

经典管理系列



151 QUICK IDEAS to Get New Customers

用最低的成本 赢得最多的客户

151个获得新客户的 快捷方法

[美] 杰里·威尔逊 著

楼月未 汪为 译

《财富》杂志评选的“必读的最睿智的图书系列”

管理宗师 德鲁克、营销大师 科特勒 联合推荐！

长期雄踞欧美畅销书排行榜

❧ 精典管理系列 ❧

151
QUICK IDEAS
to
Get
New Customers

151个获得新客户的
快捷方法

[美] 杰里·威尔逊 著

楼月未 汪为 译



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

北京版权局著作权合同登记

京权图字:01-2008-4067

151 QUICK IDEAS TO GET NEW CUSTOMERS © 2005 Jerry R. Wilson.
Original English language edition published by Career Press, 3 Tice Rd.,
Franklin Lakes, NJ 07417 USA. All rights reserved.

图书在版编目(CIP)数据

151 个获得新客户的快捷方法/(美)威尔逊著;楼月未,汪为译. —北京:
新世界出版社,2008.9
ISBN 978-7-80228-910-9

I. 1… II. ①威…②楼…③汪… III. 企业管理:销售管理—通俗读物
IV. F274-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 134619 号

151 个获得新客户的快捷方法

出版策划: 精典博维

作 者: (美) 杰里·威尔逊

译 者: 楼月未 汪 为

责任编辑: 陈黎明

封面设计: 精典博维

内文排版: 楠竹文化

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京市西城区百万庄大街 24 号 (100037)

总编室电话: (010)68995424 (010)68326679 (传真)

发行部电话: (010)68995968 (010)68998705 (传真)

本社中文网址: www.nwp.cn

本社英文网址: www.newworld-press.com

本社电子信箱: nwpcn@public.bta.net.cn

版权部电子信箱: frank@nwp.com.cn

版权部电话: +86(10)68996306

印 刷: 北京德富泰印务有限公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 10.25

字 数: 150 千字

版 次: 2008 年 10 月第 1 版 2008 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-80228-910-9

定 价: 25.00 元

新世界版图书 版权所有 侵权必究
新世界版图书 印装错误可随时退换

如何使用该书

这本书中的每一个快捷方法都是经过精心挑选的，它们可以直接或间接地帮助你获取和维系客户，与客户建立良好的关系，最终获得商业上的成功。

不要一开始就同时执行这所有的 151 个方法，因为其中一些并不适合你目前的状况。你最好先通读这 151 个快捷方法，并选出那些可以对现状真正产生影响的方法，然后执行。不用担心自己会遗忘，你可以定期回顾一下其他的方法。

首先应当为你的方法分类：

- ◆ 立刻执行的方法。
- ◆ 30 天后需要回顾一下的方法。
- ◆ 在_____以后再考虑的方法。

让你的员工也参与到选择和执行这些方法的过程中来，并且不要忘了对他们获得的成功进行奖励！你可以将这本书复印，并分发给你的员工，尽量让每个人都能够选择和推荐各种快捷方法。

每 90 天就温习一下这本书。如果你的工作因为激烈的竞争发生了变化，你会发现也许有一些新的快捷方法更加适合你。

请记住，美国乃至全世界的商业活动已经证实了这本书中所有的方法都是切实可行的。这 151 个方法已经为其他人带来了利益，它们也将给你带来巨大的帮助！

前言

PREFACE

151

个获得新客户的快捷方法

我拥有一家保险公司，我们的座右铭是“在实践中成长”。这么多年来，我的经历让我相信“销售是公司发展中最重要的内容”。在这本必读书里，杰里·威尔逊向你介绍了各种有关客户开发的理念、工具以及技巧，这些知识都能帮助你快速地获得新客户。

现在的客户比以往任何时候都要挑剔，因为他们发现许多销售人员传递给他们虚假的信息，并且也经历过一些永远没能兑现的销售承诺。客户的思想和需求逐渐变得顽固，特别是在考虑要不要购买新产品和服务，或者是选择新的供货商的时候。这本书可以帮助你客户的眼光来看待整个购买过程，从而提高自己的销售水平。

