

新進人員業務訓練(一)

客戶盤點：

何謂客戶盤點：簡單的說就是把前一位業務人員交給你的客戶名單重新清查一次。

這麼做有何好處：1.可以讓你立即進入業務狀況。2.你可以馬上瞭解上級交付的業績目標與實際客戶盤點後的常態業績間的達成系數。3.你的時間管理與行程方向立即有了準則。

說的比做的容易，我聽你再放屁：現在你的心理一定怎麼想，一個客戶盤點能有這麼多好處你騙誰呀！好；我現在就用圖表來告知你.....

客戶盤點表

客戶名稱：_____

負責人：_____

住址：_____ 電話：_____ Fax：_____

月份	一	二	三	四	五	六月.....十二月	小計	平均值	
年度別	月	月	月	月	月				
年實績								元/月	
年實績								元/月	
年實績								元/月	
本年預估業績									
台數		一	二	三	四	五	六月.....十二月	小計	平均值
機種	價格	月	月	月	月	月			
									台/月
									台/月
									台/月
									台/月
小計								客戶等級	級

現在由上表我們可以盤點出一家客戶他佔你個人銷售比率的多寡→這就是有何好處的第一點【可以讓你立即進入業務狀況】，然後把所有盤點過後的客戶依據資料填入下列表格內。那麼有何好處的第二點【你可以馬上瞭解上級交付的業績目標與實際客戶盤點後的常態業績間的達成系數】就可以很明顯的顯示出來，不信：你可以依下表得到驗證：

個人銷售預估表

銷售預估月份：_____年_____月 預估區域：_____

營業目標：_____萬 預估人員：_____

銷售 機種	預估 價格	數量	客戶名稱					小計	備註欄

小計								
與盤點後資料比率								

到這裡你有沒有比較明白了！我想你應該會反駁我如果將所有客戶的資料都統計出來了可是就是與業績目標相差太遠....那又該如何？其實；針對這個問題我斬釘截鐵的告訴你只有三種方法→ 1.開發新客戶。 2.通路深耕。 3.好好運用公司所賦予的各種權限與促銷辦法。現在我想你一定會要求我解釋一下三種方法？好；我現在就解釋給你聽

1.開發新客戶：由字面上的解釋就可以明白了。問題是要開發多少新客戶才好，其實 這是沒有一定的準則，對於業務而言永遠都在玩米苔策略有好的客戶也有壞的客戶，有成長的客戶也有衰退的客戶。對於客戶而言他們也一樣在玩米苔策略有好的供應商也有壞的供應商，有成長的供應商也有衰退的供應商。如

何取得這中間的供需平衡就端在於雙方所創造的利潤是否協調、雙方所秉持的理念是否一致、雙方對於市場的未來性與變化性是否能夠互動與瞭解。

2.通路深耕：所謂通路深耕就是『在已經即有的通路上予以發揚光大創造更高的業績』，對於已經盤點過後的客戶而言誰最能夠有條件深耕的相信你應該可以從客戶的平均業績中瞭解，我以客戶的盤點平均業績來區分可以得到下面四個情況：

成長型：a.小心該公司倒帳發生(是否為不正常之出貨) b.觀察該公司是否有跟著成長 c.如果(a)不成立，則密切與其配合避免其他競爭者進入。

衰退型：a.該公司是否準備結束營業 b.是否我們與該公司配合的程度有問題 c.是否我們的競爭者已掌握了該公司 d.如果(a)不成立，則該去瞭解問題所在多去關心客戶，重新培養以免失去客戶。

常態型：a.此為正常交易之客戶 b.利用公司所能提供之任何誘因加以刺激，以利提升業績 c.加強產品種類的佔有率。

淘汰型：a.瞭解該公司營運狀況 b.是否我們與該公司配合的程度有問題 c.如果(a)(b)均不成立，則列入淘汰客戶群，避免浪費資源。

現在你是否更加瞭解通路深耕，如果用一句簡單的話來表達就是：找出誰最能夠有條件做通路深耕的客戶然後加以經營即可。

3.好好運用公司所賦予的各種權限與促銷辦法：

好！現在你也已經瞭解 1.開發新客戶。 2.通路深耕的方法了現在我們就來談談何謂 3.好好運用公司所賦予的各種權限與促銷辦法。→簡單的說就是**如何運用商品的組合或特性來產生業績的方法。**

