

优秀营销人员成功秘诀探讨

王菊萍

(西昌学院 经济管理系, 四川 西昌 615013)

【摘要】随着我国市场经济的发展壮大,营销工作对许多营销专业和非营销专业的大学毕业生越来越富有挑战性和吸引力。那么,如何使自己成为优秀的营销人员呢?本文将对优秀营销人员的必备素质进行探讨分析。

【关键词】营销人员;素质

【中图分类号】F713.50 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1673-1883(2005)03-0077-04

随着我国市场经济的发展壮大,营销工作对许多营销专业和非营销专业的大学毕业生越来越富有挑战性和吸引力。一方面,营销工作会为大学毕业生提供相对宽松和富有弹性的工作环境。另一方面,有调查资料显示:企业高级管理人员中有三分之一的来自营销第一线,有从事产品推销的经历。所以,取得良好的营销业绩是希望从事营销工作的大学毕业生的职业生涯中非常关键的一步。那么,如何使自己成为优秀的营销人员呢?其成功之道如何?本文试图进行以下探讨:

一、形象是走向成功的第一步

对于从事销售工作的人来说他最大的形象设计就是衣服穿着,因此他的衣服穿着应与销售人员所做的工作相匹配。在穿着上需要注意以下方面:

(一)在着装风格上要考虑年龄、时令、档次、配饰意义等因素

在年龄上,年轻的销售人员,一般来讲应该穿着清雅、朴素,使人看起来稳重踏实,如果是个性不太活泼的年轻人则可以穿得花俏一些,以弥补性格方面的缺失;而中年销售人员,服装的颜色和款式可以新颖一点,如果显得朴素的话,则可佩戴别致的领带或穿件时髦的衬衫弥补。

在时令上,夏天穿淡色,冬天穿深色。

在服装的档次上,销售人员要避免穿高级服饰,那样会太过显眼。顾客可能会认为一个普通的销售人员都穿得这么高级,那他所销售的产品一定很

赚钱,价格也一定定得不合理。但是销售人员也不能老穿同一套衣服去拜访客户,那会显得太寒碜。对于销售人员来说,衣服是很重要的销售工具,应根据不同需要备几套衣服,经常更换,给人一种新鲜感。

在配饰上,销售人员不要配戴一些代表个人身份或宗教信仰的标记(如社团徽章、宗教标记等),除非销售人员十分准确地知道自己所要拜访的对象与自己具有同一种身份或信仰。不要配戴太多的装饰品或配件。但是可以配戴某一种能代表公司的标记,或者穿上与产品印象相符合的衣服,使客户加深对本公司和产品的印象。

另外,我们知道西服是销售人员最常穿着的服装,在穿着中以下几个细节尤其值得注意。

(二)着装三点

领带是人们议论的关键部分。对于男性来说,它是最能发挥的一部分,到客户那里去访问,人们会斜着眼睛看你的领带,并透过你所打的领带来推测你的兴趣、爱好,进而推测你人品如何。销售人员的领带既不需要别出心裁,也不要为了朴素而过于平淡,那么,该如何选择呢?在挑选领带时,首先要听听女性的意见,然后根据自己的年龄、性格以及工作等各个方面加以考虑、选择。

皮鞋看起来不起眼,却是表现一个人精力是否充沛的重要部分,销售人员所穿的皮鞋应特别讲究,千万不要穿一双不像样的皮鞋就大大咧咧地去访问客户。皮鞋走了样、后跟磨偏了、鞋面起皱等就不能再穿了,不然的话,会给人一种可怜、落魄的感觉。在公司里最好预备一双像样的皮鞋,专为出差时穿。

收稿日期 2005-03-25

作者简介:王菊萍(1968—),女,副教授。主要从事管理学、技术经济学的教学与研究。

衬衣与裤子也是不可忽略的,衬衣的领子和袖口容易脏,而且很明显,弄不好最容易给人不讲卫生的感觉。因此,最好准备一件衬衣放在公司,以备替换。裤子如果满是皱折就不能再穿了,要养成每晚检查的习惯,因为早上时间紧迫,容易慌慌张张、丢三落四。

