

大学毕业生的
销售红宝书
初涉销售场的
成长励志书

贾昌荣

实战营销专家
贾昌荣◎著

从零到赢

毕业就做销售的快速成功法则

如果你畏惧销售，它帮你实现从畏惧到无畏的关键一跃
如果你成长无门，它助你完成从平凡到成功的临门一脚



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

零到赢

实战营销专家
贾昌荣◎著

毕业就做销售的快速成功法则

如果你畏惧销售，它帮你实现从畏惧到无畏的关键一跃
如果你成长无门，它助你完成从平凡到成功的临门一脚

贾昌荣



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

从零到赢：毕业就做销售的快速成功法则 / 贾昌荣著. - 北京：中国经济出版社，2009.1

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8609 - 1

I. 从… II. 贾… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 064917 号

出版发行：中国经济出版社（100037·北京市西城区百万庄北街3号）

网 址：www.economyph.com

责任编辑：刘 晨 （电话：010 - 88377716）

责任印制：石星岳

封面设计：任燕飞

经 销：各地新华书店

承 印：北京金华印刷有限公司

开 本：B5

印张：15 字数：238 千字

版 次：2009 年 1 月第 1 版

印次：2009 年 1 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978 - 7 - 5017 - 8609 - 1/F · 7593

定价：38.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，由我社发行部门负责调换，电话：68330607

版权所有 盗版必究

举报电话：68359418 68319282 国家版权局反盗版举报中心电话：12390

服务热线：68344225 68341878

前言

十年寒窗苦读只为金榜题名，人人都向往那理想中的象牙塔。可是，自从国家对大中专毕业生不再进行统一分配以来，大中专毕业生的就业压力越来越大了，甚至可以说就业压力陡增。在此，不妨看一看来自教育部的最新数据，2008年全国高校毕业生达到559万人，比2007年增加64万人，增幅接近13%。截至2007年9月1日，2007年全国普通高校的应届毕业生有超过140万人未能如期就业，往年积压的未就业大学生将加入2008年的就业大军，与559万新毕业生“抢饭碗”。可见，就业压力空前高涨！在这种情况下，很多大中专毕业生产生了悲观心理，甚至在社会上也产生了一些消极因素。的确，这是一种现实：不读大学难，读了大学照样难，甚至毕业就失业……其实，无论是大中专毕业生，还是家长，都不需要悲观。因为出现这种局面，并非企业不重视人才，也不是企业不需要人才，而是少有符合企业需要的人才，少有符合真正能为企业创造价值的人才。21世纪最贵的是人才，很多企业都愿意为引进人才而付出大价钱！因此，大中专毕业生不要把原因推向企业，更不要抱怨社会，最根本的是从自己身上找原因，即如何提升自身的素质与能力，做出成绩让企业认可。同时，也在贡献中获得丰厚的回报，这才是正确的就业观。

在大中专毕业生中，除了市场营销及关联专业的毕业生可能要从事销售工作外，还有相当数量的非营销类专业毕业生会主动或被迫地从事销售工作。市场经济的大环境下，“销售”成为企业生产经营活动的龙头，企业对销售工作空前重视。笔者曾做过一项调查研究，在人才市场上，营销

人才的需求量位居各专业人才需求量排行榜的前10名。虽然就营销岗位来说存在严重的供过于求的现象，但是企业却似乎始终在招人，而很多大中专毕业生依旧是工作没有着落。营销类岗位，可以说是人才流动性最大的岗位。为何流动性大？总体来说，有三点原因：一是很多大中专毕业生基于辛苦、专业、面子等因素不愿意做销售工作，即便是做了销售工作，也是为了“过渡”一下；二是企业没有给销售人员创造良好的生存环境与工作土壤，结果一些销售人员不断地“骑马找马”，跳来跳去；三是企业以业绩为导向，对达不到目标业绩的销售人员予以辞退，再重新招聘。从某些角度来说，销售工作在大多数大中专毕业生眼里成为低级、辛苦、漂泊的代名词，并且觉得销售工作赚钱难，甚至形成了不健康的择业观。这对于大中专毕业生的个人前途、企业发展与社会进步而言，都会产生不良影响，因此有必要加以正确引导。