要開發新客戶、通路深耕、運用公司所賦予的各種權限與促銷辦法，當然就是需要產品來做引爆了！現在我們就來談談銷售機種也就是產品或商品？

銷售機種：

經過了客戶盤點以後你將另外再產生一種圖形，那就是產品象限或銷售機種區塊，如下：

毛利%↑

問題產品區域：

優良產品區域：

須降價或使用誘因加以促銷的產品區域	公司獲利來源與競爭者強力介入的產品區域
沒有價值區域：	保持業績區域：
須淘汰舊機種以新產品取代的沒有價值產品區域	一般而言是介入市場導引線的產品區域

數量 →

由上述的圖表你得到了甚麼樣的信息：

- 1.可以瞭解你的客戶需要甚麼樣的價格買你甚麼樣的產品和機種對你的客戶而言是最有利的，同時也是你利用該機種或產品與價格來帶動其他商品進入你客戶的市場最主要的導引線。
- 2.由上述瞭解你的客戶以後，你才能為你的客戶設計一套有良好誘因的計劃商品以擴充業績量，達到實質效果。也就是說：幫自己規劃通路深耕中的產品線。

新進人員業務訓練(二)

時間管理：

何謂時間管理：簡單的說就是將自己的時間做有計劃的運用。

這麼做有何好處：1.可以讓你的業務行程與行動方向立即有了準則。2.你可以充分的運用時間來管理自己的客戶。3.可以減少不必要的瑣事。

真的嗎？我有一點懷疑：現在你的心理一定怎麼想，一個時間管理能有這麼多好處你騙誰呀！好；我現在就用圖表來告知你.....

___月計劃表

編號	週	第一週				第二週	第三週	第四週	第五週
	日								

身體語言的藝術：

佛洛伊德的著作中認為，所有的行為都是有意義的。此說不論正確與否，可以確定的是：所有行為的意義都是由局外人來指定的。

商場上有一句話是這麼說的：【從一個人的身體語言中可以瞭解對方想告訴你甚麼、從看一個人的眼睛可以瞭解對方的個性、從講話的方式可以判斷一個人的性格。】

你現在一定有疑問為什麼這也是新進業務人員的訓練課程之一！因為：業務的工作是一種人際關係相處的藝術，如果以心理學的角度來看是一種需求的理論，如果你想要瞭解客戶的心理當然這就是必修的課程了。

為什麼這麼說你可以由以下去應證：

* 從接觸的握手中去瞭解對方

- **鬆弛的握手**：表示個人的虛弱與敷衍。
- **牢固的握手**：顯示更大的個人強度以及更多的溫暖與喜悅，如果可以不妨把你的左手再放再對方的右手上面，再次顯示更大的個人強度以及更多的溫暖與喜悅。

* 從姿勢中去瞭解對方

- **雙手交叉、交疊著雙腳或雙腿並攏的太緊**：這些都是封閉式的姿勢，顯示著對方緊張的情緒或說是防禦的反射，也表示沒有興趣和別人交往或說是等待一個切入的主題。
- **雙手不交叉、雙腿交疊而方向指向對方或微微張開**：這些都是開放式的姿勢，這些姿態可以被理解成對方精神放鬆而且願意和別人溝通。
- **身體向前傾斜**：表示對方對於你的話題或產品有了興趣。
- **身體向後傾斜**：表示對方對於你的話題或產品失去了興趣。

