

找出獨特價值承諾的提問思考術

# 為什麼 的力量

C. Richard Weylman 全球知名行銷顧問  
理查·懷爾門——著 施婉清——譯

# THE POWER OF WHY

不要再被殺價競爭的激流中滅頂，  
唯一的保障就是真正了解掏錢的顧客到底要什麼。  
6個步驟、30個行動要點，  
幫你不斷挖掘出顧客的痛點，設計滿足需求的獨特價值承諾  
讓你成為顧客唯一的選擇，將所有競爭對手遠遠拋開！

亞馬遜商業類、800 CEO閱讀網暢銷書

美國傳奇地產大亨 唐納·川普 | 富士士副總裁 克里斯多夫·富比世 齊

# 為什麼 的 力量



找出獨特價值承諾的提問思考術

## THE POWER OF WHY

C. Richard 全球知名行銷顧問  
Weylman 理查·懷爾門——著 施婉清——譯

國家圖書館出版品預行編目資料

為什麼的力量：找出獨特價值承諾的提問思考術／  
理查·懷爾門 (C. Richard Weylman) 著；施婉清譯。  
-- 第一版。-- 臺北市：天下雜誌，2015.08  
面；公分。-- (天下財經；293)

譯自：The power of why : breaking out in a competitive  
marketplace

ISBN 978-986-398-101-5 (平裝)

1. 行銷管理 2. 商品管理 3. 企業競爭

496

104015971

## 訂購天下雜誌圖書的四種辦法：

◎ 天下網路書店線上訂購：[www.cwbook.com.tw](http://www.cwbook.com.tw)

會員獨享：

1. 購書優惠價
2. 便利購書、配送到府服務
3. 定期新書資訊、天下雜誌網路群活動通知

◎ 請至本公司專屬書店「書香花園」選購

地址：台北市建國北路二段6巷11號

電話：(02) 2506 - 1635

服務時間：週一至週五 上午8:30至晚上9:00

◎ 到書店選購：

請到全省各大連鎖書店及數百家書店選購

◎ 函購：

請以郵政劃撥、匯票、即期支票或現金袋，到郵局函購

天下雜誌劃撥帳戶：01895001 天下雜誌股份有限公司

\* 優惠辦法：天下雜誌 GROUP 訂戶函購 8 折，一般讀者函購 9 折

\* 讀者服務專線：(02) 2662-0332 (週一至週五上午9:00至下午5:30)

# 為什麼的力量：找出獨特價值承諾的提問思考術

## 目錄

推薦序 獨特價值承諾的威力 6

各界推薦 11

### 第一篇 定義你的獨特價值承諾

1 為什麼的威力 14

2 什麼是獨特價值承諾？ 28

3 找出顧客想要達成的核心目標 46

## 第二篇 競爭市場中突圍的六個步驟

- 4 第一步：探索顧客需求 70
  - 5 第二步：找出你的獨特價值承諾 89
  - 6 第三步：形塑實踐承諾的企業文化 100
  - 7 第四步：秀出你的特點 122
  - 8 第五步：採用優勢銷售法 167
  - 9 第六步：給顧客難忘的服務 192
  - 10 實戰故事 217
- 結語 出征去，凱旋歸來 242
- 參考書籍與影片 246
- 誌謝 251

# 為什麼 的力量



找出獨特價值承諾的提問思考術

## THE POWER OF WHY

C. Richard 全球知名行銷顧問  
Weylman 理查·懷爾門—著 施婉清—譯



獻給每天在競爭市場中衝鋒陷陣  
追求成功的企業人士



# 為什麼的力量：找出獨特價值承諾的提問思考術

## 目錄

推薦序 獨特價值承諾的威力 6

各界推薦 11

### 第一篇 定義你的獨特價值承諾

1 為什麼的威力 14

2 什麼是獨特價值承諾？ 28

3 找出顧客想要達成的核心目標 46

## 第二篇 競爭市場中突圍的六個步驟

- 4 第一步：探索顧客需求 70
- 5 第二步：找出你的獨特價值承諾 89
- 6 第三步：形塑實踐承諾的企業文化 100
- 7 第四步：秀出你的特點 122
- 8 第五步：採用優勢銷售法 167
- 9 第六步：給顧客難忘的服務 192
- 10 實戰故事 217
- 結語 出征去，凱旋歸來 242
- 參考書籍與影片 246
- 誌謝 251

推薦序

## 獨特價值承諾的威力

理查·懷爾門 (Richard Weylman) 完全顛覆美國國家保險公司 (American National Insurance Company) 多險種業務部思考行銷的方式，也改變提供產品及服務給顧客的方式。他傳授的內容極具價值，讓我們得以在現有顧客與潛在顧客前凸顯特色，進而在這個競爭激烈的市場突圍，旗開得勝。

懷爾門讓我們領悟到，我們不應該從銷售人員的角度思考，而是要從產品買主的角度思考，這種思考模式現在已經成為我們長期發展的策略，以及年度營業計劃的基礎。

美國國家保險公司在一九〇五年成立，總部在德州加爾維斯敦

(Galveston)，有多家子公司，營業據點包括密蘇里州的春田市 (Springfield)、紐約州的葛倫蒙特 (Glennont)、德州的利格市 (League City) 與聖安東尼歐 (San Antonio)。美國國家保險公司憑著卓越的管理方式與睿智的再投資決策，成為保險及年金界的領導企業。我們的產品種類繁多，包括壽險、退休年金、意外險、醫療險、退休基金產品與服務、信用保險、產險與意外險等等，提供給一般人、農業企業與承受特定商業風險的公司購買。

