

世界第一行销之神杰·亚伯拉罕告诉你——
如何快速实现业绩倍增

RIGHT WAY, BIG MONEY

闭江锋/著 王译苒/点评

★ 世界行销之神杰·亚伯拉罕行销策略大揭秘 ★

选对方法 赚大钱

 中国工人出版社

闭江锋/著 王译苒/点评

RIGHT WAY, BIG MONEY

★世界行销之神杰·亚伯拉罕行销策略大揭秘★

选对方法 赚大钱



中国工人出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

选对方法赚大钱：世界行销之神杰·亚伯拉罕行销策略大揭秘 /
闭江锋著. —北京：中国工人出版社，2008.9
ISBN 978-7-5008-4199-9

I. 选… II. 闭… III. 企业管理：销售管理 IV.F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 140450 号

出版发行：中国工人出版社

地 址：北京鼓楼外大街 45 号

邮 编：100011

电 话：(010) 62350006 (总编室) 82075964 (编辑室)

发行热线：(010) 62005450 62005042 (传真)

网 址：<http://www.wp-china.com>

经 销：新华书店

印 刷：北京建泰印刷有限公司印刷

版 次：2008 年 11 月第 1 版 2008 年 11 月第 1 次印刷

开 本：680 × 950 1/16

字 数：100 千字

印 张：9

定 价：22.00 元

版权所有 侵权必究

印装错误可随时退换

序言

世界第一营销之神——杰·亚伯拉罕



闭江锋

在过去近30年里，中国创造了一个经济上的奇迹，经济总量以惊人的速度持续增长，商品生产不再只是为了满足国内的需求，人们的生活也日益由温饱奔向小康。伴随着这一过程的背后是，无数的人创造了无数的财富神话，众多默默无闻的公司发展成为名声赫赫的跨国巨头。在这个黄金时代里，生意人不难寻找到商业机会，小公司也很容易实现自己的目标。

但到今天，商业环境又发生了剧烈的变化，独家生产的历史已被激烈的竞争所取代，高利润的行业已变得利润微薄，靠推销就能走红的厂家再也竞争不过以营销为主导的生产企业。时代变化得太快，那种从小型企业一夜之间便崛起而起的时代已是一去不复返了，众多的中小企业只能在生存的边缘赢得狭小的空间。如今，国内企业怎样才能在激烈的竞争中赢得一席之地，同时又挣得较好的利润和收入？企业在坚持技术创新的同时，是否继续需要我们在最擅长的手段——营销上有所增进？如果是必要的话，我们的企业又应当如何去增进？这些问题成为了企业界、学术界近两年来热烈探讨的话题。

幸运的是，被称为世界第一营销之神的杰·亚伯拉罕2007年底来到了中国。这个人在过去的30年里，帮助超过450种行

业，12000多家公司赚到大钱，累计为企业创造额外纯利润超过70亿美元，相当于560亿人民币以上，曾被《财富》、《福布斯》排行榜评选为全美国最伟大的五位商业决策教练之一。世界最顶尖的企业都是他的客户，如：微软、IBM、花旗银行、联邦快递等等。

也在过去的30年里，他目睹了中国所发生的巨大变化及其所创下的辉煌历史。对此，他并没有无动于衷。他在这个最恰当的时机来到了中国；同时，把最先进的行销理念也带到了中国。他曾经培养了世界第一潜能开发大师安东尼·罗宾等著名人士。现在，他又把他的理念奉献给中国那些热爱行销的企业家们。

要理解杰·亚伯拉罕，首先要了解行销。究竟什么是行销？行销便是推销吗？在杰·亚伯拉罕眼中行销就是营销，也即产和销，这两个概念并没有多少区别。杰·亚伯拉罕是一个成功的营销策略家。安东尼·罗宾曾谈到他时说：“过去20年中一些最大、最受人瞩目的商业成功故事是杰·亚伯拉罕策划创造的。当一个人能用同样的人力、同样的公司、做同样的工作、用相同的成本，在用了杰·亚伯拉罕的行销策略后就取得10倍以上的利润。”

