

# 战斗1

## 一位阿里巴巴销售菜鸟的逆袭

真实记录阿里巴巴铁军代表的成长历程  
还原阿里巴巴万千一线销售的真实状况

张永钢◎著



当代世界出版社

# 战斗1

一位阿里巴巴销售菜鸟的逆袭

张永钢◎著



当代世界出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

战斗.1, 一位阿里巴巴销售菜鸟的逆袭 / 张永钢著.  
—北京: 当代世界出版社, 2015.10  
ISBN 978-7-5090-1051-8

I. ①战… II. ①张… III. ①长篇小说—中国—当代  
IV. ①I247.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 214721 号

---

书 名: 战斗.1, 一位阿里巴巴销售菜鸟的逆袭

出版发行: 当代世界出版社

地 址: 北京市复兴路4号(100860)

网 址: <http://www.worldpress.org.cn>

编务电话: (010) 83908456

发行电话: (010) 83908409

(010) 83908455

(010) 83908377

(010) 83908423 (邮购)

(010) 83908410 (传真)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京毅峰迅捷印刷有限公司

开 本: 710 毫米×1000 毫米 1/16

印 张: 17.5

字 数: 165 千字

版 次: 2015 年 11 月第 1 版

印 次: 2015 年 11 月第 1 次

书 号: ISBN 978-7-5090-1051-8

定 价: 36.00 元

---

如发现印装质量问题, 请与承印厂联系调换。

版权所有, 翻印必究, 未经许可, 不得转载!

## — 推荐序 —

在阿里巴巴历史上，有一支最高峰时达到 5000 人的地面直销团队，由于是向外贸企业推广一款中国供应商产品，而被简称为“中供团队”。中供团队又有三个别称：“阿里奶牛”、“阿里铁军”、“阿里军校”。

“阿里奶牛”，中国供应商是一个让阿里巴巴活下来的产品，也是第一个实现盈利的产品并用这个盈利哺育了阿里巴巴的中小企业内贸产品诚信通，哺育了淘宝，哺育了支付宝。2007 年阿里 B2B 业务上市的时候，中国供应商这单一产品的利润超过了上市公司利润的 70%，使 B2B 业务成功募集了 17 亿美元，成就了淘宝、支付宝的大发展，是奠定阿里巴巴成为千亿美金的公司的第一块基石。中国供应商直销团队的年会一度被称为“奶牛之夜”，是名副其实的阿里集团的“Cash Cow(现金奶牛)”。

支撑这个“现金奶牛”的直销团队又被尊称为“阿里铁军”。累计有数万人在这个团队、在全国 70 多个城市奋战过。靠着他们手把手地帮助，分布在一二线、三线、四线乃至五线城市的无数个工业区和村镇角落中的外贸企业，实现了电子商务化。阿里巴巴引以为豪的

六大价值观就诞生在这支团队，“阿里铁军”是阿里巴巴价值观的源泉和根基。这支团队不愧为能够打硬仗的铁军。铁军并不是在一帆风顺的时候用来检阅的，这支铁军经历了多次的金融危机，多次市场的起伏，有过无数次像长征一样的艰难跋涉，这在每个阿里中供人身上都烙下了深深的印记，以至于两个都是做直销的，说上三句话就知道哪个是来自这支铁军的。

“阿里军校”，这支铁军不仅价值观正确、执行力强，还成为了人才辈出的阿里军校，几乎阿里巴巴整个集团每一个新业务诞生时，骨干都来自这支铁军。2011年以后，阿里军校就已经不仅为阿里集团贡献人才。市值过百亿的滴滴、美团、大众点评，以及几十亿、几亿美金的公司，如赶集网、运满满、六艺星空、点呀点，等等，一大批以O2O为代表的新兴互联网巨头的创始人、CEO、COO都来自于“中供”这一阿里军校。O2O中的online和offline，当offline在O2O中起到决定作用时，这支曾经在offline线下有强大执行力的铁军就成为了O2O制胜的关键。

