

绝对成交^之

一个房地产 销售教父 的自白

为什么不管多难卖，
他都卖得掉，
还能卖出好价钱？

社交媒体&
移动社群时代
销售人员必读

每次销售都能以最好的价格成交，他是怎么做到的？

THE SELL

The Secrets of Selling Anything to Anyone

SPM

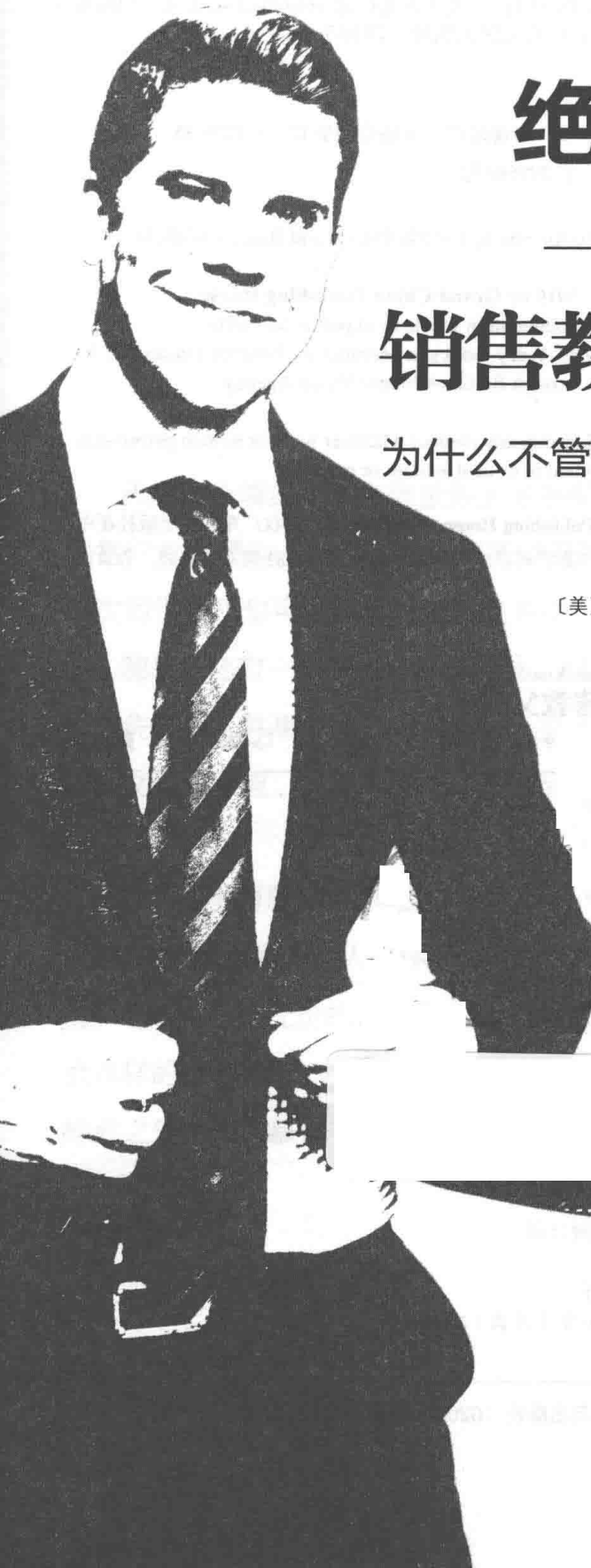
南方出版传媒
广东人民出版社

[美]

弗雷德里克·埃克伦德
Fredrik Eklund

布鲁斯·利特菲尔德
Bruce Littlefield

李文远 译



绝对成交 之 一个房地产 销售教父的自白

为什么不管多难卖，他都卖得掉，
还能卖出好价钱？

〔美〕 弗雷德里克·埃克伦德(Fredrik Eklund) \ 著
布鲁斯·利特菲尔德(Bruce Littlefield) \ 著
李文远 \ 译

SPM

南方出版传媒
广东人民出版社

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

绝对成交之一个房地产销售教父的自白 / (美) 埃克伦德 (Eklund, F.), (美) 利特菲尔德 (Littlefield, B.) 著; 李文远译. —广州: 广东人民出版社, 2016.3

ISBN 978-7-218-10622-9

I. ①绝… II. ①埃… ②利… ③李… III. ①房地产—市场营销学 IV. ① F293.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 299548 号

The Sell: The Secrets of Selling Anything to Anyone by Fredrik Eklund and Bruce Littlefield

Copyright © 2015 by Fredrik Eklund

Simplified Chinese translation copyright © 2016 by **Grand China Publishing House**

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.