你一定会喜欢这本书。你所要做的，就是将这 151 个快捷方法运用到实践中，更好地了解客户的期望，然后让自己的产品和服务去适应他们的需要。除此之外，“在实践中成长”的秘诀就是向客户传递你的价值观和利益观，从而更快地获得新客户。

在这本《151 个获得新客户的快捷方法》中，杰里归纳了一系列的方法来教你避开那些陈旧并且作用甚小的销售套路，帮助你更好地拓

151个获得新客户的快捷方法

前 言

展业务。如果你吸取了书中的内容，就可以从大规模的产品导向型营销、混乱的销售技巧和直接推销电话中解脱出来，转而利用一种更有效的方法来获得新客户。

同时，你也会从这本书中学到这样一个原则，即尽可能去获取客户的“首要关注”。你应当明白，如果人们从来都不关注我们，我们就无法了解自己在客户心目中的形象，从而也无法进行改进。总的说来，你可以将这本书作为自己和员工的行动指南。

我建议你首先用这本宝贵的书来武装你的销售和管理团队。如果你正“在实践中成长”，那么这本书正适合你。最后，请牢记，销售是公司发展中最重要内容。

祝你成功！

罗杰·鲁因格

车主保险公司首席执行官

目 录

CONTENTS

151

个获得新客户的快捷方法

- 1 / 1 比拥有一个粗鲁员工更糟糕的事
- 2 / 2 取悦对客户有重要意义的人
- 3 / 3 让整个家庭参与进来
- 4 / 4 与你的工作团队一起寻求客户
- 5 / 5 开发员工的价值
- 6 / 6 用“伙伴”来称呼他们
- 7 / 7 如果你想获得忠诚
- 8 / 8 让客户感觉到自己的重要性
- 9 / 9 与客户建立战略伙伴关系
- 10 / 10 捆绑式营销
- 11 / 11 用人对人的方式来开发客户
- 12 / 12 学会互相借鉴
- 13 / 13 把客户邀请到你的地盘来
- 14 / 14 加入到协会组织中去
- 15 / 15 人为地与客户建立关系
- 16 / 16 你是新顾客还是回头客?
- 17 / 17 尊重忠实于其他供应商的客户
- 18 / 18 清晰地描绘出成功的前景
- 19 / 19 英雄主义的故事
- 20 / 20 用顾客的眼光来观察你的公司
- 21 / 21 不失去一个客户
- 22 / 22 不该让客户看见的事
- 23 / 23 帮助客户, 别让他们陷于被动

151个获得新客户的快捷方法

目 录

- 24 / 24 不要让到手的鱼溜走
- 25 / 25 以客户需求为导向
- 26 / 26 做客户的助手
- 27 / 27 赞美的力量
- 28 / 28 尽量满足客户的要求
- 29 / 29 首先学会推销你的员工
- 30 / 30 如何处理问题
- 31 / 31 有趣的人类
- 32 / 32 激励新员工
- 33 / 33 尊重客户的时间
- 34 / 34 找到客户的兴趣所在
- 35 / 35 所有的消费者都会说谎
- 36 / 36 宣传，宣传，再宣传
- 37 / 37 关注客户的个人需求
- 38 / 38 我的名字不是“伙计”
- 39 / 39 如何对付难缠的人？
- 40 / 40 列出你不同于他人的特性
- 41 / 41 做一些与众不同的事
- 42 / 42 富有创新精神
- 43 / 43 空手而去
- 44 / 44 相信，还是不相信
- 45 / 45 尝试一些新方法
- 46 / 46 学会量体裁衣
- 47 / 47 小反馈，大收益
- 48 / 48 让自己与众不同
- 49 / 49 做其他人没做过的事
- 50 / 50 向变色龙学习