本书的作者永钢，是这支阿里铁军中的一份子，由于在阿里期间业绩出色，在我有幸带领这支铁军期间有过多次交往，他的激情和能力，给我留下了深刻的印象，他是真正在这个成千上万人的团队中实现了“平凡人做非凡事”的一员。永钢花了一年半的时间，写下这本书，可能是这成千上万铁军中，还在忙碌奔波中有心写下这段经历的第一人。永钢

和所有中供人一样，除了执行力以外，除了激情以外，还有使命，有情怀，把这段历史记录下来，给全社会分享，这本身就是阿里人的担当！

我们也希望阿里铁军的这种精神，阿里军校的这套人才培养方法，不仅能通过创始人、CEO、COO 们输出到优秀的互联网公司，也希望对全社会成百上千万从事销售推广工作的人有一定的帮助，也希望这个帮助并不是停留在销售技术上和销售管理上，也能体现在真心诚意“客户第一”的价值观上，体现在销售人员的诚信上，体现在销售团队的团队合作上，让我们每天都可能接到的销售电话不再是骚扰，让我们在社会上接触的每一个销售人员不再令我们反感，是这本书超越销售技术销售能力，对社会更大的帮助。

永钢的这本书，可能不够全面，也由于当时他在阿里工作的岗位局限，不一定最具系统和权威，但一定是最真实、最真诚的。希望读者不仅能从书中学到一点销售的技能，更重要的是体会到创业也好、工作也好所需要的那一份认真和执着。也祝愿每位读者都能实现“平凡人成就非凡的事”！

维新力特资本董事长 & 创始合伙人

阿里巴巴 B2B 公司前 CEO

百安居中国区前总裁

卫哲

## — 推荐序二 —

非常荣幸能够为张永钢先生的《战斗 1：一位阿里巴巴销售菜鸟的逆袭》一书作序。本人接触过很多作者，像永钢先生这样主动、认真、有热情的人不多。读了永钢先生的书后，有些体会和感受，愿意做些简单分享，疏漏之处还望朋友们见谅。

本书没有波澜壮阔的场景，作者只是将自己从业十多年的销售和管理心得中最有价值的那部分，通过高度浓缩的手法展现给读者，期望能帮到那些做销售及销售管理的朋友们，让他们得到启发，快速提升销售功力。我本人也从文字中真切地感受到了作者的赤诚之心。

首先，本书给我的第一感受是真实。通过与永钢先生的交流得知，本书所有涉及到的人、事、物都是真实存在、确实发生过的，这与那些虚构情节、胡编乱造的作品形成了天壤之别，故其本身的实战价值也就不言而喻了。

其次，我看到的是高质量的干货。整个作品几乎没有废话，不存在重复无用的内容。每章、每节均重点突出、言简意赅。为了让读者

阅读流畅，永钢先生还用心良苦地把发生在不同人物身上的故事通过同一人物串在一起集中体现，避免冗长、重复、无用的内容，整个作品朴实干练，简洁高效，令人受益匪浅。

再次，这本书的系统性也是令人赞叹的。二八定律同样适用于销售行业，不管公司是几十位、几百位还是几千位销售员，能够成为高手的，能够保持高业绩且持续稳定提升的也不会超过 20%。这本书指明了踏上销售高手之路的系统性的方法。其中 3 个理念和 6 把金钥匙我尤为认同，销售流程拆解是基础，系统化提升是关键，个人成长永远比业绩增长更重要。九星提问模型、挖掘需求四步法、包装四要素、价值编码三要素、铺垫三步曲、索要承诺三步法等，这些工具好用、实用、有效！