尽管在杰·亚伯拉罕的商业智囊里有无数的点子可供你去赢得竞争优势，但本质上他更像一个哲人。他运用哲学的思维来思考商业的变化，运用哲学的思考来寻求突破性的策略。他把具体的商业上升到一种哲学的高度。因此，他就像是站在高山之巅观看你的人生和事业，从而指点你获得一种智慧性的思考。

在现代商业世界中，没有人会比其他人聪明一百倍，也很少有企业在科技上、主要的分销渠道上及劳力优势上比竞争对手高明多少，但有些超级成功的企业家实现了远比竞争对手更

高的成就。杰·亚伯拉罕认为，关键就是正确的思考。善于突破创新的人往往注视在机会的思考上，而无法突破的人则不是这样。

1972年民主党代表大会提名麦戈文出马和尼克松竞选。在代表大会期间，麦戈文决定换掉副总统竞选搭档——参议员伊戈顿。一个16岁的小伙子看到这个毕生难忘的机会，他以五美元的价格买下了5000个已经作废的麦戈文——伊戈顿的竞选名牌及汽车贴纸，再以每隔25美元的价格出售这些具有历史意义的纪念物。

还有比这个例子更鲜明的吗？这个年轻人专注于机会的态度，往往使他可以发觉更多旁人无法察觉的机会。这个年轻人不是别人，正是比尔·盖茨。杰·亚伯拉罕以他哲人的眼光，看到在人一生的事业中，总有一些没有利用的资产，一些没有发现的机会，当然还有些意想不到的营销方法，如果能把这些发挥到极限，人们获得巨大成就的机会便会大大地增加。古希腊哲学家阿基米德曾说过：“给我一个支点，我便能撬起地球。”杰·亚伯拉罕也认为，如果懂得了杠杆原理，你也能撬起你的人生。

作为行销之神，杰·亚伯拉罕对商业世界的深刻理解，构筑在他对人性的深刻洞察之上。他不少的营销策略便是建立在对人性的深刻理解上的，他认为只有洞察了人性，才能更好地去了解商业行为，才能更好地去把握成功的机会。难道事实不是如此吗？在这个竞争激烈的商业环境中，顾客在不停地选择着，而现实又为他们提供了无数的选择机会，怎样才能抢在你的对手之前赢得这些顾客？

杰·亚伯拉罕看到有些人在自己的商业生涯中，一辈子都没问过自己顾客为什么会一而再再而三地到他们这里寻求购买？他们也没有问过自己应当是关心顾客所购买的服务或产

品，还是应当关心它们背后所包含的价值？因此，这些生意人只是盲目地做着生意，只是被动地应付着这个剧烈变化的商业世界。

这些人要想获得商业上的成功，就必须不断地去关注顾客的需求，了解顾客所要获得的价值，同时还要努力改变对客户思考、待人接物及说话的方式。在和顾客通电话时，要像和本人说话一样高兴、诚挚、热情。因此，相对于只顾眼前利益而不顾信誉的行为，杰·亚伯拉罕更倾向于通过诚心和口碑去赢得长远的竞争优势。

杰·亚伯拉罕的商业哲学既复杂又很简单。说它复杂，是因为要全面理解他的商业思路，从而达到这么一个境界，必须要不断地去实践、去测试、去努力；说它简单，是因为他简化地把如何发展你的商业和事业归纳为3点：一是如何扩大你的客户数量；二是如何增加顾客购买的次数；三是如何增加客户的购买量。这三点是杰·亚伯拉罕营销思想的核心之一。掌握了这三点，也就找到了通往成功道路的战略思路。

为了实现这三个战略性方向，杰·亚伯拉罕提出了一系列的策略、方法和技巧。现实中大部分行业似乎只懂得一种行销的方法，但事实上有更多、更有效、更能挣钱的方法摆在那些生意人面前，而遗憾的是认识到这一现象的人屈指可数，杰·亚伯拉罕就是其中的一位。