实际上，人生无处不营销。对于大中专毕业生来说，做销售可以说是快速打开成功之门的金钥匙。不能只看到做销售的问题与困难，做销售还有很多机会与优势。对于大中专毕业生来说，销售可以说是一个综合的历练过程，对心态、沟通、毅力等诸多方面都能有所锻炼与提升，对个人素质与能力提升大有裨益。另外，从个人前途来说，销售也是一个很不错的平台。在计划经济时代，工厂厂长往往要从生产系统内提拔，而在市场经济时代则往往要从销售系统内提拔。很多优秀的总裁都是出色的营销大师，诸如现任巨人网络总裁史玉柱，以及格力空调的总裁董明珠等，都曾创造了辉煌的销售业绩。所以，对于追求个人前途的大中专毕业生来说，对销售不应怕，而应爱，主动从事销售来丰富自己的人生，增强自己的素质，提升自己的能力，培养自己的品格，为将来承担事业重担奠定坚实的基础！实际上，这也是创作这本书的宗旨所在。本书力争帮助这些大中专毕业生扭转不正确的心态，树立对销售工作的正确认识，建立正确的销售职业观。更重要的是，想通过传经送道，帮助他们在销售领域里能够有所作为，帮助他们成为销售精英，乃至成就更大的事业。

在本书的具体写作上，采取了“观点+工具+案例+点评”的写法，不但让读者学到销售理念、方法、策略与技巧，还要让读者掌握游刃销售职场的成功术。可以说，这既是一本销售实务专著，也是一本励志读本，还是一部职场手册。在内容上，本书力求创新、通俗、实战、实用、实

效，特别适合于即将走向工作岗位的大中专毕业生，以及刚刚走入工作岗位、正在从事销售工作或者准备从事销售工作的大中专毕业生。同时，也适合毕业指导部门、销售培训机构、就业服务机构作为培训教材使用。当然，对于从事销售研究与即将从事销售工作的其他人士来说，本书亦具备很大的参考价值。总之，希望这本书可以成为大中专毕业生的枕边书，能够启迪心智、传递理念、教授方法、丰富技能，使他们不但在销售工作上有所成就，在个人成长上亦能有所帮助，进而快速造就人生辉煌。

这本书能够如此高效地得以出版，离不开中国经济出版社刘晨先生的大力支持，在此致以深深的谢意！

由于本人水平所限，加之时间仓促，书中难免存在不足之处，还望读者朋友及时与我联系并批评指正。同时，更欢迎读者朋友就书中的内容与我进行沟通交流，共同提升、共同受益！

贾昌荣

2008年10月1日于长春

目 录 | Contents |

前言 / 1

第一章 做销售最可怕的就是自己的“心魔” / 1

- 第一节 新手还未上路就已被“心魔”所困 / 3
- 第二节 “销售”很可能会与你狭路相逢 / 11
- 第三节 销售不是“魔鬼”而是“天使” / 14
- 第四节 告诉你什么才是真正的销售 / 19
- 第五节 新手上路必须“洗心”、“革面”、“换脑” / 24

第二章 游刃销售职场的制胜“潜规则” / 33

- 第一节 销售员自我培训的“修炼”规则 / 35
- 第二节 销售员在企业站稳脚跟的生存规则 / 39
- 第三节 销售员与客户合作的“共舞”规则 / 44
- 第四节 销售员与对手争食客户的竞争规则 / 49
- 第五节 销售员要清楚肩膀上的职责与责任 / 53

第三章 销售员必须念好的自我管理经 / 59

- 第一节 要实现你的目标首先要做好计划 / 61
- 第二节 一定要把你的时间价值最大化 / 66
- 第三节 别让糟糕的情绪坏了你的大事 / 70
- 第四节 没有信息支持你将会迷失方向 / 76

