

# 说话致富

TALK TO BE RICH

## 有钱人的说话模式和你不一样

穷人说话只为保住饭碗，富人说话总能创造资产。

其最主要的差别在于：有钱人懂得让自己致富的六大说话模式。

事实上，用说话创造财富并非难事，只要你能掌握要诀，

你会发现，原来财富和成功，都来自于“致富说话模式”！

台湾、新加坡TOP100财经好书，甫出版就风行东南亚华人圈



台湾著名行销管理专业顾问

张潜◎著

南京大学出版社

# 说话致富

TALK TO BE RICH

有钱人的说话模式和你不一样

张潜◎著

## 图书在版编目(CIP)数据

说话致富:有钱人的说话模式和你不一样/张潜著  
—南京:南京大学出版社,2010.8  
ISBN 978-7-305-07059-4

I. ①说… II. ①张… III. ①语言艺术—通俗读物  
IV. ①H019-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 090890 号

说话致富——有钱人的说话模式和你不一样  
本著作之中文简体字版本经 松果体智慧整合行销有限公司 授权  
中文简体字版专有出版权©2010 南京大学出版社  
江苏省版权局著作权合同登记 图字:10-2010-126 号

出版发行 南京大学出版社  
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093  
网 址 <http://www.NjupCo.com>  
出 版 人 左 健

书 名 说话致富——有钱人的说话模式和你不一样  
著 者 张 潜  
责任编辑 姚 徽  
照 排 南京紫藤制版印务中心  
印 刷 南京大众新科技印刷有限公司  
开 本 880×1230 1/32 印张 6 字数 114 千  
版 次 2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷  
ISBN 978-7-305-07059-4  
定 价 22.00 元

发行热线 025-83594756  
电子邮箱 [Press@NjupCo.com](mailto:Press@NjupCo.com)  
[Sales@NjupCo.com](mailto:Sales@NjupCo.com)(市场部)

- 
- \* 版权所有,侵权必究
  - \* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购  
图书销售部门联系调换

[作者序] 说话不再是工具,而是一种专业。



[作者序]

## 说话不再是工具,而是一种专业

几乎每个人都“会”说话,却不是每个人都“懂”说话。会说话的人,生活也许可以不成问题;懂说话的人,却能靠说话成就自己的财富和影响力。

英国首相邱吉尔说:“一个人可以面对多少人,代表他的人生成就有多少!”你早该发现,古今中外、政治商界所有深具影响力的有钱人,都是善于说话的沟通大师。

美国前总统克林顿卸任时,是美国历任总统中最穷困潦倒的一个。最主要的原因,当然是他在任期间的那段风流官司,不仅让他的积蓄消耗殆尽,还背了一屁股诉讼费;到最后,当他打算买纽约市郊一处房子时,好几家银行甚至以他资金不足、缺少必要的信用而拒绝提供贷款。

不过克林顿有的是妙招,他开始靠一张嘴赚钱。卸任后的

## 说话致富 ◆ TALK TO BE RICH

有钱人的说话模式和你不一样

几年内，克林顿走遍五湖四海，利用自己的机智和经历让全场笑趣横生、五体投地，光是 2005 年到中国深圳走一遭，一个多小时的演讲就轻松赚到 25 万美元的“出场费”，靠着这种方式，他在短期内还清了所有债务。

如果按字数统计，假设克林顿一小时讲演 6000 字，收费 20 万美元，那么每个字就高达约 33 美元，堪称一字千金的范例。

有人始终认为，“说话”只是一种工具，能把心中的意思表达出来就好，这当然是错误的观念。事实上，说话是一个人内涵和视界的结合，从谈话内容就可以看出你是不是个有远见、有担当的人，而你一生的财富和成就，就藏在这些看似平常的谈话内容里。

例如，当你看到客户开着一辆豪华汽车时，你会说什么？

我听到的多数人是这么开始的，他们会摸着汽车不停赞叹：“这真是一辆好车，相信不便宜吧！真是符合你的高贵气质。”