This edition published by arrangement with Avery Books, a Member of Penguin Group (USA) LLC, A Penguin Random House Company through Bardon-Chinese Media Agency

No part of this book may be used or reproduced in any manner whatever without written permission except in the case of brief quotations embodied in critical articles or reviews.

本书中文简体字版通过 **Grand China Publishing House (中资出版社)** 授权广东人民出版社在中國大陸地区出版并独家发行。未经出版者书面许可, 本书的任何部分不得以任何方式抄袭、节录或翻印。

JueDuiChengJiao Zhi YiGe FangDiChan XiaoShou JiaoFu De ZiBai

绝对成交之一个房地产销售教父的自白

[美] 弗雷德里克·埃克伦德 布鲁斯·利特菲尔德 著 李文远 译 版权所有 翻印必究

出 版 人: 曾 莹

策 划: 中资海派

执行策划: 黄 河 桂 林

责任编辑: 肖风华 古海阳 张 静

特约编辑: 宋金龙

版式设计: 王 雪

封面设计: 张 英

出版发行: 广东人民出版社

地 址: 广州市大沙头四马路 10 号 (邮政编码: 510102)

电 话: (020) 83798714 (总编室)

传 真: (020) 83780199

网 址: <http://www.gdpph.com>

印 刷: 深圳市汇亿丰印刷科技有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 16.5 字 数: 200 千

版 次: 2016 年 3 月第 1 版 2016 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 39.80 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与出版社 (020-83795749) 联系调换。

售书热线: (020) 83795240

致中国读者信



我从一个瑞典小镇来到世界上竞争最激烈的市场，直至成为销售行业的顶尖人物，这段旅程激励我写下了你手中的这本书。这次写作经历也可谓不可思议。在书中，我讲述了许多销售的窍门、秘诀，还有一些噱头和锦囊妙计，但在你开始阅读本书之前，我想先强调一件事：成功固然离不开努力、钻研与奉献，但真正的成功源自正直、诚实和信守承诺的品格，一个成功人士必须具备这些素质。

本书的主题是销售，但我想指出，人生中有些东西是绝对的“非卖品”，比如你所爱的人、你的孩子、宠物、价值观、信仰、精神等，它们不仅是无价的，更是神圣的。我时常提醒自己：“即使是我这样的销售大师，有些东西也是不能出售的，尤其是我的灵魂。除此之外，一切都有商量的余地。”

弗雷德里克·埃克伦德



实践顶尖销售员的绝技， 你就能成为顶尖

芭芭拉·柯克兰

纽约红极一时的地产女王

畅销书《创富传奇》作者

我与弗雷德里克·埃克伦德相识于比弗利山庄^①SLS酒店顶楼的游泳池边。当时，我正在好莱坞拍摄美国广播公司（ABC）的真人秀节目《创智赢家》，弗雷德里克恰好也在楼顶，他看起来相当惹人注目。如果有一名出色的销售员走在街上，即使是在街对面，我也能在第一时间注意到他，更不用说在泳池对面这么近的距离了。弗雷德里克身上有一种吸引力，你不可能对这种吸引力视而不见，那时候我并不知道他是何方神圣，当时他还没出演《百万金豪宅》真人秀，但有一件事毋庸置疑：他肯定是一位成功人士。弗雷德里克·埃克伦德身上散发着一一种杀手般的气质。

1973年，我从男朋友那里借了1 000美元，在纽约市创办了一家房地

① Beverly Hills，位于美国洛杉矶市内的城中城，有“全世界最尊贵住宅区”之称。——译者注

产公司。尽管我没有任何销售经验，却始终抱持着必胜的信念。那时候，纽约还没有女性经营房地产企业的先例，这是一个由男人主导的行业，女人只有打工的命。虽然并不受同行的欢迎，但我仍受到了一定的关注。我的梦想是成为纽约市最顶尖的房地产销售人员。为了实现这个梦想，我想了很多方法，例如，我长期穿着标志性的短裙和颜色鲜艳的衣服，并把我的销售团队称为“强大的房产经纪人”。到了1999年，柯克兰集团成为全纽约市排名第一的住宅类房地产公司。

弗雷德里克是瑞典人。他孤身来到美国，没有任何社会关系，也没有房产经纪人执照，但在不到12年的时间里，他就成长为美国排名第一的房地产销售团队的领导者。弗雷德里克之所以能创造自己的美国梦，是因为他深知“理想创造现实”，而且他敢于寻找和抓住机会。