除了在穿着上注意这些问题之外,我们还可以通过修饰仪容来提升自己的形象。修饰仪容要以重中庸、大方为原则。照照镜子,面对自己的影像,仔细观察端详,针对自己的仪容特点,做出修饰计划并付诸行动。仪容修饰重点是发式与配饰。

(三) 发式与配饰

男性销售人员的头发不可太长,也不可太短,发型不要太新潮,也不要太老式,比如平头或光头;头油和香水要少用或不用,胡子要挂刮干净,鬓角要剪齐。

女性销售人员的发型也以中庸为原则,不要梳理过高的发髻和其他形状怪异的发型;头饰、耳饰、项链不可华丽,因为珠光宝气会使人觉得俗不可耐;眉毛、睫毛的画描,脂粉、口红、香水的施用,总以淡雅清香为宜,切不可浓装艳抹,香气袭人,这样会使客户望而却步,生意当然也谈不上了。

另外,切记不要戴墨镜和变色镜,因为与顾客交谈时,只有让客户看得见销售人员的眼睛,顾客才能相信你的言行。

二、提交交际能力,成为沟通能手

除了注重形象之外,优秀的销售人员还需要培养一定的沟通技能,良好的形象能产生较好的首因效应,高水平的沟通技能则可以将这美好的第一印象转化为购买行为。要成为沟通高手需要注意以下问题:

(一) 说话不单纯是为了表达

我们经常都在说这句话:顾客是上帝,在与顾客交流的过程中更应该切记这句话,我们是在与上帝交谈,必须有诚意又热情洋溢。营销人员不是播音员,播音员进行新闻广播时,不带主观意识,不带个人感情,只是平实客观地述说,这是职业的要求,但销售人员就不同了,一般来说,带感情说话是至关重要的。说话没有抑扬顿挫或不带感情时,听起来不但无聊乏味,而且使人感觉到说话的人是位性格冷酷的人。与顾客交谈,不管是聊天还是商业谈判,都要

有感情,这样才会有效果。不过,除非聊天,在一般的情况下,尤其商业谈判时,必须抑制自己愤怒和悲伤的情绪。

(二) 说的时候要听

通常会说话的人都是会听话的人,洗耳恭听的人是最会说话的人。但是,在日常交谈中,要做到会听是相当困难的。听比说更容易引起疲劳,因为这要求脑力的投入,要集中全面注意力。我们说话的速度是平均每分钟150个词汇,而倾听的能力则是每分钟可接受将近1000个词汇,二者之间的差异显然使我们的的大脑有足够的时间神游四方,即我们在听的时候经常走神!同样的道理,你要让顾客听你的营销长篇大论也是很困难的。但是你如果努力做到洗耳恭听,就可能使交易成功。当顾客长篇大论时,就是你成功到来的有利时机。特别是对于喜欢说话的顾客,当你关注、倾听对方的谈话时,他就会满面笑容,高兴得不得了。对方在结束话题时,紧接着就可能说:“就这么决定了,我们订合约吧。”即使不签定合约,他也很高兴地等待着你的下次来访。所以营销人员在与顾客交往中特别要注意这些细节:学会倾听顾客的说话,做一个好听众;必要时表示认同,赞赏顾客的见解;不断点头示意你在接受顾客的信息。

(三) 恭维要有艺术

有时候恭维别人算是一种美德,但不要说些言不由衷的话,只要用辞得体或是发自内心的,对方听了一定非常高兴。但是,露骨的恭维话会使双方感到不愉快,而逢迎拍马的人也往往被人看不起。对于顾客只要是措辞得体的恭维就可以大胆地说,比如顾客的容貌、体格、性格、人品、兴趣以及爱好等等;此外还可以恭维对方家里的人;对方公司的职员;店铺的布置、装饰;对方公司的发展等等都可以。最后当场的感觉更值得恭维,这样一来不但气氛会变得活泼,而且会谈也会顺利地进行。