▪ **牢固的握手**：顯示更大的個人強度以及更多的溫暖與喜悅（如果可以建議你不妨把你的左手再放在他的右手上）。

▪ **鬆弛的握手**：顯示個人的虛弱與敷衍。

* 看眼睛瞭解人的個性

- **眼珠轉動快速**：第六感敏銳，直覺快速能看穿人心，所以反應快；反之，容易受人影響。這種人特立獨行，情緒化的性格。
- **眼珠轉動遲緩**：身體五官感覺遲鈍，感情起伏少的性格，不受他人影響，過自己的生活方式沒有協調。
- **目光閃爍不定的人**：缺少對事情深思的能力，浮躁的衝動派，不被信任，有撒謊的傾向。
- **目光著點不定的人**：精神不安定的狀態，在內心深處有怨懟之氣，心情不穩定且焦躁不安。
- **忙著眨眼**：感受性強人一倍，神經質的個性，容易緊張的類型。經常焦慮精神過度疲勞，身體狀況不佳。這種人頭腦清晰有能力，但黏著力及忍耐力不足。
- **眼睛往上吊**：心裡藏著不可告人的秘密，有意識的誇事實，性格消極，不敢正視對方。
- **眼睛往下垂**：有輕蔑對方之意，要不然就是不關心對方的情形。個性冷森，本質上只為自己設想，是任性的人。

* 從講話方式判斷性格

- **大聲講話的人**：活潑明朗的性格，講話不虛假，人品正直。像這種人，不可思議的運勢強，領導力及責任感兼具，是值得信賴的人。

- **小聲講話的人：**若不是性格上氣度小，要不然就是擅於謀略。喜歡竊竊私語的人是小心翼翼，神經質的性格，有某種秘密，口封密實，絕不流露真心的人。
- **講嗲聲嗲氣的人：**有雙重人格的危性，擅於編謊。
- **講話硬梆梆的人：**精神不安定，個性強，獨裁權威的性格。不依照他的話做，就會高聲斥厲。
- **講話低沉的人：**生活疲憊，體力衰弱。對工作無法決斷，生命力弱。
- **講話快速的人：**反應快，但易怒的個性。無意義的事，無關緊要的事嘮叨不絕，一意孤行。
- **噉著嘴講話的人：**憤世嫉俗，不平不滿，愛嘮叨，愚癡的性格。不能替他人著想，自私，缺乏反省之心。
- **講話沉穩緩慢的人：**思慮深，具有耐力的性，是打心底可以信賴的人。
- **講話木訥的人：**不擅於講話，但講話予人誠實感，或因木訥之故，反而具有說服力，是能信賴的人。
- **講話口氣像發怒的人：**心地狹小，內向的性格，有些彆扭情緒的怪人為多。自卑感強，沒有社交性，沒有餘裕的心情，笨拙不中用，但本性正直。
- **講話不看對方的人：**若不是害羞不敢看人，要不然就是不講真話，所以不敢正視對方。
- **以大手勢講話的人：**表現力豐富，像演藝人員一般，樂天大方的性格。但自信過剩，喜歡風采。
- **講話頻抖動的人：**精神上焦慮不安，急躁的個性，有浪費癖性，又不懂德賺錢的人。

- **突出下巴講話的人**：不是看不起對方，就是講自己得意的事，常常自鳴得意，得意忘形。
- **摸著下巴講話的人**：過於自信，而有傲慢之氣的人，有輕蔑他人之意陰險惡毒的性格。
- **經常中斷他人講話的人**：易怒反應快，與人講話常常插嘴。因武而斷造成判斷錯誤。不能體貼對方，是輕率、自私的人。

從這些種種的現象去判斷你的客戶，你認為你應該在那裡？你客戶對你的關係在那裡？你與客戶之間的互動性應該在那裡？深思一下吧！

新進人員業務訓練(四)

業務守則：

守則一.如何成為一位受歡迎的 TOP 業務員：

1. **經常保持微笑**：最忌整天板著臉孔，好像大家都欠你債似的。
2. **遵守禮儀**：能夠遵守一般所奉行的禮儀將有助於增強人們對你的好感，以及你的談判力。
3. **勇於認錯**：如果你有錯，應迅速承認。人生本來就是一場大型的談判，只要是人必定會犯過錯。
4. **避免爭論**：因為以爭論的方法，你永遠得不到滿足，用讓步的方法反而可比所預期的得到更多。
5. **使別人有被尊重的感覺**：根據馬士樓教授的需要理論，人皆有自尊的需求，喜歡被人尊敬。不要當場告訴人他是錯誤的。
6. **謙虛待人**：俗諺云：「愈是成熟的稻穗，頭垂的愈低」謙虛的態度很容易得到人心。