151个获得新客户的快捷方法

目 录

- 51 / 51 不要被第一印象迷惑
- 52 / 52 像大侦探一样去了解客户
- 53 / 53 激励你的员工
- 54 / 54 获得许可之后再行动
- 55 / 55 最好的客户
- 56 / 56 与客户建立紧密联系
- 57 / 57 想尽一切办法
- 58 / 58 通过刊物来了解客户
- 59 / 59 你是我要的客户吗?
- 60 / 60 开张前要做的事
- 61 / 61 尽可能地留下你的信息
- 62 / 62 确保客户能够找到你
- 63 / 63 给客户留下记号
- 64 / 64 向 FBI 学习
- 65 / 65 让客户关注你
- 66 / 66 用什么来证明布丁是美味的?
- 67 / 67 明天会怎样?
- 68 / 68 你的“电梯演说”
- 69 / 69 让客户意识到存在的问题
- 70 / 70 继续跟进已经失去的客户
- 71 / 71 “免费”的作用
- 72 / 72 眼不见心为净
- 73 / 73 电子邮件: 朋友还是敌人?
- 74 / 74 为客户时时敞开大门
- 75 / 75 一个有魔力的词
- 76 / 76 质量决定销量
- 77 / 77 跟上科技的脚步

151个获得新客户的快捷方法

目 录

- 78 / 78 公司的整体形象是否在为业务服务?
- 79 / 79 不要认为理所当然
- 80 / 80 学会对症下药
- 81 / 81 让支付变得更加容易
- 82 / 82 让客户有安全感
- 83 / 83 祸从口出
- 84 / 84 保持诚信
- 85 / 85 不要愚弄客户
- 86 / 86 名人效应
- 87 / 87 难以抗拒的“免费”
- 88 / 88 做有创意的广告
- 89 / 89 借助外界来获得宣传费用
- 90 / 90 一个有魔力的问题
- 91 / 91 目标客户必须具备的三个要素
- 92 / 92 “要”、“不要”以及“可能要”
- 93 / 93 越大越好
- 94 / 94 巧用关系网
- 95 / 95 避免过度标准化
- 96 / 96 爱情和战争都是公平的
- 97 / 97 你了解客户的认知程度吗?
- 98 / 98 赞赏给人动力
- 99 / 99 企业文化的魅力
- 100 / 100 让小狗来舔你的脸: 亲身体验的作用
- 101 / 101 不要给客户离开的理由
- 102 / 102 公司名称的学问
- 103 / 103 细节决定成败
- 104 / 104 你什么时候需要?

151个获得新客户的快捷方法

目 录

- 105 / 105 失败乃成功之母
- 106 / 106 让客户自己做决定
- 107 / 107 仅让客户满意是远远不够的
- 108 / 108 关于价值评判标准
- 109 / 109 让你的宣传铺天盖地
- 110 / 110 客户的价值
- 111 / 111 它卖多少钱?
- 112 / 112 把产品的价值告诉客户
- 113 / 113 把目光放在你可以做的事情上
- 114 / 114 你的定价是多少?
- 115 / 115 不要为了节省 10 美元而犯糊涂
- 116 / 116 客户重视的东西
- 117 / 117 告诉客户你可以做到的事
- 118 / 118 你懂得倾听吗?
- 119 / 119 早起的鸟儿有虫吃
- 120 / 120 口头传达易出现的问题
- 121 / 121 被拒不是最后的结果
- 122 / 122 客户的选择性倾听
- 123 / 123 不要浪费时间
- 124 / 124 保持良好的预见性
- 125 / 125 不要急着达成交易
- 126 / 126 感官销售
- 127 / 127 不要忘了再看一遍
- 128 / 128 注重细节
- 129 / 129 为自己设计独一无二的形象
- 130 / 130 微笑无价
- 131 / 131 坦然面对自己不了解的知识