在聘用某个人的时候，我最看重的是这个人是否拥有为事业打拼的激情，这是成功的关键所在。直至今日，当我在《创智赢家》真人秀中给选手提供创业资金时，也以创业激情作为衡量标准。世上有一种人，如果不能成为人中龙凤，那他宁愿选择不存在。弗雷德里克就是这样的性格。读完这本书后，你也会变成这样的人。与任何优秀的销售人员一样，弗雷德里克非常善于说服他人。举个例子，他苦口婆心地对我说，我不仅要在这篇序言中褒奖他，还要把我认为成功人士必备的五个信条告诉读者。以下这五个信条都包含在他的销售秘诀中：

1. 人们只和自己欣赏的人做生意。千万别误以为销售人员的工作就是卖产品。在和别人做生意之前，你必须要了解对方的想法。如果人们喜欢你，他们就想与你合作；如果他们不喜欢你，你所面对的障碍将是不可逾越的。你要想方设法让别人喜欢你。

2. 销售就是扬长避短。如果你天生就知道怎么做到这一点，那你在销售行业就抢得了先机；如果你不知道这个方法，也可以慢慢学习。我曾

经在一个小餐馆工作。那时为了吸引顾客，我和另一名女服务生展开了竞争。所有来餐馆就餐的男顾客都想坐在她那边，因为她的胸很大；而我，唉……完全没有她那种傲人的身材。但我的母亲给了我做销售（和经营人生）方面的最佳指导。她告诉我，我不能盯着自己的短处不放，而是要发挥自己的特长，比如我的温柔和开朗，以及一副好口才，她要我用这些优点去吸引客户，让他们坐在我所服务的区域，最后我成功了。

3. 失败乃成功之母。和普通人一样，成功人士也经历过失败，但他们能够很快振作起来，重新迎接挑战。在各类人群当中，销售人员的自杀率是最低的。因为他们每天都要面对人们无数次的拒绝，所以他们更能适应人生的种种打击。

4. 人人都有从众心理。这是最基本的销售心理学。你要让人们觉得，你推荐给他们的东西是热狗和棒球被发明以来最好的产品。你还要记住两点：第一，买东西的人越多，人们的购买欲就越强；第二，如果你告诉人们某样东西就要断货了，他们就更想掏钱。

5. 成功人士都认为自己的成就只是暂时的。每到岁末，顶尖的房产经纪人都会觉得下一年的形势将非常严峻，因为他们在上一年度创下的业绩纪录将成为他们最难以超越的数字。对成功人士而言，对未来的担忧就是他们获取新成就的动力。

在过去二十五年里，我管理着纽约市最顶尖的房地产销售团队。我知道，成功的销售人员都不想让别人知道自己的销售秘诀。毕竟当你已经成为销售之王时，又怎么会把这个宝座拱手让人，或是给自己制造成千上万的竞争对手呢？然而弗雷德里克却非常想和大家分享他的秘诀。我认为，**一个真正的成功人士是不会害怕竞争的，相反，他会在竞争中成长。**

