

S E L L

销售就是卖故事

金牌销售员都在讲的50个故事

[美] 保罗·史密斯 (Paul Smith) / 著 任海英 / 译

W I T H
S T O R Y

HOW TO CAPTURE ATTENTION,
BUILD TRUST, AND CLOSE THE SALE

SELL

销售就是卖故事

金牌销售员都在讲的50个故事

[美] 保罗·史密斯 (Paul Smith) / 著 任海英 / 译

WS

图书在版编目 (CIP) 数据

销售就是卖故事 / (美) 保罗·史密斯著; 任海英译. — 北京: 北京联合出版公司, 2017.5 (2017.7重印)
ISBN 978-7-5596-0389-0

I. ①销… II. ①保… ②任… III. ①销售-方法
IV. ①F713.3
中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第093250号

著作权合同登记号 图字: 01-2017-3172

Sell with a Story: How to Capture Attention, Build Trust, and Close the Sale
Copyright © 2017 Paul Smith. Published by AMACOM, a division of the American
Management Association, International, New York. All rights reserved.

销售就是卖故事

作者: (美) 保罗·史密斯

译者: 任海英

总发行: 北京时代华语国际传媒股份有限公司

责任编辑: 郑晓斌 徐秀琴

封面设计: 红杉林文化

版式设计: 姜楠

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街83号楼9层 100088)

河北鹏润印刷有限公司 新华书店经销

字数180千字 690毫米×980毫米 1/16 17.5印张

2017年6月第1版 2017年7月第2次印刷

ISBN: 978-7-5596-0389-0

定价: 46.00元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容
版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本社图书销售中心联系调换。电话: 010-83670231

献给我的父亲，罗伯特·史密斯，
他比其他人花了更多时间聆听我的销售故事。

赞 誉

“作者举了很多例子，还细致地教我分辨哪些是故事，哪些不是，这些我都很喜欢。书很容易理解，很对我的胃口。”

——《小企业品牌术》（Small Business Branding）

“……这是那种你拿起来就放不下的书……非常好看，很鼓舞人，也很贴心……它能促使你反思自己的沟通方式。”

——《我们帮》（Autamme）

“……如果推销是一剂苦药，那么销售故事就是让人快乐服药的一勺蜜糖。”

——《火炮营销》（Artillery Marketing）

“保罗·史密斯从前的作品广受赞誉，《销售就是卖故事》也必定大受欢迎，而且不局限于销售从业者。”

——《纪事先驱报》（The Chronicle Herald）

销售就是卖故事

“……对想要把创业公司卖给投资人、战略合作伙伴和顾客的创业者非常重要。”

——马丁·茨威灵（Martin Zwilling），《赫芬顿邮报》（Huffington Post）

“这绝对是一本畅销书。”

——《博客评论》（Blog Critics）

“（保罗·史密斯）写了利用故事来搞定重要事项的三本书——《故事的魅力——优秀领导都是讲故事的高手》（Lead with a Story）、《销售就是卖故事》（Sell with a Story）和《教养就是讲故事》（Parenting with a Story）。”

——《工商管理日报》（Business Management Daily）

“……分享了许多实用的策略来吸引人，并积极鼓励他们运用故事，而不是依赖枯燥的、强调逻辑的传统销售术。”

——《领导力工具箱》（Leadership Tools）

“有趣、轻松，而且用处非常大，适合销售从业者和小企业主阅读。”

——《波特兰书评》（Portland Book Review）

“我是保罗从前的畅销作品的忠实粉丝……而且新书也一样地棒，信息量大，实用，可行。”

——《埃里克·雅各布森谈管理与领导力》
（Eric Jacobson On Management and Leadership）

“书里到处是关于人类建立信任的方式和故事在其中的作用的深刻见解……有力地解释了为什么你要在销售演示中讲更好的故事。”

——安东尼·扬纳里诺（Anthony Iannarino），播客《竞技场里》（In the Arena）

“《销售就是卖故事》没有废话，特别是对在小企业工作的人而言是一本必读书。”