我們的產品在美國五十個州與波多黎各都有銷售，不過不是每個州都有齊全的產品。一般人可以從壽險規劃顧問、獨立行銷公司、多險種專門代理公司、以及直銷管道購買。美國國家保險公司的宗旨是成為保險與金融產品的首選公司，並保有強大靈活的財務實力。我們的總資產超過兩百二十億美元，每年的產險保費收入超過十億美元。我們可以很驕傲地說，美國國家保險公司自一九一一年開始，每年都有能力配息給股東。

我掌管美國國家保險公司產險與意外險部門，以及所有多險種獨家代理商及壽險規劃顧問。我們現在有超過一千兩百家的多險種獨家代理商，設計各種產險與意外險、壽險及退休年金產品，還有超過三百位的壽險規劃顧

問。在和懷爾門合作前，我們就已經是產險壽險交叉銷售的領導企業，而懷爾門又帶領我們進入另一個銷售新境界。

第一次見到懷爾門是在年度專業經理人會議裡，他受邀來演講，這是美國各地代理商與壽險顧問齊聚數天的教育訓練。他的演講有如當頭棒喝，激勵我們的代理商和總部的顧問人員。我們又邀請他到之後的專業經理人會議演講。懷爾門點出代理商常從一個市場跳到另一個市場，不會在一個市場裡深耕，培養知名度及深度的顧客關係，這種模式讓取得新顧客的代價變得既痛苦又昂貴。

我們知道必須改變。我們開始看到保險業面對重大的威脅，已經變成一場流血割喉戰。許多保險公司大打廣告，強調產品比其他公司便宜，拚命想將保險產品商業化；卻不了解，也沒有考慮到家庭及小型企業的個別需求。很不幸地，對顧客來說，這些公司和代理商變得愈來愈沒有價值，導致顧客開始對買保險意興闌珊。對他們來說，最便宜的保險就是不要花錢買保險！因此，我們的結論是：為了達到另一個階段的成功，我們必須好好運用理查·懷爾門這套「為什麼的力量」。我們沒有大筆的廣告預算，但是我們

知道，許多灑錢打廣告的公司一樣面臨成長困境，況且我們也不想加入那場流血割喉戰。

我們與懷爾門的團隊合作，將他的方法導入多險種與壽險規劃顧問銷售系統。整個流程牽涉許多層面，我們花了大約三十個月的時間，與高端顧客群及懷爾門的團隊一同規劃設計出我們的獨特價值承諾（Unique Value Promise）。我們早就採用這個方法，我們的主要顧客也認為這是持續與我們往來的原因。所以對我們來說，真正的突破在於，我們可以對潛在顧客和新顧客提出我們的獨特價值承諾，讓主要顧客快速倍增。成功的最佳途徑，就是將主要顧客數量加倍！

在導入這個系統的過程中，懷爾門曾多次告訴我：「你的思考模式就像是一個商人！」對一個標榜創造人類生命意義與正面價值的領導人來說，這句話在當時實在很難聽得進去。不過現在我已經可以從服務提供者的角度思考，而不是商品銷售者的角度思考。

懷爾門開啟我們新的視野，看到真正的市場狀況與無窮的市場開發潛力。他的智慧結晶和這套產生獨特價值承諾的流程，現在已經成為新進代理

商和顧問人員的基本訓練課程，也是我們策略和營運計劃的基礎。

我很喜歡閱讀管理書籍，所以我確信你也會認同理查·懷爾門這套實用概念。他的見解精闢獨到，而且極有效用。我很榮幸推薦這本書給大家，讓所有想要開發新顧客、取得商業先機，同時又想和忠實顧客建立深遠、互利關係的讀者都能受惠。

美國國家保險公司總裁 克雷格·歐斯特格雷恩

## 各界推薦

《為什麼的力量》是一本值得咀嚼的好書，對那些想爬上高峰的人極有幫助。

川普集團總裁 唐納·川普 (Donald J. Trump)

理查·懷爾門不斷用他精煉的智慧結晶，創造出好東西。我只想對那些已經找到本書的人說：「讀完這本書一定有收穫！」

富比世傳媒集團副總裁 克里斯多夫·富比世 (Christopher Forbes)

每一位企業主的桌上都應該要有一本懷爾門的書。他的書是銷售員的必



讀祕笈。

理查伯恩斯坦聯合保險顧問公司執行長  
理查·伯恩斯坦 (Richard S. Bernstein)

這本書改變商場的遊戲規則！懷爾門也破解了企業成長的密碼。

暢銷作家 傑夫瑞·福克斯 (Jeffrey J. Fox)

本書帶領你穿越一場美好的探索之旅。你不僅可以提升顧客體驗，也可以提升企業的經驗。

美國奢侈品研究機構執行長 米爾頓·皮朵拉 (Milton Pedraza)