如果你也是这样开始，那么你只是“会说话”，对于怎么拉近距离，也只停留在“赞美”这一点，有些客户甚至会认为你在拍马屁，对你的信任感就先扣三分。更尴尬的是，如果这台车是租的或借的，这马屁就完全拍到了马腿上。

当客户开着一辆豪华汽车时，你应该想到，车子再贵再美，和车主也没有直接关系，顶多只能说车主眼光好，然而，如果你说的是：“这车子保养得真好！”重点是不是就完全不同了？

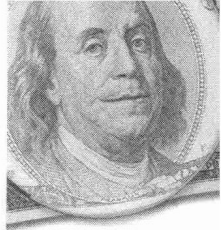
穷人和有钱人最大的差别，在于同样表达一个意思，穷人说

[作者序] 说话不再是工具,而是一种专业。



完后不见一丝回应,富人却能创造一场丰收。

这本书要告诉你的,就是融合富人说话的思想 and 内涵所归结出的六大说话模式。告诉你到底是哪些方式让穷人变穷、富人变富,同时也要提醒你,“说话”的时代已经来到,不要再把说话当工具,说话已成为一种专业,只要你想变有钱,这门“六大说话模式”的学分,非修不可。



# 目 录

[作者序] 说话不再是工具,而是一种专业 .....	1
----------------------------	---

## 第 1 篇 说话真的可以致富

说话,是改变别人的第一管道 .....	2
富人和穷人的距离,只有 0.5 公分 .....	7
选对说话模式,就能赚大钱 .....	13

## 第 2 篇 活用说话致富的案例

从小扳手“说”到《福布斯》——雷诺得·福士 .....	18
用低姿态打造高格调——王嘉廉 .....	22
不被标准和量化套牢——王台光 .....	27
所有的“没有”,都是致富机会——饭田亮 .....	32
不要局限产品的作用和价值——雷诺铝业 .....	36
逢人鞠躬创新业绩——玉山银行 .....	41

## 说话致富 ◆ TALK TO BE RICH

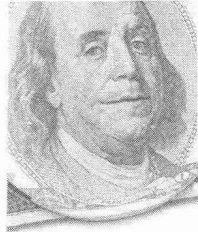
有钱人的说话模式和你不一样

首创天天最低价——山姆·沃尔顿 .....	46
考虑别人的“需要”，才能得到自己的“想要”—— 乔·库尔曼 .....	51
别把精力浪费在愤怒上——李·艾科卡 .....	56
最好的行销来自活化的服务——铃木敏文 .....	61
别让紧张成为绊脚石——桃乐丝·里兹 .....	66
立足点在客户心中——菲利 .....	72
靠梦想成就事业——佛瑞德立克·史密斯 .....	76
远见，是行销的唯一标准——王震华 .....	81

### 第3篇 让你致富的六大说话模式

模式一：绝不正面否定 .....	86
▼ 穷人总是争辩，富人尝试改变 .....	87
▼ 穷人逃避问题，富人解决问题 .....	92
▼ 每个意见都有可用的一部分 .....	98
模式二：把对方的利益放前面 .....	103
▼ 穷人想“我”能赚多少钱，富人想“我们”能赚多少钱 .....	104
▼ 穷人先说自己的要求，富人先听你的要求 .....	110
▼ 穷人说“几点见”，富人说“我马上到” .....	115
模式三：绝不势利 .....	119
▼ 别对拖鞋台客大小眼 .....	120
▼ 再有钱也可能一毛不拔 .....	125





▼ 对方有没有钱,因你的态度而决定 .....	130
<b>模式四:比别人多想三步 .....</b>	<b>135</b>
▼ 别人给一万,帮他做十万的事 .....	136
▼ 穷人提供劳力,富人提供价值 .....	141
▼ 穷人要你成交,富人要你满意 .....	146
<b>模式五:什么话都不能说死 .....</b>	<b>151</b>
▼ 穷人万事绝对,富人绝对不绝对 .....	152
▼ 没骨气才能赚大钱 .....	156
▼ 所有事物的正反两面都有钱赚 .....	162
<b>模式六:把风险当机会的冲浪模式 .....</b>	<b>165</b>
▼ 穷人相信先苦后甘,富人以苦为乐 .....	166
▼ 穷人害怕失败,富人创造失败 .....	172
▼ 穷人找缺口,富人打造出口 .....	177