这正应了一句古话“条条大道通罗马”。但杰·亚伯拉罕更高明之处在于：他告诉你如何去找到最有效的策略和方法。他会教给你一些原则，教给你一些看待问题的方式，他还会教你如何把传统的思维模式进行彻底的改造。围绕这些策略，你也必须去努力提高自己的技能。也许你会认为技能不是很重要的，可是如果没有这些技能，你根本无法采用这些策略来取得突破性的进展。

任何一个伟大的商业思想家，都会看到人在商业世界中的巨大作用，杰·亚伯拉罕也没有例外。在过去的几个世纪中，人们看到了物质世界发生了翻天覆地的变化，这是机械力量所推动的吗？当然不是，推动这些变化的便是人，尤其是企业家们。当你听到福特的理想，是想让美国人人都拥有一辆汽车时，我相信你会很感动，而且是真正的感动。正因为太多像福特一样的企业家们的简单理想，使美国的经济富裕程度远远超过了任何一个国家。

这些企业家是改变世界的人。杰·亚伯拉罕认识到企业家的意义之所在，因此他持续地关注着企业家们。他希望从这些成功企业家身上去获得他们之所以成功的元素。杰·亚伯拉罕的理想不就是希望通过正确的理念、策略去实现人们商业生涯的巨大成功吗？于是，他从优秀企业家身上去找。他看到了三种不同的企业家。他也看到闪烁在成功企业家身上的一些优秀品格，正是这些品格在不断地支撑着他们的成功。

国内的企业家们在回顾自己的创业生涯时，对比杰·亚伯拉罕的营销思想和理念，或许会找到自己的差距。我们过去不少的中小企业，便是凭着营销起家的。他们长于营销，也把中国的营销水准带到了一个很高的高度。但是，在他们转而更多地关注企业技术创新时，还须继续把自己的营销思想和理念提高到更高的水准。

其实不管是企业家，还是作为营销者，杰·亚伯拉罕的思想绝对会让你的事业有新的起点。

如果你真正体会和用到了他的策略或思想，你就会发现杰·亚伯拉罕这次中国之旅已带给你最宝贵的东西。

相信本书一定会带给你许多有益的启示！

目 录**序 言 世界第一行销之神——杰·亚伯拉罕 /1****第一讲 杰·亚伯拉罕讲行销法则 /1**

- 一、行销是21世纪的终极业务杠杆 /2
- 二、哈佛商学院都学不到的七大行销理念 /11
- 三、企业成功行销的七条准则 /19
- 四、避免人人都可能犯的十大市场行销错误 /23

第二讲 杰·亚伯拉罕讲行销战略 /29

- 一、增长业务的三种战略思想 /30
- 二、突破局面的12根战略思考支柱 /42
- 三、业务飞速成长的九大动力 /47
- 四、了解顾客的终生价值 /50
- 五、事业成功不可替代的基石——服务和诚信 /55

第三讲 杰·亚伯拉罕讲行销战术 /61

- 一、推动业务几何级增长的帕台农神庙策略 /62
- 二、让风险逆转 /69
- 三、建立一个推介体系 /76

- 四、提出一个独特卖点 /80
- 五、教育你的客户 /86
- 六、让你比对手表现更为优秀的竞争策略 /90
- 七、出色行销的几项行销技能 /97

第四讲 杰·亚伯拉罕谈企业家成功商道 /105

- 一、3种企业家及5种创造企业财富的方式 /106
- 二、企业家14根思维模式支柱 /113
- 三、成功企业家遵循的21条重要原则 /122

杰·亚伯拉罕精彩语录 /132

第一讲

杰·亚伯拉罕讲行销法则

- ☐ 行销是 21 世纪的终极业务杠杆
- ☐ 哈佛商学院都学不到的七大行销理念
- ☐ 企业成功行销的七条准则
- ☐ 避免人人都可能犯的十大市场行销错误



一、行销是 21 世纪的终极业务杠杆

在你为了业绩辛苦奔波时，在你的事业举步维艰时，你是否想到你能不断扩大你的业务，获得比现状更大的成功？是否想到你能以五到二十倍的系数放大你的预期财富？杰·亚伯拉罕告诉你，你必须学会使行销发挥杠杆的作用，这样才能使你的生意收入成倍地增长，使你的业务成倍地扩大，从而不断提升你的竞争力，成为你甩掉竞争对手、超越竞争对手的强大武器。