现在，我把你交给弗雷德里克，让他带你走上创富之路吧。

目 录



名家推荐 实践顶尖销售员的绝技，你就能成为顶尖 1

前 言 同一种方法，让所有人买单 1

第一部分 无论卖什么，你才是品牌

第 1 章 做真正的自己 15

先寻找自我，再谈销售

让人们了解你 16

让别人看见货真价实的你 21

跟悲伤的过去说再见 24

卸去伪装，做真实的自己 28

第 2 章 你的人生动力是什么 34

找到你的激情引爆点

做一个不被枪打中的“出头鸟” 34

你在职场上大放异彩的动力是什么 42

“既然总有人成功，那为什么不能是我？” 46





第 3 章 选对师父，少走弯路 49

跟随赢家，偷学几招

做大师的门徒 49

如何接近顶尖人物? 64

怎样加入顶尖团队? 67

“大门”为你打开了，然后呢? 72

第 4 章 扮演好自己的角色 75

尽量让自己容光焕发，精神饱满

穿出你自己的味道 77

细节决定质量 80

第 5 章 保持你的职业竞技状态 87

努力工作，合理饮食，睡眠充足

和全新的自己“结婚” 88

像职业拳击手一样训练 91

“十二金刚”训练法 95

吃什么，决定你是什么 98

睡眠充足，人才性感 101

第 6 章 让顾客微笑 104

培养你的魅力和幽默感

初见 30 秒，决定未来的相处状况 105

弗雷德里克魅力学校 107

展颜销售术 111

发明你的招牌动作 115

第二部分 发现需求，创造需求

第 7 章 拓宽交际圈 121

用智慧、策略和低成本寻找客户

社交媒体，直通客户 122

弗雷德里克 APP 学校 128

领英：拓展你的职场人脉 135

YouTube：视频功效是传统媒介的五倍 137

Twitter：搜寻特定主题，与特定群体交流 138

Facebook：超“赞”的销售工具 140

Instagram：现代、时尚、无广告 144

网络“圈粉”秘诀 146

社交媒体的线上回报与线下收益 150

第 8 章 完美推销术 152

凸显你自己和你所卖产品的优势

你卖的不是商品，而是梦想 153

一见钟情式推销 157

弗雷德里克推销大讲堂 162





第9章 优势谈判成交术 169

协调各方需求，让人买单

倾听的艺术 170

不要让表情和肢体语言出卖你 171

离开谈判桌 174

红脸/黑脸策略 175

树立一个虚拟权威 176

下定决心 177

拖延战术 178

面对面谈判 180

第三部分 让谁都买单，是一种生活方式

第10章 结交合作伙伴并影响潜在合作者 187

寻找、聘用并管理优秀人才

$1/2 + 1/2 \geq 5$ 188

为何寻找合作伙伴是一种天才举动 190

列出你的人脉资产负债表 192

如何打造一支快乐的职场团队 196

第11章 赌住媒体的嘴 201

学会利用媒体获取关注

吸引“无冕之王”的关注 202

亿万美金经纪人 203

如何让别人关注你 206

第 12 章 如何高效管理你的时间? 210

变得更棒、更好、更有效率

充分利用你宝贵的 525 600 分钟 212

泛泛之交的机会成本 214

学会授权 217

时间是免费的，也是无价的 218

第 13 章 阻碍你成功的七个魔鬼细节 219

直面人生的起起落落

缺乏自信 221

嫉妒 223

急于求成 225

怨天尤人 226

交友不慎 227

金钱问题 228

疾病 230

第 14 章 任性享乐，开心数钱 232

尽情享受人生，创造更多生意

狠狠奖励自己 233





回馈与付出，跟他人分享你的成功 236

旅行，人生最美好的回报 237

你有多会享受，就有多能赚钱 239

结 语 带着我的秘诀，实现你的梦想 241



同一种方法，让所有人买单

从7岁开始，我就成为了一名销售员。我的家在瑞典首都斯德哥尔摩，我在那里出生、长大。7岁那年冬天，我在学校里听说有一家公司正在招聘圣诞日历和书籍销售员，便去报了名。公司声称会奖励给销售周冠军一台黄色带防水功能的索尼随身听。于是我暗下决心，不但要做一名合格的销售员，还要比其他入卖出更多的产品，从全瑞典成千上万个卖圣诞日历的小销售员中脱颖而出，拿到那个象征无上荣耀的索尼随身听。

我为这个目标而着迷，无法自拔。我在自己房间的墙纸上画了一幅矩阵计划图，上面标明了全球日历销售数据，而且每天晚上睡觉前，我都会进行数据更新。那情形就像囚犯在牢房的墙壁上规划越狱路线。当父亲无意中看到墙上的涂鸦时，简直要气炸了。但生气也没用，墙纸已经被我写满了数字，谁也不能阻止我成为最伟大的销售员！

当时，奶奶亲手为我织了一件毛衣，毛衣的胸前绣着两头驯鹿。我很喜欢那件毛衣，因为驯鹿正是神奇的圣诞老人的坐骑。每天早上，我都要穿上它，把所有日历放到一副雪橇上，在斯德哥尔摩北部郊

区阿卡拉（Akalla）的冰天雪地中拖着这车货物，挨家挨户敲门兜售。我对这个地区的市场了如指掌，因为潜在顾客都是我的邻居。

从20世纪70年代开始，政府在阿卡拉建了100万栋房屋，很多人退休后都把家搬到那里。我最喜欢向中老年妇女推销产品，她们对笑容满面、举止礼貌的小孩子总是毫无抵抗力。上门推销时，我会先敲一下门，然后后退一步，家庭主妇开门后刚好会注意到我身上那件可爱的毛衣。接下来我会对她们说：“嗨，是我，弗雷德里克，真高兴又和您见面了。”这方法屡试不爽，她们一般都会让我进屋。在她们眼里，我就像是她们期盼已久、终于见面的小孙儿。我坐在她们身边，和她们侃侃而谈，借机推销我的产品。没错，我要激发她们的购买欲。