最后，衷心祝愿永钢先生的这本《战斗 1：一位阿里巴巴销售菜鸟的逆袭》能够帮到广大读者，也祝福本书读者能从中受益，快速成长，练就高深功力，从而生意兴隆，财源滚滚！

当当网高级副总裁

姚丹骞

# — 自序 —

我自大学毕业以后从事了数年的直销事业，依靠超出常人的努力，必胜的信念和顽强的精神，前后用了 14 个月的时间从一位没有任何销售经验的大学生做到了一家直销集团南京分公司的总经理。关闭直销公司之后，一个偶然的机会我接触到了阿里巴巴，凭借自己主动出击的勇气和信心，十分荣幸地加入了阿里巴巴这个大家庭，在阿里巴巴和支付宝公司一做就是 8 年，可以说把自己最好的、最宝贵的青春年华都献给了阿里巴巴。自己一直引以为傲的是前后只用了一年便从一名销售“菜鸟”成功晋升为阿里巴巴中供铁军（中国供应商团队）的管理人员。离开阿里巴巴集团之后在 PayPal 负责杭州 BC（商业顾问）团队近两年，期间用了 6 个月的时间实现了业绩 200% 的增长。目前就职于深圳递四方集团，负责集团旗下啪啪购项目的渠道拓展工作。

近 5 年以来，我一直有个冲动，就是把自己十多年销售和管理的心得体会写成一本书，这本书拒绝空洞的理论，而重在可行的实践。有这个冲动是有多方面原因的：

一、几乎每天都可以接到来自各行各业销售的电话，有推销理财产品的、有推荐无抵押贷款的、有销售二手住宅和商铺的、有邀约免费参加儿童英语试听课的、当然还有保险公司卖保险的，等等。这些人给我最强烈的感受是，销售没有新意，赤裸裸地销售，销售说辞没有精心设计，所以能够与我聊3句以上的人并不多。我希望这本书能够帮到这些人，开阔思路，提升功力，重视成长，钻研设计。

二、平时在商场、超市、专卖店遇到的营业人员，或是路边的兜售人员，能有自己成熟套路的且能够让人耳目一新的人真是屈指可数，我殷切地希望这本书能够帮到这些人。

三、由于我本人是职业经理人，前后带过数百人的团队，所以希望这本书可以节约公司的培训时间和成本，同时也可以作为我和团队沟通的纽带，能够事半功倍。

四、我同时还是IPMA认证国际培训师，也经常受邀给一些知名企业的员工分享一些经验和技能，但往往1~2天的培训时间是捉襟见肘的，很难达到培训的宽度和深度，希望这本书能够作为辅助材料给学员提供增值服务，以提升学员的体验和满意度。

基于以上几个原因，我的冲动最终转化为了行动，于2014年3月开始了本书的写作。我希望通过这本书传达的思想和理念是：

一、学会销售流程拆解是基础。我始终认为销售流程和工厂生产流水线作业是很类似的，任何一个环节出现严重问题都会影响到结果。

工厂的整个生产流程有很多环节，比如原材料采购、质检与管理、生产计划、生产订单、生产下达、工单派送、生产过程管理、成品质检、仓储物流等，其中任何一个环节出现瓶颈或障碍，都会影响到整个流水线的生产效率。同样的，我们把销售流程一层一层地拨开，也可以划分为很多环节：首先要找到客户资料；其次要知道关键人是谁；接下来要得到关键人的联系方式；再通过电话沟通或其他沟通方式获得与关键人见面交流的机会；见面后的环节有简短破冰、需求挖掘、产品介绍、解决反对意见、包装铺垫、成交技巧、索要承诺、合同收款和交叉销售等，如果哪一个环节出现严重问题，那么结果必将大受影响。

二、重视系统化提升是关键。销售技能的提升是不断优化的过程，是一个系统性工程，所以必须有一个轻重缓急的提升计划。销售人员要反复分析自己，解剖自己，找出自己的短板和弱点，然后按照影响结果的权重排序，把排序第一的结果快速地提升和优化，在这个环节大幅优化和改善后，再把剩下的排序结果快速地提升和优化，如此循环下去，则可以实现系统化的提升。