7. **善於傾聽**：傾聽的說服力並不輸於說話。成功的聽者，心胸寬廣能避免蒙蔽，抓住要點使的藏在背後的真意不喚而出。
8. **同情之心不可無**：對於別人的意見及慾望要能體諒。
9. **勿恣意批評**：真誠的盡力由對方的觀點來看事情。葛戀博士在其『教育心理』名著中說；人類普遍追求好的動機，各人心中都有自認為理想家的傾向。
10. **培養幽默感**：幽默感容易化解人際間的尷尬氣氛，自我調侃能夠縮短彼此間的距離。

守則二.新進業務常犯的九大錯誤

1. **過份低估自己的能力**：其實每個人的潛力都是很大的，但還未認清自己之前就先退縮的人，不僅能力無法表現出來，連將潛能發揮出來的機會也被封殺了。要瞭解自己的能力，必先分析自己、認識自己，才能和別人一較長短。能力的根本是源自堅定的個性，透過激烈的競爭學習冒險的精神，加上勤奮的工作與熟練的談判技巧，便能在商場上大顯身手。
2. **過份高估對方的實力**：一般人常犯的毛病是『事先假設對方已經瞭解了自己的弱點』所以臨場時變的畏首畏尾，深怕對方一出手就招架不住。對自己由充分的信心，不管對方以甚麼姿態出現，你都不要高估他，應憑自己理性的觀察和敏銳的判斷力來分辨對方的虛實，也許你的處境比自己想像的還要好些。因為對方所顧忌的也是這一點，若；全靠揣測，則無法客觀的判斷。
3. **常被一些統計數字、規則嚇住了**：通常商場上有些先例和傳統留下來的規則，但千萬不要被這些東西給束縛住了，你可以將他當成是一種挑戰，改變事實，盡量爭取對自己有利的狀況，要知道『任何事情都是可以改變的』，只要你希望改變它就會因此而稍作修正。
4. **常被對方的身份地位嚇到**：談判中有的人一派威嚴，有的人畏畏縮縮，有的人胸有成竹，有的人一付哀兵像，這中間的差距，足以決定這場談判的勝負。但要記住；有的「老鳥」或「專家」只是偽裝的，有的人不見得真有實力，他只是裝出一付行家的樣子唬唬人罷了，因此千萬別讓對方高高在上控制了全局的氣氛，應該有勇氣向權威挑戰，如果自己先灰心「不戰而敗」可要後悔莫及了

5. **時常太早洩漏自己的實力：**太早洩漏自己的實力，猶如向對方揭白旗很難出奇致勝。最好的方法是逐步展示出自己的實力讓雙方加強瞭解，有時間彼此適應和接納對方。對方若覺的你深不可測，多少會心存敬畏，若一眼就看穿底細要翻身就難了。
6. **過份在意己方的損失及過份強調自己的困難：**要知道談判若陷入僵局，則；對雙方都不利，所以在衡量事情的得失上，也要兼顧對方的立場，表現出關心對方，專注於對方問題的企業氣度來解決，你會發現，不論這個商談是大還是小都是對方目標中的主要工作，積極的進行商談，找出絆腳的原因來。
7. **不要假設自己已經瞭解對方的要求，必須耐心的試探和發覺事情的真相：**也不要一開始就接近最後的目標，對自己的期望應該更高一些，永遠不要接受最初的價格，因為對方很可能在你堅持下再做讓步。不管在那一種情況下，太快接受出價總是錯的。
8. **太快接受對方的條件，而輕易讓步：**談判有時可以得到一種成就感，就市一連串的奮鬥而換來對方的讓步。接受對方的讓步時不要感到不好意思或有罪惡感，『商場如戰場』只要雙方都滿意，那麼為己方爭取更大的利益是絕對正確的。
9. **商談之前沒有充分準備，以致於商確過程無法自我控制顯的慌亂不安：**明智的對手窺視出你的不安，他便可以十拿九穩地操控場面，更增加了你的焦慮與挫折感。