第五节 销售员的个人形象就是销售力 / 79

第四章 快速踢开“头三脚”的速赢必杀技 / 87

第一节 初做销售员必须逾越的职场障碍 / 89

第二节 正确执行可以确保你在企业的存在 / 92

第三节 利用好企业现有的价值性营销资源 / 95

第四节 尽快踢出射向成功之门的关键一脚 / 99

第五节 订单拿得少就多创造点其他价值 / 101

第五章 实施富有成效的目标客户拜访 / 107

第一节 要到有“鱼”的地方去“撒网” / 109

第二节 向你的客户发起“立体化攻势” / 113

第三节 永远不可缺少的客户拜访计划 / 116

第四节 客户拜访过程中不可忽略的细节 / 121

第五节 在客户拜访之后还要做哪些文章 / 126

第六章 在谈判桌上摆平客户的博弈经 / 131

第一节 销售谈判的终极目标是互利共赢 / 133

第二节 销售谈判千万不要打无准备之仗 / 137

第三节 销售谈判不可违背的八条“铁律” / 142

第四节 在销售谈判中稳占上风的前招后势 / 149

第五节 打破谈判僵局搞掂难缠的客户 / 157

第七章 启动扩大销售成果的“快捷键” / 163

第一节 千万不要只与客户做“一锤子买卖” / 165

第二节 以创新眼光去寻找新的销售机会 / 171

第三节 眼睛要牢牢盯住那些集团购买客户 / 174

第四节 关键客户的开发可让你受益良多 / 177

第五节 以专家级服务持续改善与提升销售业绩 / 182

第八章 危急时刻做个出色的“救火队员” / 193

第一节 在客户精耕过程中最容易遇到的难题 / 195

第二节 不可掉以轻心的客户抱怨与投诉 / 200

第三节 在危机来临之际你千万不要苦恼 / 205

第四节 打开赖账客户拖欠货款的枷锁 / 212

第五节 打造防止客户“变节”的“金手铐” / 219

更多资讯 / 225

主要参考文献 / 227

后 语 / 229

【营销版本】

第一章

做销售最可怕的就是自己的“心魔”

你要坚强，坚强到足以认识自己的弱点；你要勇敢，勇敢到足以面对恐惧；你要堂堂正正，在面对挫折时能够昂首而不卑躬屈膝；你要能面对掌声，在胜利时能够谦逊而不趾高气扬……

——林肯继母

【本章精要】

本章共五节，主要阐述了以下五个核心观点：

1. 欲做销售首先要克服“销售恐惧症”，驱除自己的心魔，其关键在于挑战自我、超越自我、战胜自我，打败自己就是胜利，如果前怕狼后怕虎将难以有所成就。

2. 无论你是主动选择做销售，还是做销售实非所愿，或者半路出家做了销售，你都要倍加珍惜，因为你面对的不是一份简单的工作，而是一次绝佳的机会。

3. 人生无处不营销，销售是人生的必修课，做销售的经历会使你受益一生。你要乐观地对待做销售这份工作，销售是你打开未来成功之门的一把“金钥匙”。

4. 销售不等同于推销，做销售员也不等同于做推销员。销售员要具备以客户为中心的营销思维，或者说做营销员，远非做推销员那样只是推广产品或服务。

5. 销售员成功销售的关键在于以最佳状态出征，这关系到能否“战胜”客户。因此，新手上路前必须“洗心”、“革面”、“换脑”，把自己调整到最佳状态。

第一节 新手还未上路就已被“心魔”所困

最近几年,企业对市场营销类人才的需求常常位居人才需求榜的榜首。根据中华英才网发布的各类职位分析,2006年市场营销类、物流类、房地产建筑专业类、咨询类、项目管理类、生产管理类、电子工程师类、质量管理工程师类、设计类、IT 软件研发测试类是人才市场 10 大需求旺点。其中,市场营销类人才不仅包括销售代表,还包括销售团队管理人员、区域销售管理人员、渠道销售人员等。不过,销售管理岗位似乎与大中专毕业生无缘,走上管理岗位恐怕是工作几年后的事情。看来,市场的确需要市场营销人才,但供需之间却总是存在很大的缺口,难以对接:一方面企业为找不到合适的营销人才而苦恼,一方面是大中专毕业生不愿意从事市场营销工作。何以如此?就是因为大中专毕业生对销售心存恐惧。不仅仅是恐惧,还有对销售工作的困惑与茫然。不仅不知所措,而且迷失了方向。作为职业营销人,笔者经常能收到一些大中专院校在校学生或毕业生的来信,下面的信件便是其中的一封,字里行间都能感受到这些莘莘学子的困惑、茫然与彷徨:

尊敬的贾昌荣先生:

您好!我叫×××,是一名市场营销专业的学生。不知能否请您帮我一个忙,希望能够得到您的指导。还有一年就要大学毕业了,我现在正在考虑我以后是否适合从事营销这个职业,所以很希望能够得到您的帮助。如果您能赐半个小时来指导我,我将不胜感激!

我想请教您七个问题,列举如下:

- 一、如果您的生命再从头开始,您是否愿意还从事您现在这个职业?
- 二、您认为在营销这个行业中想要成功需要什么要件?
- 三、营销这一行业是否已人满为患?工作机会多吗?
- 四、我所学的专业找工作是否困难呢?我应首先接受哪一类的工作?
- 五、如果我的能力属于中等,在开始的 5 年中,我有希望赚多少钱?
- 六、从事营销工作,对一个人来说有什么好处和坏处?

七、如果我是您的女儿,您愿意鼓励我从事营销行业吗?

祝您工作顺利!

敬佩您的学生:×××

2008年3月25日

另外,还要看到一个现实,那就是大中专毕业生就业压力陡增,就业压力、生活压力加大,迫使很多大中专毕业生主动或被动地走上销售这条路。但是,大中专毕业生为“心魔”所困,往往难以做出正确的选择,甚至带着负担从事销售工作,这些都不利于个人成长。因此,战胜自己的“心魔”成为很多在校生及毕业生必须迈出的第一步。

销售恐惧症就是“心魔”

说起销售恐惧症,不仅仅新手上路之前会有,那些正在销售岗位上“挣扎”的老手也会有,只不过症状有所不同罢了。实际上,存在的就是合理的。这些学子们害怕是因为他们当中的确有个别人不适合做销售,如果选择做销售,那么从一开始可能就错了。现代销售理论奠基人戈德曼博士告诫我们:“把一个不合适的人放到销售岗位上,一开始你就失败了。”对于是否适合做销售,关键看一个人的市场悟性高低。如果市场悟性太差,恐怕就不适合做销售。

提到市场悟性,很多销售管理人员甚至个别专家都会简单地给出这样的概念:对市场的分析与判断能力。其实,这样下结论有些偏颇。笔者认为,所谓市场悟性就是销售人员对市场营销的意会力、敏锐力、识别力、预见力、分析力、判断力、决策力及融合力的总和,这些“力”的“合力”就是市场悟性。对于具备良好市场悟性的大中专毕业生,能很快获得销售人员应该具备的能力,包括以下诸多方面:一是知识能力,即了解行业、产品、消费、营销等方面知识;二是调研能力,诸如对市场考察、分析、评估等能力;三是判断能力,诸如在发展客户时总要优中选优,要具备判断客户素质的能力;四是表达能力,能把事情说清楚,做到准确传达与清晰沟通;五是推销能力,面向客户的劝购与谈判能力;六是化解能力,如与客户发生冲突,具备矛盾化解能力;七是管理能力,包括自我管理、客户管理等能力;八是服务能力,为客

户提供售前、售中及售后服务的能力；九是结算能力，如货款管理、商业信用、财务管理等能力；十是适应能力，诸如经常调整销售区域，销售员要具备对不同市场环境的适应力；十一是进阶能力，具备不断学习、自我提升的能力等。如果不具备良好的市场悟性，即便做了销售也终将会被淘汰出销售队伍。菲利普·科特勒在其名著《营销管理》中引用一项调查结果：27%的销售人员创造了52%的销售额。这组数字说明，大部分的销售员业绩平平，甚至没有业绩，而市场永远属于那些有能力的销售员！