“现代企业管理之父”德鲁克曾讲到，企业只有两个基本的功能，一个是创新，另一个是行销，同时他还认为企业应当努力去创造和满足顾客的需求。同样，在关注企业外部环境这一点上，杰·亚伯拉罕与德鲁克不谋而合，他认为在 21 世纪的企业经营管理中，行销是企业的终极业务杠杆。

所谓“终极”，是因为今天的企业已无其他杠杆可用。毕竟，今天绝大多数企业已经简化成一种商品了，人们的购买行为没有太大的不同，广告的成本也相差无几。就算企业轮班加班加点，轮班两次三次也不会带来多少优势。

称它为“杠杆”，是因为在杰·亚伯拉罕的行销思想中，

通过利用有形的财务提升和无形的战略行销这两种方法所产生的合力可以大面积地拓展你拥有的任何业务，使你获得一个又一个业务佳绩；还能让你接手一批批的产品、服务、资产、分销渠道、专利、商标销售渠道以及智力资本。由此可见，行销所起到的杠杆作用，可以极大地撬动你的财富。

想想看，当你雇佣的每一位销售人员的业绩都可能三倍或四倍于你的竞争对手，当你所打的每个广告获得的收益十倍于你的竞争对手，当你让每一位顾客从你那里购买的商品平均数额超过竞争对手的“50%~200%”……最后，甚至你能每年向每位顾客“额外”转卖商品无数次，并且每次向他们出售带有很大利润空间的多种多样的产品或服务——而此时，你就会发现你会以几倍或几十倍的比例遥遥领先你的竞争对手。

当然，杠杆作用不会凭空而得，或凭想象而得。杰·亚伯拉罕提出你要想发展你的事业，就得用全新的视角观察你的企业，你的生活，你的目标和你的机会。你必须在你的行销活动中成功地运用一些行销策略，这些策略会让你超越对手去建立一个系统以吸引新客户，并从不同角度增加现有客户的业务量，让你懂得如何建立及达到开发你的潜能的特殊目标，让你学会如何去了解现有客户、潜在客户、员工、上司与厂商的需求等等。

在杰·亚伯拉罕的行销思想中有两种策略能够增加你的收入：第一种是充分利用现有的资源并将其尽情地发挥；第二种是利用各种方法扩大你的极限。这两种特别的策略都非常

符合杠杆原理的精髓。杰·亚伯拉罕就曾见到有人只在一个广告的大标题中修改了一个字，却带来了50000美元和250000美元的差异。无独有偶，佛罗里达州的嘉年华邮轮公司当初创业时只有一艘船，资金很不足，可这家公司以舱位和100多个城市的广播电视台及报社交换广告，为期达十年，利用这种以物易物的策略，它不仅没花一毛钱的广告费，而且得到了一批固定的客户，到现在他们已经发展成世界上最大的邮轮公司。

实际上，利用杠杆原理也就在于挖掘你现有的潜力。想想你现在还有多少的资源没有加以充分利用，你是否充分利用了你的时间，是否将你的时间花在能够带来最大回报的主业上，你是否从现有客户、潜在客户、供应商或是其他关系人身上取得了额外的收益，你是否有效地策略性地利用了现有的销售渠道……按杰·亚伯拉罕的方法，你完全可以做到这一点：你可以协助关系人获得市场上的新价值，从而给你带来好处，也可以通过这样形成的主客互惠关系，能最大化地利用你和关系人的资源；你还可以做一个什么资产都没有的中间人，通过利用其他人的资产来做生意，而这也不是不可想象的。