守則三.新進業務與客戶溝通上的九大問題

腦筋清楚，口齒伶俐，能說出重點是溝通時必備的因素，但；如果相反則效果一定會大打折扣。以下是新進業務與客戶溝通上的九大問題請參考：

1. **沒有辦法適切的提出某些主題**
問題點：對公司、產品及市場不夠了解
2. **事先不作充分準備以致於臨場無法思考出好的 IDEA**
問題點：沒有主力機種或促銷計劃

3. 不喜歡探查對方的商業情況，以避免別人的閒話

問題點：積極力不夠，不瞭解狀況，沒有做客戶盤點資料

4. 怕多說了反而暴露了自己的弱點

問題點：觀察力不夠，思想不夠敏捷

5. 怕對方窺知自己的無知，所以不願意多問

問題點：自信心不足

6. 曾經想到某些問題，但；因為沒有即時做筆記在討論時又忘記了

問題點：沒有帶筆記或電子計算機或其他輔助工具

7. 無法深入瞭解對方時，寧願獨自冥想而不願發問，以免漏了底

問題點：談判技巧不佳，迂迴力不夠，口才不夠伶俐

8. 一般人只喜歡說話而不喜歡傾聽，所以設計出一些話題，只讓對方傾聽而不讓對方說話

問題點：沒有重點無法瞭解對方，除非你的問題是經過設計的以循序漸進的方

式讓對方無形中透露出一些你需要的答案

9. 缺乏毅力追問答案，總是淺淡而止，怕被人看笑話

問題點：情報收集不全，腦筋不夠清楚，反應力不夠

守則四.銷售情報的收集與預知的方法

銷售情報的收集：

1.收集的資訊與情報要對銷售之決策有所貢獻與價值。

2.收集總體性(Macro)情報→收集情報需有邏輯與順序，應該區分宏觀、中觀、微觀的情報收集。

預知的方法：

3.洞查企業環境(Business Climate)：**1).掌握大趨勢**→企業環境首受政治因素之影響，政府的財政投資態度、減稅以刺激民間購買力、與歐美保護主義的對決、關稅壁壘的交涉等都會深深地影響業界。**2).經濟因素的影響**→對於國民總生產的年度成長狀況與民間個人消費、政府經常支出、政府的總資本形成、住宅投資、設備投資、庫存投資以及進出口的動向等這些經濟因素：其對自己的公司會有何影響？亦需有清楚的認知。**3).技術因素的影響**→例如，光纖的發

明、產業界進入了新媒體時代....今後將會產生甚麼樣的新技術與如何變化等的預測。4).**社會因素的影響**→例如：週休二日以後社會大眾價值觀的改變因而帶動休閒產業的快速成長，相反地，重工業、化工業卻一蹶不振。

4.好好利用政府刊物：政府機關發佈的統計資料。如：

自然環境條件與政治的因素	經濟因素
土地面積、海域面積、海埔新生地、海岸線、機場之興建、政府預算、財政投資融資額、國防費用、社會福利、農業補助、國債發行、土地徵收.....等。	GNP 值、國民總生產毛額之內容、生產產業界之進出口數據、失業率、非生產產業界之銷售數據、股票價格、公司、工廠倒閉率、跳票記錄.....等。
社會因素	技術因素
高齡人口、平均壽命、出生人口、男女比率、就業人口、工作時間、平均年齡、海外旅行人數、高中、大學錄取率、教育程度、職業運動地區活動人數、轉換工作人口、犯罪比率、男女未婚率.....等。	電子、新材料、生化、半導體市場規模、半導體之世界佔有率、網際網路之發展、電子商務時代的來臨、作業系統的改變、CPU的變動、太空科技的進步、子彈列車速度的改進.....等。