——《零售洞察》（Retailing Insight）

“……解释了当你表现出亲切和人性的一面时，你的话可以多么地有说服力，即便你是在劝别人买……适合所有从商的人阅读。”

——《广告汁》（AdPulp）

“使运用故事来卖东西的艺术登峰造极……适合所有销售从业者和有志于进入这一行业的人阅读。”

——《淘沙书评》（Tulsa Book Review）

“……是成功工具箱里的一件工具，很少有人拥有和使用。然而无可辩驳的是，我们都需要它……而且它是一件所有人立即就能学会并使用的工具。”

——《齐格勒秀》（The Ziglar Show）

“保罗·史密斯是最优秀的讲故事教练。”

——《销售管道电台》（Sales Pipeline Radio）

销售就是卖故事

“购买决策所依赖的不止是数据，情感也有重要作用……如何针对情感来销售？通过故事。”

——吉姆·帕夫拉克（Jim Pawlak），《Biz 图书》（Biz Books）专栏作者

“任何成功的销售人员都知道故事的威力，这就是你需要用来提高你讲故事能力的那本书。”

——《骑士在路上》（Knights on the Road）

“《销售就是卖故事》详细描述了讲故事为何对建立和谐关系那么重要，尽管是针对销售从业者的，但是对其他人同样深有启发。”

——《科学杂志》（Science Magazine）

“这本强大且实用的指南为你提供了急需的工具，来帮你把经历转化为有说服力的故事。”

——《十倍》（Ten Fold）

“《销售就是卖故事》是关于销售如何讲故事的技巧大全。尽管写给销售从业者，但其他行业的人，都能从中获益。”

——《福布斯》（Forbes）

序 言	001
致 谢	005
引 言 一头在海洋里游泳的猪	007
第一章 销售故事需要具备的六个特征	013
第二章 故事成为首要销售工具的十大原因	019

第一部分 讲故事如何作用于销售的每个阶段

第三章 学会以讲故事的方式介绍自己，让客户记住你	032
第四章 销售动机也可以是个好故事，它会让你备受信赖	038
第五章 让客户讲出自己的故事，你才能抓住机会	043
第六章 准备关于自己和公司的故事，与客户建立密切关系	051
第七章 销售过程中最常用的 5 个故事类型	069
第八章 在客户说“不”时，故事就是最好的武器	082
第九章 在完成销售阶段，你需要准备三种故事	092
第十章 售后服务的关键：给不同客户讲述不同故事	100

第二部分 如何打造销售故事

第十一章	好故事是由三个基础元素构成的	110
第十二章	四个步骤，帮你选择一个合适的故事去讲	118
第十三章	八个结构，让故事变得更加真实、可信	125
第十四章	如何开始我的故事？	131
第十五章	能激起客户兴趣和热情的故事背景	136
第十六章	故事中的挑战、冲突与结局	145
第十七章	故事讲完了，不代表你的工作结束了	150
第十八章	情感的投入会起到积极作用	162
第十九章	增加一点小惊喜，让故事更具说服力	177
第二十章	让故事更加有效的小技巧	188
第二十一章	好故事是怎样讲述出来的？	212
第二十二章	如何把数据变成故事？	222
第二十三章	我的故事必须是真实的吗？	229
第二十四章	愿望清单：如何寻找精彩故事的素材	238
第二十五章	故事的练习与保存	247
第二十六章	入门指南	255

附录

附录一	销售人员所需的 25 个故事	257
附录二	销售故事路线图	259
附录三	故事结构模板	263
附录四	销售故事	264
附录五	补充阅读	266

序 言

保罗·史密斯的第一本书——《用故事来领导——打造有吸引力、说服力和启发性的商业故事指南》极大地提高了我作为演说家和顾问的效率。所以，当我得知史密斯把他讲故事的专业意见应用到关于我最喜欢的话题——销售的新书上时，你可以想象我有多么兴奋。