结果呢？那年冬天，我喝了不知多少绿茶，听了不知多少让耳朵起茧的“二战”故事，还打破了日历公司的所有销售纪录——没错，我说的是“所有”纪录。公司总裁甚至还给我写了封信，问我销售秘诀是什么，但我一直没有告诉他。30年后的今天，我准备在这本书里透露这个秘密（我应该给他寄一本带有我签名的书）。噢，别忘了，我还赢了很多台索尼随身听，后来我又把它们全都卖给了同学。

卖什么都是卖时机

如今，我卖的不再是圣诞日历，而是价值百万美元的豪宅。我的客户都是美国的名人显贵，包括詹妮弗·洛佩兹、卡梅隆·迪亚兹、莱昂纳多·迪卡普里奥、贾斯汀·汀布莱克、丹尼尔·克雷格以及众多来自纽约上西区^①的富豪。然而，我现在所使用的销售技巧和我

^① Upper West Side，位于纽约曼哈顿，是纽约人引以为豪的艺术圣地。——译者注

当年说服瑞典老奶奶买日历的技巧并没有太大区别。无论是卖日历还是卖豪宅，我都在向客户传递一条信息：**现在就是向我购买产品的最佳时机！**

即使你不以销售产品或服务为生，也能从我的销售策略中受益，因为你要明白一点：每个人的一生都在不停地做销售，只不过大部分人没有意识到这一点。

与别人约会前，你是否会穿上最漂亮的衣服，充分展现自己的魅力？如果答案是肯定的，那么你就是在推销自己；在太过劳累而不想出门扔垃圾时，你是否会请朋友帮忙？如果是的，那么你也是在做销售；你是否参加过求职面试？那当然也是一种销售。所以说，这本书适合每一个人。

即使你的职务头衔不是“销售员”，你每天也在做着销售，而这本书讲述的正是各种有效的销售行为。也许你是圣诞日历销售商，或者你从事的是互联网和房地产行业，又或者你是一名糕点烘焙师，甚至是一位全职太太。无论你从事什么职业，此时此刻，你一定要记住这句话：“人生无处不销售。”而且如果你懂得如何推销自己，那么推销其他产品也就不在话下了。如果你认同这条放之四海皆准的道理，那么本书就是你的每日必读书。无论你要把医疗设备卖给医生，还是要劝说自家正在上小学三年级的孩子早点睡觉，都可以在这本书中找到灵感。

人生无处不销售

销售人员要做些什么？他们要吸引、影响并说服对方交换自己手中的东西。请想象两种情形：

- ◆ 你要说服上司支持你的想法；
- ◆ 你要劝说丈夫放弃去东京的打算，陪你去大溪地度假。

这两种情形没有什么不同。每当我们要求别人做某件事的时候，所使用的方法都是本书即将提到的销售策略。为了在餐厅里得到一个好位子，我们给餐厅经理和服务员以微笑；为了能得到厂家良好的售后服务，我们给他们留下好评；为了让友谊更长久，我们向朋友付出真心。这些都是销售行为。销售的本质就是运用各种方法激发某个人的积极性，并将这种积极性转化为行动，例如让客户支付购车款、从同事那里得到你想要的帮助、让孩子乖乖上床睡觉，或是从好友那里得到人生的指引。

十年前，我带着一双运动鞋，只身从瑞典来到美国纽约，我的心中只有一个梦想：在这座“不夜城”登上人生顶峰。可是在那个时候，我完全不知道如何实现这个梦想，甚至不知道自己要选择什么样的职业道路，但我深信自己是最优秀的。我之所以如此自信，是因为我手中有一款独一无二的产品，那就是我自己。我给自己编织了一个童话故事：无论选择哪个行业，终有一天，我会成为“纽约之王”。我想象着自己登上报纸头条，魅力四射，钱包里全是百元大钞。我知道，纽约是全球竞争最激烈的城市，在这个城市里出人头地不是件容易事，但我已经做好战斗准备。

我的故事从斯德哥尔摩的市郊开始。瑞典位于北欧，从地图上看，瑞典如楔子般嵌入挪威和芬兰之间，它与繁华的纽约曼哈顿相距千里。在冬季，瑞典又冷又暗；而且我发现很多美国人分不清“瑞典”和“瑞士”。我要在这里声明一下：这是两个不同的国度。瑞典没有冰熊（我听说美国人管冰熊叫“北极熊”）在大街上闲逛，只有一群