5.企業內資料為情報之寶庫：其實公司內部常常有許多可供利用的寶貴資料，只是你沒想到好好地去利用它，如；【產品種類別銷售實績】【期間別銷售額】【地區別銷售額】【客戶別銷售額】【交易條件別銷售實績】【產品組合】【季節變動指數】【市場佔有率】【客戶群別資料】【銷售效率】【交易條件別之收益性比較】【銷售路線選擇之尺度】.....等。

6.構築探聽調查網：情報不僅是來自於印刷物或企業內資料，有許多是用耳朵聽到的。因此得好好利用耳朵打聽的管道。譬如：從材料供應商可不知不覺間打聽到同業的實情、從同業的內部月刊，可以略知其營業政策與銷售方法、從客戶處，可大聽業界需求的動向.....等。

守則五.業務區別

生意場上有句話說的好『成功的人是講方法，只有失敗的人講理由』因此；一位成功的 TOP-SALES 與一位失敗的業務員他們之間的差別何在呢？

可由以下來區分：

1.TOP-SALES →一直能發現答案
 失敗的業務員→只是一直能發現問題

2.TOP-SALES →總是提出解決方案
 失敗的業務員→總是找藉口

3.TOP-SALES →說：『我能為你效勞嗎？』
失敗的業務員→說：『這不我的工作！』

4.TOP-SALES →對每個問題都能找到答案
失敗的業務員→對每個答案只能發現問題

5.TOP-SALES →說：『這或許很困難，但可以做到』
失敗的業務員→說：『這或許能做到，但太困難了』

因此想要成為 TOP 的業務員，請你先熟記這些條件，對你的野心及抱負絕對有極大的幫助！

《新進業務與客戶溝通上的九大問題》

腦筋清楚，口齒伶俐，能說出重點是溝通時必備的因素，但；如果相反則效果一定會大打折扣。以下是新進業務與客戶溝通上的九大問題請參考：

1. 沒有辦法適切的提出某些主題

問題點：對公司、產品及市場不夠了解

2. 事先不作充分準備以致於臨場無法思考出好的 IDEA

問題點：沒有主力機種或促銷計劃

3. 不喜歡探查對方的商業情況，以避免別人的閒話

問題點：積極力不夠，不瞭解狀況，沒有做客戶盤點資料

4. 怕多說了反而暴露了自己的弱點

問題點：觀察力不夠，思想不夠敏捷

5. 怕對方窺知自己的無知，所以不願意多問

問題點：自信心不足

6. 曾經想到某些問題，但；因為沒有即時做筆記在討論時又忘記了

問題點：沒有帶筆記或電子計算機或其他輔助工具

7. 無法深入瞭解對方時，寧願獨自冥想而不願發問，以免漏了底

問題點：談判技巧不佳，迂迴力不夠，口才不夠伶俐

8. 一般人只喜歡說話而不喜歡傾聽，所以設計出一些話題，只讓對方傾聽而不讓對方說話

問題點：沒有重點無法瞭解對方，除非你的問題是經過設計的以循序漸進的方

式讓對方無形中透露出一些你需要的答案

9. 缺乏毅力追問答案，總是淺淡而止，怕被人看笑話

問題點：情報收集不全，腦筋不夠清楚，反應力不夠

《新進業務常犯的九大錯誤》

- 1. 過份低估自己的能力：**其實每個人的潛力都是很大的，但還未認清自己之前就先退縮的人，不僅能力無法表現出來，連將潛能發揮出來的機會也被封殺了。要瞭解自己的能力，必先分析自己、認識自己，才能和別人一較長短。能力的根本是源自堅定的個性，透過激烈的競爭學習冒險的精神，加上勤奮的工作與熟練的談判技巧，便能在商場上大顯身手。