151个获得新客户的快捷方法

目 录

- 132 / 132 不要做“草包鲍勃”
- 133 / 133 创建属于你的金矿山
- 134 / 134 “精神错乱”法则
- 135 / 135 致命的循规蹈矩
- 136 / 136 寻求帮助
- 137 / 137 批评、谴责和抱怨
- 138 / 138 利用网络
- 139 / 139 说真话
- 140 / 140 你究竟做得怎么样？
- 141 / 141 防患于未然
- 142 / 142 不要“顺便”走访你的客户
- 143 / 143 重视客户，就不能离弃客户
- 144 / 144 利用软件来开发客户
- 145 / 145 如何面对挫败
- 146 / 146 遭遇挫折并不意味着失败
- 147 / 147 印象投资
- 148 / 148 巧妙利用信息
- 149 / 149 信誉决定将来
- 150 / 150 自我投资
- 151 / 151 坚持的价值

1 比拥有一个 粗鲁员工更 糟糕的事

不是每个人都可以帮助你开发新客户的。你应当听说过这样一句话：根据态度来雇佣员工，根据才能来培训员工。你公司里每一个需要与客户见面的员工都必须面带微笑，因为开发客户需要一批乐观积极并且让人觉得轻松的雇员。如果有人不这么认为，那么他就应当离开你的公司！

一个地处美国伊利诺斯州的农场器具代理公司曾面临着这样一个现实问题：他们的部门经理非常精通各类拖拉机、联合收割机以及其他的器械设备，但所有人都认为他是落基山脉东面地区脾气最坏的人。他总是激怒雇员，并赶走顾客。大家在权衡利弊之后，一致决定让他另谋高就。在这个问题经理离开之后，许多期望客户立刻回到这个公司，并成为该公司的正式客户。大家终于明白，很久以来是这个经理让大量顾客疏远了他们公司。一旦他走了，事情就发生了巨大的变化，业务也马上有了起色。

任务 一个好的领导应该有能力来识别那些能够帮助他完成目标的人。如果你的员工不愿意获取新客户，那么你就该考虑他们是否还应呆在你的公司。

结语 拥有一个粗鲁的员工会让你获取新客户的努力付诸东流，如果说还有比这更糟的事的话，那么就是你还向这个员工的粗鲁行为支付报酬！

2

取悦对客户
有重要意义
的人

直接向客户推销自然是最好的，但是如果将你的销售工作覆盖到客户的配偶或者其他对客户有重要意义的人身上，也不失为一个好策略。事实上，这些人也许就是让目标客户来购买产品的关键。退一步说，通过取悦对客户有重要意义的人，从而来增加自己对客户的影响，于你总是无害的。

曾经有一个大分销商打算在美国纳什维尔的奥普里宾馆举行一场销售会议。他决定邀请那些对目标客户有重要意义的人。为此，他的公司花了大力气来整理所有客户及其家庭成员的名字，并建立起一个相应的数据库，然后向每位客户家里递送了信息。他们邀请客户以及客户的家人来参加这个会议，并为他们提供一次完全免费的周末体验（包含开胃餐、优质食物、商业推广，以及高档的娱乐）。所有客户及其家人在这次活动中都享受了一次豪华房间、一瓶酒、一张支付杂项费用的礼券，以及一些可以用来体验奥普里宾馆的自由活动时间，总之，这次活动举办得相当成功。可以预料到的是，一些配偶或者是其他对客户来说有重要意义的人士可能比原来公司预计的目标客户购买更多公司的产品！最终，这次活动获得了巨大的盈利，并且该分销商也得到了许多新的大客户。

任务 现在就着手获取你目标客户以及已有客户的配偶、家庭成员以及家庭住址的信息，并建立相关的数据库。在以后的时间里，你会发现这个数据库对你来说是非常宝贵的。

结语 你永远都不可能对客户产生过大的影响。所以，尽量使用有效的渠道来让他们加入你的销售工作。很多情况下，你可以利用客户的配偶或者伴侣的力量，让客户最终选择购买你的产品。

3

让整个家庭参与进来

如果你想要获得长期的品牌认同感，并让客户相信你是他们最佳的选择，那么，向客户的家庭寄信将是一个不错的方案。当然，你首先应该判断信件的内容是否合适，然后仔细检查信件的细节。你的创造力是无止境的，所以你可以尽可能地使用卡通形象、有趣的商业通讯或者其他方式，从而让这个家庭参与到你的销售中来。