# Chapter 1

说话真的可以致富



## 说话致富 ◆ TALK TO BE RICH

有钱人的说话模式和你不一样

【致富格言】预测未来的最佳方式就是创造它。

# 说话，是改变别人的第一管道

沟通能力，决定你是否有潜力更上层楼。

——华纳(Rawleigh Warner, Jr. 美孚石油公司董事长)

几乎从每天睁开眼、遇到第一个人开始，说话就是我们避免不了的沟通方式，就因为它如此平常，以致许多人忽略它的作用。然而说话的力量是强大的，否则拿着一样的产品、运用一样的宣传机会，为什么有些人是百万销售员，有些人一辈子都和发财绝缘？

说话，无论话题本身或过程，都对说话的双方造成影响，这一点是无庸置疑的，所以谈判、行销类的书籍才会充斥市场。其实它们陈述的都是同一件事：说话的威力无穷，就看你懂不懂得正确运用它。

想靠说话致富，首先要清楚这一点：说话和听话是一体两



面,而人们总是习惯说自己想说的话、只听自己想听的部分。

科学家们做过一个实验:他们把一句话中的一个字剪掉,用一个咳嗽声音取代,然后播放给受试者听,请他们写出所听到的句子。所有人都能正确写出这个句子,但当最后告诉他们句子中有一声咳嗽,请他们标出咳嗽出现的位置时,几乎所有人都做不到。

这就是语言传播的通则:人们会依自己的想法“填补没听到或者不能理解的部分”。

美国保德信人寿公司(The Prudential Insurance Company of America)的总裁贝克(Robert beck)这么说过:“尽管别人可能听你说话,却老是左耳进右耳出。所以我在说话时,一定说得简明扼要。我也训练自己仔细听人说话,并了解别人心里想什么,这是另一个推销的要诀。”

所以,要改变别人的想法,你必须先听别人要什么,再搭配“别人想听”的内容说出自己的意见,这时候你必须先有以下几个准备动作。

## 1. 脱离固定轨道

由于自小所受的教育,每个人的说话模式都有固定形态,但是我们遇到的人千变万化,固守同一套说话模式,往往会葬送自己的“钱途”。

例如,有一些行销人员,不管遇到哪种客户,一律先来个长

## 说话致富 ◆ TALK TO BE RICH

有钱人的说话模式和你不一样

【致富格言】预测未来的最佳方式就是创造它。

篇大论，完全没发现他说话的当下，客户已经昏昏欲睡；也有另一种人是只要客户反驳，一律哈腰低头地说：“是是是，我们会回去检讨！”这种消极的应对也容易让客户反感，即使回去检讨了，然后呢？来来回回只会浪费更多时间。

一个行销人员，应该在出发前先对客户进行分析研究，对个性豪爽的客户，大可直言不讳；对个性严谨的客户，则该小心谨慎先听为妙，一招半式走江湖是行不通的。想赚钱，你得脱离从小遵行的“单一说话轨道”，从听“对方在说什么”入手，琢磨出对方“想要”什么，才有机会创造无限可能。

### 2. 制造平易近人的专业性

说话需要专业做后盾，但很多人习惯使用高难度的字词，却往往弄巧成拙，即使是一些事业有成之士，也很欠缺应有的沟通能力。

华尔街日报(The Wall Street Journal)和商业周刊(Business Week)都曾经报道，高阶主管最常抱怨他们新任命的经理，是“不知如何运用浅显易懂的文字的企管硕士”。根据美国职业训练与发展协会估计，美国雇主甚至每年花费 400 亿美元，帮助管理阶层“撰写语意清晰的文字，改进阅读能力，能在大众面前演说”。