现在再回过头来看一看，对于即将上路的新手，面对销售工作，他们究竟在“怕”什么？

一、怕自己“没面子”

很多人认为销售员是社会的最底层，靠近乎乞讨的“求人”方式生存，常常遭人白眼。对于普通大中专院校的学生来说，这种心理还差些，而对于那些知名高校的毕业生则十分严重，往往会觉得自己是名牌大学的毕业生，或者学历很高，害怕因做销售而遭人嘲笑，没面子。

二、怕荒废所学专业

很多毕业生觉得自己不是市场营销或非关联专业毕业生，因为不懂销售而害怕自己与那些市场营销专业毕业生相比不具有竞争力，更主要的是为荒废自身所学专业而感到可惜。尤其在对自己所学的专业非常喜欢的情況下，作出从事销售工作的决策更是难上加难。

三、怕自己性格不适

很多毕业生觉得自己的性格内向，不善沟通、言谈、交际，而害怕做销售无法与客户进行深度沟通，进而难以得到客户的认可，拿不来订单。实际上，因这种因素而对销售工作心生恐惧的毕业生为数不少，直接导致其从事销售工作的勇气不足。

四、怕自己赚不到钱

在毕业生心中，赚钱多少已经成为选择职业与工作的重要标准。很多人想选择做销售，但又害怕做销售不出业绩而无法获得回报。实际上，这种

心理的存在有其客观原因。因为很多企业在销售人员的薪酬模式上确实以业绩为导向,很多企业都把报酬严格地与个人业绩挂钩。

五、怕销售不适合女性

因为性别原因,一些女大中专毕业生觉得自己是个女生,害怕销售这个职业不适合女孩子来做。在她们心中,做销售要频繁出差,还要与形形色色的客户打交道,这个社会太复杂,害怕自己无法承担起销售工作。

六、怕做销售太辛苦

很多毕业生通过各种途径了解到,做销售是苦差事,风雨飘摇甚至风餐露宿,害怕自己做不了“苦行僧”。或者害怕将来长期从事销售工作而把身体搞糟,或者因为太辛苦而影响了未来的家庭生活。

七、怕工作难度太大

持这种心理的毕业生往往不喜欢从事具有挑战性、创新性的工作,总是喜欢躲避困难与回避难题。或者害怕自己做了也做不久,还要再去找工作。要知道,毕业找工作,人人求稳定,觉得从事销售工作不稳定,进而怕再次失业。

八、害怕自己入错行

这是很多男孩子的困惑,俗话说“女怕嫁错郎,男怕入错行”。另外,害怕入错行还有一个重要因素,那就是那些大中专毕业生害怕销售领域竞争过于激烈,从业人员也过于拥挤,就业机会和发展机会太少。

销售恐惧症是“传染病”

实际上,不但新手心存恐惧,那些在销售岗位上已经工作了一段时间的“老手”照样心存恐惧。为什么在此要强调一下“老手”的心理恐惧,就是因为他们是“病毒”的制造者与传播者,他们对销售的认知、感受与遭遇,更容易传播给那些刚刚毕业或者即将毕业的大中专毕业生,使那些还未上路的新手们更是望而却步。对于已经在销售路上的“老手”,照样可患有销售恐

惧症,往往是因为他们那些不愉快的工作经历或者坎坷的事业道路,主要体现在以下两个方面:

一、被算计之苦

很多企业也深知大中专毕业生的就业压力大,销售人员的流动性大,于是在用人上开始不走“正路”,想办法“算计”销售人员,以降低人员成本,主要体现在以下五个方面:一是把销售员的试用期延长,并且采取低底薪试用,过试用期就辞退,相当于“玩人”;二是把销售员工资与销售指标挂钩,而把销售指标定得过高,即使销售员努力也无法完成,结果销售员的工资也大打折扣;三是销售员工资多年一贯制,即便企业得到了发展,而销售员的待遇却得不到改善;四是企业诚信缺失,尤其不兑现工资承诺,而导致销售员患得患失;五是为了防止员工年后不辞而别,采取晚发工资、扣奖金等手段,甚至长期扣发……笔者曾经接触过很多销售员,上述情况是他们所普遍遇到的,甚至有些销售员这样来形容他们的老板心太“黑”:玩你不是目的,玩死你才是目的。的确,有很多销售员深受其害。在无奈的情况下,有很多销售员也向企业伸出了报复之手,诸如携款潜逃、多企业兼职……对于老销售员的遭遇,很容易“传染”给新手,诸如通过网络论坛、校友联谊等机会。