- 2. 過份高估對方的實力：**一般人常犯的毛病是『事先假設對方已經瞭解了自己的弱點』所以臨場時變的畏首畏尾，深怕對方一出手就招架不住。對自己由充分的信心，不管對方以甚麼姿態出現，你都不要高估他，應憑自己理性的觀察和敏銳的判斷力來分辨對方的虛實，也許你的處境比自己想像的還要好些。因為對方所顧忌的也是這一點，若；全靠揣測，則無法客觀的判斷。
- 3. 常被一些統計數字、規則嚇住了：**通常商場上有些先例和傳統留下來的規則，但千萬不要被這些東西給束縛住了，你可以將他當成是一種挑戰，改變事實，盡量爭取對自己有利的狀況，要知道『任何事情都是可以改變的』，只要你希望改變它就會因此而稍作修正。
- 4. 常被對方的身份地位嚇到：**談判中有的人一派威嚴，有的人畏畏縮縮，有的人胸有成竹，有的人一付哀兵像，這中間的差距，足以決定這場談判的勝負。但要記住；有的「老鳥」或「專家」只是偽裝的，有的人不見得真有實力，他只是裝出一付行家的樣子唬唬人罷了，因此千萬別讓對方高高在上控制了全局的氣氛，應該有勇氣向權威挑戰，如果自己先灰心「不戰而敗」可要後悔莫及了
- 5. 時常太早洩漏自己的實力：**太早洩漏自己的實力，猶如向對方揭白旗很難出奇致勝。最好的方法是逐步展示出自己的實力讓雙方加強瞭解，有時間彼此適應和接納對方。對方若覺的你深不可測，多少會心存敬畏，若一眼就看穿底細要翻身就難了。
- 6. 過份在意己方的損失及過份強調自己的困難：**要知道談判若陷入僵局，則；對雙方都不利，所以在衡量事情的得失上，也要兼顧對方的立場，表現出關心對方，專注於對方問題的企業氣度來解決，你會發現，

不論這個商談是大還是小都是對方目標中的主要工作，積極的進行商談，找出絆腳的原因來。

7. **不要假設自己已經瞭解對方的要求，必須耐心的試探和發覺事情的真相：**

也不要一開始就接近最後的目標，對自己的期望應該更高一些，永遠不要接受最初的價格，因為對方很可能在你堅持下再做讓步。不管在那一種情況下，太快接受出價總是錯的。

8. **太快接受對方的條件，而輕易讓步：**

談判有時可以得到一種成就感，就市一連串的奮鬥而換來對方的讓步。接受對方的讓步時不要感到不好意思或有罪惡感，『商場如戰場』只要雙方都滿意，那麼為己方爭取更大的利益是絕對正確的。

9. **商談之前沒有充分準備，以致於商確過程無法自我控制顯的慌亂不安：**

明智的對手窺視出你的不安，他便可以十拿九穩地操控場面，更增加了你的焦慮與挫折感。

《新進業務常犯的九大錯誤》

1. **過份低估自己的能力：**

其實每個人的潛力都是很大的，但還未認清自己之前就先退縮的人，不僅能力無法表現出來，連將潛能發揮出來的機會也被封殺了。要瞭解自己的能力，必先分析自己、認識自己，才能和別人一較長短。能力的根本是源自堅定的個性，透過激烈的競爭學習冒險的精神，加上勤奮的工作與熟練的談判技巧，便能在商場上大顯身手。

2. **過份高估對方的實力：**

一般人常犯的毛病是『事先假設對方已經瞭解了自己的弱點』所以臨場時變的畏首畏尾，深怕對方一出手就招架不住。對自己由充分的信心，不管對方以甚麼姿態出現，你都不要高估他，應憑自己理性的觀察和敏銳的判斷力來分辨對方的虛實，也許你的處境比自己想像的還要好些。因為對方所顧忌的也是這一點，若；全靠揣測，則無法客觀的判斷。

3. **常被一些統計數字、規則嚇住了：**

通常商場上有些先例和傳統留下來的規則，但千萬不要被這些東西給束縛住了，你可以將他當成是一種挑戰，改變事實，盡量爭取對自己有利的狀況，要知道『任何事情都是可以改變的』，只要你希望改變它就會因此而稍作修正。