说话的目的是“让人了解、认同”，堆砌一堆华丽的术语，通常会形成沟通阻碍，使交易失败。毕竟，你会向一个满嘴说着你听不懂的语言的人买东西吗？



真正的沟通高手,可以用浅白的文字代替术语,解释高深的学问,请记住,你要卖的是产品,而不是自己的“高学识”。

### 3. 创造影响力

有些人“很喜欢说话却不会说话”,他们口中说出的多是无聊、不经思考的话语。这种说话方式对他们而言也许再平常不过,却容易在无形中丧失唾手可得的商机。

许多名人的话语之所以流传,是因为他们说出口的短短几个字,就能震撼人心并发人深省,例如:

“预测未来的最佳方式就是创造它。”(Alan Kay, 苹果电脑研究部主管)

“与其有一千万个潜在新客户,不如有一百个满意的旧客户。”(Career Times)

“要在资讯的世界生存,便要不断变革更新。让意念不断更新,是今日生存之道。”(黎智英, 香港壹传媒集团老板)

这几句都是浅显而简要的话语,却能显出说话者的历练和远见,更重要的是话语中的深度,能创造说话者在别人心中的影响力。

只要由以上三点循序渐进,对方往往会在无意识中修改原本的想法,折服于你的说服力,并提升对你的信任。根据统计,那些靠说话致富的人,超过八成都奉行这套法则。

你也想说话致富? 从这里开始绝不会错!

## 说话致富 ◆ TALK TO BE RICH

有钱人的说话模式和你不一样

【致富格言】预测未来的最佳方式就是创造它。

### 致富 秘诀

#### 沟通的真相

有个生物学家和朋友走在正在施工的马路上，在一片嘈杂中，他突然停下脚步：“听，有只蟋蟀躲在这些板子后面。”

朋友惊讶地问：“你怎么能在这么嘈杂的环境下，听到那么小的声音？”

他回答：“因为我喜欢动物的叫声啊！”然后，他丢了一枚硬币在人行道上，“当啷！”一声，有十几个人都回过头来看。

“你看，人都是听自己感兴趣的声音。”

这才是沟通的真相，如果你的话题让人提不起兴趣，只是浪费彼此的时间。



## 富人和穷人的距离,只有 0.5 公分

愚人从未了解美德与财富是息息相关的。

——歌德(Johann W. Goethe)

许多保险高层主管告诉我,好的业务员和不好的业务员,主要的差别在于“想法上的不同”,而这些差别就会形成说话上的大不同。

举个例子来说,有些人认为“行销是为了交朋友”,有些人则反过来认为“交朋友是为了行销”。这种不同表现在用词上,就会形成 A 总是对客户说“YES”,B 却总是说“NO”;表现在行动上,就是只知道去“找客户”,却不明白“创造客户”才有发展契机。

我们也看到,许多业务员因为赚不到钱而离开,追究他们赚不到钱的原因,会发现那是因为他们完全把行销当做一份“工



## 说话致富 ◆ TALK TO BE RICH

有钱人的说话模式和你不一样

【致富格言】预测未来的最佳方式就是创造它。

作”。

新光人寿总经理潘柏铮这么说过：“保险这一行，就跟每天在竞选一样！”他不把行销当工作，而是深入日常生活的“活动”。所以他天天都在点头、微笑及认识新朋友，甚至连坐飞机时，也要挑一个正当壮年、可能会买保单的人当邻座，并在接下来的四十分钟内成功行销保单。

就因为一路遵循这个守则，让他从最基层的业务员一路晋升到总经理，并把这个想法传递给更多员工，开创新光人寿辉煌的业绩。

简单来说，想改变别人的想法之前，必须先改变自己的想法。根据美国一份统计资料，他们分析靠说话累积财富的人士（例如：保险业务、汽车业务、演讲人士等等）获得成功的要素后发现，想要说话致富，一定要拥有下列几个心态。

### 1. 要有诚心

如果你只是把客户当成“血牛”，即使生意做成了，也不会长久，甚至可能引起法律纠纷。

之前曾发生一家净水器业务人员，以检查水质为名进入住家，检查后表示住户水质不太干净，公司愿赠送净水器、饮水机给住户。

既然是免费的，住户当然不拿白不拿，谁知道业务人员在半个月后就来电表示，住户每年要定期执行四次水质检验、滤芯更