杰·亚伯拉罕指出：充分利用杠杆原理，就现有资源中获得最大的利益，是所有大财富的源泉。

案例 1

四年前，有人告诉你“只交500元钱，就可把车开回家”，你会不会怀疑？但这就是杭州某汽车租赁公司销售的主要广告语。

该公司注册资金只有几百万元，在短短的几年时间内销车



几万辆，并在全国许多城市都开设了分公司，年销售额十几亿元！这是在传统销售车的模式下几乎不可能达到的奇迹。其实，他们成功的诀窍就是运用了租赁这个杠杆，采取以租代售的方式来实现这一切的。

他们是如何操作的？

首先，提出500元可以开走车这一震撼性的口号，降低了买车的门槛，让有能力付得起租金、又愿意现在就开上车的人买到车。然后再将车的所有权和全额保险在公司担保的前提下抵押给银行，获得购车全款并向厂家支付。

这样做的好处是人为地扩大了需求，使许多本不具备买车条件的人都买上了车。商家通过收手续费、保险公司的保险费折让和保险金的滞留而获得的利润是巨大的。

点 评

行销的方法和策略是很多的，如果运用得当，收入就会飞速增长。有时，当此路不通时，换种策略，便会有一种意想不到的效果。上述案例，如果按照传统的老路该公司肯定走不通，即使走通了所花的代价也会很大，但通过一条很有吸引力的广告，通过把初始的购买风险降低，利用和关系人的互利合作，他们迅速地取得了成功。

案例 2

杰·亚伯拉罕曾经为一家稀有金属投资公司做过策划，这是他上世纪 80 年代早期最大的一次成功。

稀有金属投资公司是一家小公司，当杰·亚伯拉罕第一次通过电话跟他们联系时，他们的总裁非常热情，但对行销战略好像一无所知。这家公司之所以建立起了一家能够盈利的小经纪人业务公司，主要是因为他们被一家联系密切、非常受读者欢迎的通讯印刷商推荐给了客户。

这家公司以前采取的是利用邮件、推荐书，即一种自助式、没有什么动力的销售策略。如果远期客户没有购买他们的产品，他们就这样通过现有的客户一如既往的进行下去。而且他们从来不会再次联系客户。

杰·亚伯拉罕为这家公司提供了帮助，下面是他为稀有金属投资公司提供的一些策略的介绍：

首先，为这家公司找准定位，主要是确立具有逻辑性和“显而易见”的商业思考。

杰·亚伯拉罕跟这家公司的管理人员解析，如果有人对它们公司感兴趣并来电询问，或者写信来了解更多信息，他们应当保证公司必须采取相应的跟踪服务行动。

然后，他为这家公司编写了全新的公司教材，让他们发出去对客户进行询问并收集反馈意见。

接下来，杰·亚伯拉罕把以个人名义的感谢信和公司教材一起编发。这封感谢信会提醒被询问人，他本人曾经联系过本公司想了解更多投资信息，主要是金币、银币或稀有金属方面的投资。然后会提供一些简单易懂并针对客户感兴趣的入门知识，接下来是提醒客户要小心谨慎，任何投资开始阶段都应该采取保守策略，远期目标要根据实际情况来确定。最后，信中还建议可根据客户意愿安排第一次面谈，真正入市前会有经验丰富的贵金属专家提供建议，即便他们不打算购买也无所谓。

这一方法为该公司带来了大批客户。

然后杰·亚伯拉罕又拟定了长期战略以便为这家公司增加每位客户带来的净利润。杰·亚伯拉罕了解到其他与之竞争的贵金属投资公司都是极力想要客户购买他们大量的产品，然后任由客户赔掉家当，再也不管客户死活。杰·亚伯拉罕决定把这家公司打造成为一家以培养客户为主，长期的、全力以赴的、对客户始终关心如一的经纪人公司。他确定这家公司应该永远把客户利益放在第一和最重要的位置。