4. **常被對方的身份地位嚇到**：談判中有的人一派威嚴，有的人畏畏縮縮，有的人胸有成竹，有的人一付哀兵像，這中間的差距，足以決定這場談判的勝負。但要記住；有的「老鳥」或「專家」只是偽裝的，有的人不見得真有實力，他只是裝出一付行家的樣子唬唬人罷了，因此千萬別讓對方高高在上控制了全局的氣氛，應該有勇氣向權威挑戰，如果自己先灰心「不戰而敗」可要後悔莫及了
5. **時常太早洩漏自己的實力**：太早洩漏自己的實力，猶如向對方揭白旗很難出奇致勝。最好的方法是逐步展示出自己的實力讓雙方加強瞭解，有時間彼此適應和接納對方。對方若覺的你深不可測，多少會心存敬畏，若一眼就看穿底細要翻身就難了。
6. **過份在意己方的損失及過份強調自己的困難**：要知道談判若陷入僵局，則；對雙方都不利，所以在衡量事情的得失上，也要兼顧對方的立場，表現出關心對方，專注於對方問題的企業氣度來解決，你會發現，不論這個商談是大還是小都是對方目標中的主要工作，積極的進行商談，找出絆腳的原因來。
7. **不要假設自己已經瞭解對方的要求，必須耐心的試探和發覺事情的真相**：也不要一開始就接近最後的目標，對自己的期望應該更高一些，永遠不要接受最初的價格，因為對方很可能在你堅持下再做讓步。不管在那一種情況下，太快接受出價總是錯的。
8. **太快接受對方的條件，而輕易讓步**：談判有時可以得到一種成就感，就市一連串的奮鬥而換來對方的讓步。接受對方的讓步時不要感到不好意思或有罪惡感，『商場如戰場』只要雙方都滿意，那麼為己方爭取更大的利益是絕對正確的。
9. **商談之前沒有充分準備，以致於商確過程無法自我控制顯的慌亂不安**：明智的對手窺視出你的不安，他便可以十拿九穩地操控場面，更增加了你的焦慮與挫折感。

《業務區別》

生意場上有句話說的好『成功的人是講方法，只有失敗的人講理由』因此；一位成功的TOP-SALES與一位失敗的業務員他們之間的差別何在呢？

可由以下來區分：

1. TOP-SALES →一直能發現答案
失敗的業務員→只是一直能發現問題
2. TOP-SALES →總是提出解決方案
失敗的業務員→總是找藉口
3. TOP-SALES →說：『我能為你效勞嗎？』
失敗的業務員→說：『這不我的工作！』
4. TOP-SALES →對每個問題都能找到答案
失敗的業務員→對每個答案只能發現問題
5. TOP-SALES →說：『這或許很困難，但可以做到』
失敗的業務員→說：『這或許能做到，但太困難了』

因此想要成為 TOP 的業務員，請你先熟記這些條件，對你的野心及抱負絕對有極大的幫助！

如何成為一位受歡迎的 TOP 業務員？提供下列十個方法請參考：

1. **經常保持微笑：**最忌整天板著臉孔，好像大家都欠你債似的。
2. **遵守禮儀：**能夠遵守一般所奉行的禮儀將有助於增強人們對你的好感，以及你的談判力。
3. **勇於認錯：**如果你有錯，應迅速承認。人生本來就是一場大型的談判，只要是人必定會犯過錯。
4. **避免爭論：**因為以爭論的方法，你永遠得不到滿足，用讓步的方法反而可比所預期的得到更多。
5. **使別人有被尊重的感覺：**根據馬士樓教授的需要理論，人皆有自尊的需求，喜歡被人尊敬。不要當場告訴人他是錯誤的。
6. **謙虛待人：**俗諺云：『愈是成熟的稻穗，頭垂的愈低』**謙虛的態度很容易得到人心。**
7. **善於傾聽：**傾聽的說服力並不輸於說話。成功的聽者，心胸寬廣能避免蒙蔽，抓住要點使的藏在背後的真意不喚而出。

8. **同情之心不可無**：對於別人的意見及慾望要能體諒。
9. **勿恣意批評**：真誠的盡力由對方的觀點來看事情。葛戀博士在其『教育心理』名著中說；人類普遍追求好的動機，各人心中都有自認為理想家的傾向。
10. **培養幽默感**：幽默感容易化解人際間的尷尬氣氛，自我調侃能夠縮短彼此間的距離。