三、个人的成长永远比业绩增长更重要。如果能把销售的每一个环节和流程都掌握好，并不断提升自己的产品和行业知识，那么业绩增长是水到渠成的事情，所以你无需为短期业绩低落而沮丧，也无需为偶尔的业绩高涨而自满，关键在于你是否能够在稳定且持续提升的良性轨道中驰骋。

最后，我还想说三点：

一、这是一部与销售及管理相关的系列小说，我力求通过 N 个真实场景的案例达到“三易一好”的传达目标：通俗易懂，简单易记，易于复制，好用有效。

二、这本书以杨五力（化名）这位成千上万阿里铁军中的一员为代表，通过他的成长历程全面展示了阿里铁军的激情、敬业和协作。

三、作为书籍，我认为至少有 5 个内容的传达层次，分别为数据、信息、知识、洞察和智慧，我真诚地期望这本书能够给广大从事和爱好销售及管理的读者们带来智慧层次的传达，谢谢大家。

张永钢于上海

2015 年 7 月



## 杨子江

书中人物：杨九江  
 个人介绍：远航纵横科技联合创始人  
 个人邮箱：yangzj@clubank.com



## 周义兰

书中人物：周秀兰  
 个人介绍：胡来艺术网联合创始人 & COO



个人微信号



## 单鹏

书中人物：单大鹏  
 个人介绍：艾德思奇品牌广告部总经理



个人微信号



## 高静红

书中人物：高东红  
 个人介绍：自由投资人



个人微信号



## 施正金

书中人物：施真金  
 个人介绍：上海玺胜投资管理有限公司董事长，  
 从事股权投资、管理软件、电子商务



个人微信号



## 那志

书中人物：那远志

个人介绍：上海风马管理咨询有限公司联合创始人



个人微信号



## 王峰

书中人物：王海峰

个人介绍：汉登实业（上海）有限公司总经理



个人微信号



## 郑庆

书中人物：郑大庆

个人介绍：永利宝金融合伙人 & 运营总监



个人微信号



## 夏正玉

书中人物：夏灵玉

个人介绍：上海星亮文化传播有限公司 CEO



个人微信号



## 马灵芳

书中人物：马正芳

个人介绍：自由投资人



个人微信号



## 高芮希

书中人物：高希希  
 个人介绍：六艺星空（北京）文化传播有限公司  
 星空琴行人力资源总监



个人微信号



## 王媛媛

书中人物：王小媛  
 个人介绍：杭州那天以后民宿客栈主



个人微信号



## 方堃

书中人物：方宝昆  
 个人介绍：晒美网络科技创始人  
 Play+ 创始人



个人微信号



## 杨红力

书中人物：杨五力  
 个人介绍：58安居客武汉新房总经理



个人微信号



## 周育标

书中人物：周英标  
 个人介绍：上海金万年实业发展有限公司董事长、广东金万年文具有限公司董事长、中国文教体育用品副理事长、中国制笔协会副理事长、中国百货商业协会文专委副主任、上海文化用品协会副会长、汕头文具协会创会会长、汕头市工商联副主席、汕头市总商会副会长、汕头市第十二届政协委员、汕头市进出口商会副会长



个人微信号

# — 目录 —

|           |     |
|-----------|-----|
| 第一章 柳暗花明  | 1   |
| 第二章 峰回路转  | 21  |
| 第三章 孤注一掷  | 37  |
| 第四章 追根溯源  | 53  |
| 第五章 真假难辨  | 69  |
| 第六章 循循善诱  | 93  |
| 第七章 眉飞色舞  | 115 |
| 第八章 抽丝剥茧  | 127 |
| 第九章 淡妆浓抹  | 145 |
| 第十章 一诺千金  | 163 |
| 第十一章 一鼓作气 | 179 |

# 战斗

一位阿里巴巴销售菜鸟的逆袭

|           |     |
|-----------|-----|
| 第十二章 破釜沉舟 | 197 |
| 第十三章 随机应变 | 213 |
| 第十四章 成人之美 | 231 |
| 第十五章 雄关漫道 | 245 |
| 后记        | 260 |