我的日常工作就是帮助销售高管和销售人员拓展新业务并开发新客户。与其他主题或销售技巧相比，销售人员最需要得到帮助的地方是怎样讲述他们的故事。我几乎每天都对听讲的人说：“故事是你最有力的销售武器。”然而，高管和销售人员往往很害怕讲故事。糟糕的是他们的故事无聊、混乱，通常没有重点，几乎总以自我为中心。事实上，正如你将在第一章中看到的那样，许多故事甚至缺少被称为“故事”的必要组成部分。

好的销售故事可以改变一切。它能让顾客卸下心防，帮助他们放松，通过迎合他们的智力和情感来吸引他们的注意力，并让他们心动。一个好故事能建立可信度，并帮你找到你在顾客眼中的正确位置，而不是被视为一

个小贩（参照史密斯从采购人那里获得的至理名言），一个令人信服的故事可以帮助你成为顾客心目中的价值创造者、专业问题解决者和顾问，这正是你迫切想要的。

更重要的是，你富有感染力的故事能让顾客敞开心扉来分享他们的故事。没有什么比你在适当的时间、以适当的方式讲述贴切故事的能力能更好地鼓励潜在客户来回答你试探性的问题，并透露他们面临的问题、需求、预期结果、挫折和机遇！我们常常会快速越过发现阶段，因为顾客并不乐意分享他们的信息。通常情况下，我们的试探不会有结果，因为我们与潜在客户并不熟悉，也没有建立可信度，更没有提出争议性问题的权利——而一个好故事可以帮助我们完成所有这些事情。

通过展示真正的销售人员在销售过程的每个阶段如何讲故事，《销售就是卖故事》传达了以下几点内容：如何吸引注意，建立信任并完成销售。这些关于销售人员在建立客户关系、制作演示文稿、处理异议、完成销售以及售后服务时如何部署自己故事的真实案例，值得单独列出。

这本书最好的一个方面是，它不但非常有趣也易于阅读（因为书中有很多有趣的故事），而且还能帮助你学会使用这些有价值的方法。把它看做一本业务手册：手边放一支笔和一个便签本；下载模板；确定你需要的故事，然后将它们打造成令人信服的故事。作者已经对成百上千的人进行了访谈，他现在有权要求你也这么做。

如果你真的想提高你与客户的沟通效率，希望提升你的销售业绩，那么《销售就是卖故事》正是为你量身打造的。这本书增强了我的能力，也激励我不断努力，我知道它对你同样有效。

迈克·温伯格

顾问、演说家、AMACOM 畅销书作家

著有《全新销售》（简化版）和《销售管理》（简化版）

致 谢

首先，我要感谢为这本书增色的人。感谢大家分享自己的经验和智慧，让读者从中受益。

大多数人的名字已经在本书正文中提及，在此不再赘述。我同样感激在漫长的采访和交谈中付出了时间并提供了专业知识，却没有被提及名字的人：雷·布鲁克、凯文·坎菲尔德、查理·科林、杰夫·多金、丹·多尔、艾略特·费尔德曼、保罗·约翰逊、蒂姆·莱恩汉、马克·麦凯、詹姆斯·芒特、克里斯汀·佩代蒙蒂、鲁迪·波伦、艾德·坦圭、安德鲁·塔文和保罗·卫塞尔曼。

同时，要感谢 AMACOM 的出色员工，他们是让人难以置信的最佳合作伙伴，尤其是我的编辑斯蒂芬·S. 鲍尔、宣传总监艾琳·梅朱、版权及国际销售总监特雷泽·毛瑟。还要感谢纽沃思联盟出版社的文稿编辑和我的文学经纪人玛丽安·卡琳奇，为我联系到这么优秀的团队。

最后，感谢我的妻子丽萨和我的儿子马特和本。因为有你们不变的爱与支持，我才能继续追寻我的梦想。