(四) 话题要丰富

到顾客那里去访问,首先从聊天入手,然后再进入正题。身为销售人员,聊天是工作的一个重要部分,为此,应事先准备各种不同的话题。营销人员可以通过报纸杂志、电视剧、电视新闻来收集有趣的新闻、体育比赛的内容和结果。还可以阅读一些能扩大知识层面的书籍来丰富话题,提高谈话水平。

(五) 不要使用难懂的语言

有的人喜欢说一些难懂的话,用一些生僻、文绉绉的字眼,显得自己很有学问;有的人故意使用一些

对方听不懂的成语典故,还误以为对方会觉得自己说话简洁、口齿清晰、很有学问。实际的结果是容易让对方产生反感。但是,有一种情况例外,如果对方个性很强,对一些难懂的话又能立刻明白,那么他可能会感兴趣。有些时候需要用一些不常用的词汇,估计对方可能听不懂,这时要尽量不要伤害对方的自尊心,用较温和的方式表达。

(六) 必须克服的语病

作为销售人员,说话啰嗦是不够格的,应该彻底地纠正过来。有的人在说话过程中相同的词汇反复的使用,时间久了,不知不觉就成为语病。口头语最多的是“嗯、这个、等等”另外还有一些听起来强硬、刺耳的口头语“所以、总而言之、尤其是、可是、也是、绝对、必须、不、岂有此理”。这些口头语反复使用很容易引起对方的反感。在交谈中销售人员可以选择一些肯定对方意见的口头语来避开对方的反感情绪,比如“是啊、的确是那么回事”等就容易被对方接受。

三、制作引起顾客兴趣的销售道具,提交销售率

销售道具包括:产品目录,产品样本,宣传杂志,以及印有商标、标语的小礼品,客户卡片,名片等。

产品目录,产品样本,宣传杂志能够使相关信息更加具体,信息保留的时间也较长;小礼品让顾客感受比较亲切;名片是非常重要的销售工具。汽车销售大王乔·吉拉德,曾说:“如果有一天我只能选择一种销售工具的话,最可能选择的是名片卡。”在名片设计上花点工夫,使自己的名片看起来很独特,这容易给顾客留下较深刻的印象。大凡成功的销售人员,他们的名片都有与众不同之处。

营销工作本身还具有复杂性和曲折性特征,营销人员经常面对持续的工作压力和挫折,这就需要营销人员经常进行自我心理调剂。

四、遵循心理调节的原则,优化心理素质

(一) 培养积极的人生观

人生观是决定人生方向的主要因素。一些研究成功规律的学者发现:人的信念与结果有很大的联系,即“结果决定于行为,行为决定于态度,态度决定于信念,信念决定于自我期望。人们内心有了什么样

的期望,就可能选择什么样的信念,接着就会有有了什么样的处事态度以及什么样的行为。积极的思维心态可能得到积极的结果,消极的思维者只能得到消极的结果。有什么样的思考问题的方式,就会有怎么样的人生。在你的心目中,你认为自己是什么,你就是什么。如果你认为自己是一个平平淡淡的人你的结果就真的平平淡淡。如果你认为自己注定是一个不平凡的人,你的结果常常能成就一番大事业。

(二) 乐观

人生有的时候是在逆境当中,这时非常需要乐观,乐观是积极人生观的表现。从第一点原则中我们了解到思维是按照这样的轨迹发展的:期望,信念,态度,行为,结果。乐观能使营销人员拥有美好的期望,坚定的信念,积极的态度,正确的行为方式,最后得到希望的结果。著名的心理学家艾利斯有一个著名的“ABC情绪理论”,他认为人的情绪主要根源于自己的信念以及他对生活情景的评价与解释的不同。即事情的前因(Antecedent),透过当事者对该事情评价与解释,以及对该事的信念(Belief)这个桥梁,最终才决定产生什么样的结果(Consequence)。这个原理验证了叔本华的话:事物的本身并不影响人,人们只受对事物看法的影响。