维吉尼亚的一个轮胎公司曾经希望让他们的员工和客户更好地参与到公司的运营中来。为了让大家了解该公司成长壮大的经历及其提供的产品和服务，公司向数据库中所有的已有客户和目标客户的家庭递送了高质量的商业通讯。其中，每份商业通讯都有一个编码。每个月，公司都会随机向两个家庭打电话，如果接电话的人读过这份商业通讯并能说出其编码，那么该公司就会立即赠送给这个家庭两张 100 美元的纸钞。这就意味着这个公司用每月 400 美元的成本，让 1000 个客户了解了他们的产品，并积极参与到公司的运营过程中来。

任务 仔细想一想，怎么做才能够让你的目标客户以及已有客户的家庭参与到你的销售中来？一个好方法就是将你的信息传递给客户。这样不仅成本很小，并且也比较容易让那些顽固的人最终购买你的产品。并且，最好能让这些客户的家庭也来帮助你进行销售。

结语 当你在说服客户购买产品的时候，你也许无法获得太多的帮助。所以你尽可以大胆地将触角延伸至客户的整个家庭，这对你们任何一方都有利。

4

与你的工作
团队一起寻
求客户

公 司对于客户的寻求，应当是由团队来完成的。“团队”意味着“团结众人，从而获得更大的成就”。通过大家一起工作，团队可以拥有各种能量、协作优势、工作热情以及创造力，从而比单个人更能获取较多的客户。因此，我们给你的

建议就是组织一支团队，并且将它称为你的“智囊团”。

在某个公司里，每个周二早上七点，来自各个部门的员工就会聚集到餐厅，然后开始做本周的客户寻求规划。主持人是该公司国内部的销售经理。首先，他会回顾一下上周前十位目标客户的情况，以及上周行动方案的结果。接着，这个团队就会列出一个新的前十位目标客户名单，并对下周的行动方案展开头脑风暴式的热烈讨论，然后根据不同的任务分派工作。该项措施获得了巨大成功，而其秘诀就在于团队能够为公司带来能量和协作优势。这个方法来自于麦当劳的创始人雷·克洛克。他曾经说：“我们中间没有一个人比我们所有人聪明。”

任务 今天就组织起你的“智囊团”，然后遵循团队的意见来实施方案，看看结果怎样。你要确保这支团队的成员是来自于公司的各部门，并且不要过于担心当你摸清团队工作的规律后发生的人员变动。

结语 不要守株待兔。马上就着手组织你的“智囊团”，让成功早日到来！

5

开发员工的价值

你 为什么需要获得新客户？是因为你的业务运营得不好而一直在丧失原有的客户吗？你是否已经准备好足够的资金来建立新的部门，打开新的市场，获取规模经济，或者更新原有设备？不管怎样，你所做的一切应当都是为了发展你的业务。

那么，如果发展是你的目标，你肯定会同意这样一种观点——教育你的员工将对你大有裨益。我非常喜欢一句话：“你的业务因为员工的发展而发展，而员工也因为业务的发展而发展。”所以，你可以想想如何利用各种技巧，让教育成为你获取新客户的基础。威廉·亚瑟·伍德曾经说过：“普通老师会讲述，好老师会解释，特级老师会论证，而伟大的老师会启迪。”当你开展教育项目时，请记住这些话。聪明的员工能够带来明智的决策，而这将有助于你更好地开展业务。

任务 查看你的销售工作以及员工情况，评估员工的技能并且寻找能够提高其能力的教育培训机会。同时，也要积极寻求可以帮助你扩大销售、获得客户的相关技巧。

结语 你可以去查看任何一所一流大学的状况，你会发现这些学校的成功来自于它们的校友。这些大学通过教育，充分发挥了校友的作用。如果你想发展你的业务，那么就永远不要忽略对于员工的教育。