二、怕流动之累

做销售员是一项很“累”的工作,主要体现在以下四个方面:一是体力累,长期奔走于市场一线,对身体容易造成一种透支;二是精神累,业绩指标过高,导致压力过大,神经总是绷得紧紧的;三是生活累,过于繁忙的工作甚至会影响到生活、家庭,导致家庭关系恶化;四是职业累,流动性过大,不得不经常考虑下一块“奶酪”在哪里……由于销售工作缺乏稳定性,频繁流动而导致心理焦虑。当然,销售人员流动也有主观因素,即主动“跳槽”,也存在被动因素,那就是不知道什么时候自己就会被企业炒掉。其实,这不但使销售员感觉到累,企业也感觉到累。《电脑商情报》曾经刊发了这样一篇文章:《人才紧俏,销售岗位一将难求》,这篇文章讲述了这样一件事:春节长假过后的第一天,济南××公司经理来公司上班,很是吃惊:公司竟然有一半的人没来上班!许多人连招呼都没打。甚至最信任的销售经理也不在工作岗位上,打其手机,始终处于关机状态。原来,大批的员工节后“跳槽”了。

对于“累”，毕业生们应理性看待，做什么事都不可能不劳而获，并且做任何事都有利的一面和弊的一面。

打败自己就是胜利

卡莱尔说过，一个人首要责任是征服恐惧。人们必须摆脱恐惧，否则一事无成。一个人不把恐惧踩在脚下，那么，他的行为就是奴性的，不真实的，而且是华而不实的；他的思想是虚伪的，他所思所想也如同奴隶和懦夫……总之，你要无所畏惧，不论现在或将来，一个人战胜畏惧的程度将决定他是怎样一个人。其实，我们每个人都有四个敌人：一是比自己弱的敌人；二是与自己一样的敌人；三是比自己强的敌人。如果前三个你都战胜了的话，那么第四个敌人就是你自己！即使你谁都战胜了，别忘了，还有你自己，你要在自己原本的基础上继续加深、加强、加量，不断发展提升，以达到最高境界！世界上从来没有什么“救世主”，能够使你摆脱销售恐惧症的只有你自己。只有挑战心魔、战胜心魔、摆脱心魔，你才有可能踏上销售这条成功路！每个人都是自己的英雄，但关键是能够打败自己。

对于销售工作，只要你有乐观的态度，以及必胜的信心，敢于接受挑战的信念，就可以成功。其实，笔者也有类似的经历，在此不妨敞开心扉向读者朋友谈一谈：

1991年，我考入哈尔滨某大学企业管理专业，当时适逢国家经济转轨，即由计划经济与市场调节相结合向社会主义市场经济过渡。在这种市场背景下，学校瞅准了一个冷门专业——市场营销，学校相信这个专业将来会很热。我们是上大学半年后才“被迫”调整专业方向的，当得到这个消息时我内心充满了恐惧，尤其当系主任说这个专业的毕业生要先从一线推销员做起。当时，在我心中的理想职业不是营销工作，也觉得自己很不适合这个专业，我认为自己不够圆滑，还有一些内向，这个想法几乎伴随着我直到大学毕业。一个偶然的机，改变了我这个坚持了几年的错误观念，也为我走上营销道路点燃了一盏指路明灯。

大学毕业那年，我们专业包括我在内的十五位同学来到哈尔滨某生产量具刀具的大型国有企业实习，由于专业原因我们被安排到销售处实习。这是一家拥有三千职工的大企业，销售处规模也很大。当时，销售处设有销