(三) 坚忍

失败是成功之母,在抵达目的前,对一切都要坚韧。坚信事业必定成功,这就是营销人员的精神支柱。即使在达成的道路上会碰到许多艰难曲折,只要有了坚韧的精神,任何难关都是不难闯过的。著名的电影演员维斯·史泰龙在其成名拍第一部电影之前,曾被拒绝1850次;肯德基老板山得士上校65岁开始创业,发明了一种炸鸡秘方,推销炸鸡秘方时被拒绝了1029次,最后被逼无奈,只好自己创业。如果他们沒有坚持,也就没有后来的成功。

(四) 善于调剂

营销工作本身具有复杂性和曲折性的特征,进行必要的自我调剂,能让营销人员更好地面对持续的工作压力和挫折。营销人员经常需要抽时间独自静坐、放松,体育锻炼,整理情绪,或者旅行散心。如果觉得心理压力过大难以承受,则需要向专业人士求助,比如接受心理辅导。当学会了释放自己的压力,销售人员也就能做一个真正健康、成功而快乐的人。

(五) 自我激励

就是要有雄心壮志和奋斗目标,自我激励的原则主要是理想目标的实现。

自我激励所带来的力量是外人无法给予的,自我激励的内容包含5 个方面的内容:

培养工作的勇气:勇气十足,是做好营销工作的关键,如果缺乏勇气,甚至恐惧缠身,自然斗志尽失。勇气来自于热忱,源自无所畏惧的精神、工作的彻底性和合理性。

树立必胜的信心:信心百倍,是做好每一项工作的先决条件,如果顾虑重重、缺乏信心,就容易产生恐惧心理和畏难情绪,工作斗志也就无从谈起。

正确对待失败教训:失败是成功之母,成功者没有坦途捷径可走。从失败中吸取教训,使其成为自己的财富,经验的日积月累,有朝一日就会转化为成功。珍惜失败,活用教训,从头来过,是所有成功者共同的信念。

铲除自卑心理:充分认识自己独有的长处,扬长

避短;同时虚心向他人学习,善于吸收别人的长处,自觉磨砺,必然会发挥出自身的潜力。

经常奖赏自己:工作中每一次取得成功的时候都应该适当地奖励一下自己,自我鼓励,希望下一次做得更好、更出色。

总之,一位受过良好训练的营销人员应具有下面6种特性:

称职:该雇员应具有所需要的各种知识和技术;诚实:该雇员应该是可以信赖的;可靠:该雇员应始终如一、准确无误地完成其本职工作;负责:对顾客的要求和困难能迅速作出反应;沟通:该雇员应尽力去了解顾客,并将有关信息准确地传达给顾客;谦恭:友好,能尊重人,并善于体谅别人。

如果一位营销人员具备了这6种特性,他已经为自己将成为优秀的营销人员做好了充分的准备!

参考文献:

[1]傅浙铭. 营销学精要[M]. 海天出版社, 2000.
[2]林宁. 营销人员心理素质提升术[M]. 广东经济出版社, 2001.
[3]姚常晓. 销售训练[M]. 北京工业大学出版社, 2002.
致谢:本文在写作过程中到了文兴斌副教授的大力指导,在此深表谢意!

On the Quality of an Excellent Marketing Talent

WANG Ju-ping

(Department of Economic Management, Xichang College, Xichang, Sichuan 615013)

Abstract: With the development of our country's market economy, marketing job becomes more and more challenging and attractive to college graduates majoring in marketing and non-marketing programs. Then how to make yourself an excellent marketing personnel? This paper will make a probe into the quality of an excellent talent.

Key words: Marketing Personnel; Qualities