售顾问，李力涛。叫我小李就可以了。三位到这里还好找吧？”

张东明：“还可以。”

李力涛：“您好！这是我的名片，您贵姓？”

张东明：“我姓张，这是我们万总，这是方女士。”

李力涛：“万总好，方女士好，这是我的名片。奥迪车有好多不同的款式，各有千秋，需要我介绍什么吗？”

张东明：“我们考虑买一款比较现代、安全性能好的车。”

李力涛：“是啊，现在的车还真要注意安全。请问您现在开的什么车？”

张东明：“噢，现在的车不行了，就是代步用的，捷达。”

李力涛：“捷达可是不错的车了，皮实，耐用，您当时选车还真有远见。那您现在考虑换一款，主要是什么用途呢？不会是简单的代步了吧？”

张东明：“其实是我们万总要用的车，公司成长比较快，业务好，接触的客户也比

较有规模，总是用捷达不符合公司的规模了。”

李力涛：“噢，恭喜呀！生意发达当然要配上好一点的车了。不知道将来是万总您开这个车，还是方女士也有可能开？”

万总：“我也会开，小张会经常用车，噢，有的时候，我太太也要开的。”

李力涛：“噢，这样。所以，在选车的时候，可能要注意车的操纵是否灵活，最好不要手动档了吧？”

方小昕：“说得太对了，最好别是手动档，开车太累了。”

李力涛：“是呀，那您看，您最关注车的什么情况呢？”

方小昕：“我觉得首先要容易驾驶，最好安全性能好。”

李力涛：“您驾驶汽车有多久了？”

方小昕：“拿执照都一年多了，可是没开几次。”

李力涛：“我想，张先生驾龄肯定比较长了。您觉得选一款车要关注什么呢？”

张东明：“要是自己开，操纵性肯定是要注意的，尤其万总开的时候，还总是思考公司的一些事，所以，容易驾驶肯定是关键，当然，刚才方女士也说了，安全不能忽视。另外，我觉得，这个车要是开起来，现在路况都不是很好，弯路也很多，如果车的性能好，对路况的要求就不那么高了，即使路况条件差一点，驾驶和乘坐也不会有太明显的感觉。”

李力涛：“太对了。如果真要考虑，操纵性，安全性以及要有品牌、有气派，外观还要好，这可是真要好好挑一款。”

万总：“我们的意思呢，还是看中了奥迪，关键是奥迪这么多型号，我们也不是很清楚这些技术指标对我们有什么意义。”

李力涛：“很多来我们车行的客人都有类似的想法。比如操纵的灵活性，主要看方向盘是否有助力，转弯时是否有特殊的技术避免甩尾，是否有四轮驱动。”

张东明：“我知道奥迪现在有四轮驱动的轿车了。”

李力涛：“是的，A4 的 3.0 就是轿车中的四驱。一般车辆的安全性主要看是否有刹车的防止抱死装置，以及这些装置是否灵活，是否可以在刹车是确保车身平衡，这些都是安全指标。至于车款是否大方，得体，体现公司的档次，那要看是否是品牌车。”

万总：“奥迪肯定没有问题，关键呀，小李，你看什么型号适合我们？”

李力涛：“可能张先生有经验了，不同的型号除了价格不同外，主要就是质量以及可以选择的不同功能有所差别。当然，如果我来推荐的话，还是刚才我说的那款有四驱的轿车符合您的要求，就是 3.0 的 A4。”

张东明：“你说得是不是就那台？”

李力涛边说，边与 3 位顾客走到样车旁，并主动拉开车门：“万总，您坐一下，感受一下。方女士，您可以乘坐一下后座。张先生，您要不要看看发动机的情况？”

张东明：“不用了，主要是老板满意，就没有什么问题。对了，这款车的价位如何？”

李力涛：“现在这款车的价位还是比较高的，我们也要求厂家能否降一降，可是根本就没有什么空间，让我们也没有什么赚的。这款 3.0 四驱的 A4，价位是 47 万 8 千。”

方小昕：“后面还是很舒服的，这么贵？”

李力涛：“厂家也跟我们解释了多次，现在这款车是刚上市的，而且都是德国原装的，就当国产车卖的，价位是高一些，如果有可能等的话，我估计明年全部国产化以后，有可能降一些，不过可能降得也不多。您等用车着急吗？”

万总：“当然，早拿到更好了。”

李力涛：“这款车，昨天走了 3 台，今天早晨经理开会时会还说，今天要是也走 3 台，明天就没有车了，下次要半个月以后了。您喜欢什么颜色的？”

万总从驾驶室出来：“颜色嘛，看小方的，你喜欢什么颜色的？”

方小昕：“我就喜欢这个蓝色的。小张，你说呢？”

张东明：“蓝色是不错，看上去很明亮。”

李力涛：“怎么现在喜欢这款蓝色的人还真多，就是蓝色的走得好。您是现款购车，还是我们协助您办理银行贷款手续？”

张东明：“我们肯定是现款，看万总，您还有什么问题？”

万总：“这样吧，我们回去再商量一下，这里有你的名片，小张回头与你联系。”

李力涛：“好的，万总能给我一张您的名片吗？”

万总：“小张，你也给他一个我的名片，你也留一个给他。”

张东明递了两张名片，说：“要不，你也留一款蓝色的，3.0 的，有天窗的这款，我今天下班给你一个电话。”

李力涛：“好的，3 位慢走。您看，我们就顾着说话，连水都没有给您上。”

万总：“不用客气，最后给我们挑一款好车就行了。”

李力涛：“没问题，放心吧。”

三人离开了展厅，李力涛心里清楚，这个客户肯定拿下了。真的吗？让我们来听听 3 位客人离开展厅以后的对话。

张东明：“万总，您看这个销售员还不错吧。”

万总：“比前面那个好。还是很有经验的，你看这个车怎么样？”

张东明：“其实，咱们也是开始就看上了奥迪，尤其这个 A4 是全新上市的，的确不错。”

方晓昕：“第一批还是德国原装。”

张东明：“是呀，要不走得快呢。”

万总：“要不，你看就订了吧，回去你问一下财务，这个星期就把车开回来。”

张东明：“哟，刚才好像他说半个月以后才有车呀。”

方晓昕：“他说昨天走了 3 台，今天还有。”

张东明：“万总，这样，我出来的时候告诉小李了，让他给留一台，我估计应该有，我

来确定吧。”

思考题

- 1、 徐承先失败在哪些地方？
- 2、 李力涛成功在哪里？
- 3、 如果是你还将怎样做得更好？

参考书：

- 1、 吴健安. 现代推销理论与技巧. 高等教育出版社. 2005 年
- 2、 张 英. 推销与谈判. 同济大学出版社. 2003 年
- 3、 推销原理与技巧. 侯铁珊. 大连理工大学出版社. 1999 年
- 4、 杭忠东. 优秀推销员实用教程. 社会科学文献出版社 2006 年
5. 孙奇. 推销学全书. 北京. 中国长安出版社。2003
- 6、 刘文广. 现代推销技术. 北京. 中国财政经济出版社. 2000
- 7、 吴之为. 现代推销学. 大 . 东北财经大学出版社. 2000
- 8、 李桂荣. 现代销售学. 广东. 中山大学出版社. 1998
- 9、 熊银解. 销售管理. 北京. 高等教育出版社. 2003