

写给普通销售员的职业提升手册

销售王 是怎样炼成的

(韩) 白淑贤 崔真实 金勇官 宋庆根 / 著
金星光 张美花 / 译

The
Best Sellers
in Korea

白淑贤，从无法完成月销售定额的主妇销售员，到大宇电子最负盛名的销售女王，她拥有30000多名顾客……

崔真实，2003年共销售汽车257辆，如果扣除公休日，相当于每天销售一辆……

金勇官，在禽流感的冲击下，他的炸鸡店的销售量却保持着150%的增长速度……



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

写给普通销售员的职业提升手册

销售王 是怎样炼成的

(韩) 白淑贤 崔真实 金勇官 宋庆根 / 著
金星光 张美花 / 译



電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 · BEIJING

Baek Sook-Hyun, Choi Jin-Sil, Kim Yong-Kwan, Song Kyong-Geun: The Best Sellers in Korea Copyright©2004 by Haneon Community Co.

All right reserved.

No part of this book may be used or reproduced in any manner whatever without written permission except in the case of brief quotations embodied in critical articles or reviews.

Chinese Translation Copyright©2007 by Publishing House of Electronics Industry.

Chinese simplified edition is published by arrangement with Haneon Community Co. through BOOKCOSMOS, Seoul.

版权贸易合同登记号 图字: 01-2006-3524

图书在版编目(CIP)数据

销售王是怎样炼成的 / (韩) 白淑贤等著; 金星光, 张美花译. —北京: 电子工业出版社, 2007.1

书名原文: The Best Sellers in Korea

ISBN 7-121-03366-6

I.销… II.①白…②金…③张… III.销售学 IV.F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 129177 号

责任编辑: 黄 佳

印 刷: 三河市新世纪印务有限公司

装 订: 三河市鹏成印业有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×980 1/16 印张: 13.5 字数: 168 千字 插页: 1

印 次: 2007 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 27.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系电话: (010) 68279077; 邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

The Best Sellers in Korea

关于作者

白淑贤

1986年开始就职于韩国大字集团，曾4次获得大字集团“销售大王”称号，并在2000年突破个人销售额200亿韩元，创造了家电销售史上的传奇记录。她拥有3万名顾客，被称为随时随地做销售的活公司。

崔真实

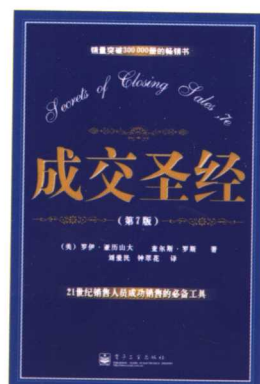
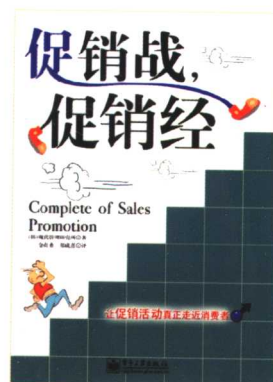
1996年就职于现代汽车集团以来，崔真实用自己独特的创新方式，在汽车营销界引发了一场轰动，从2001年至2003年连续三年稳坐现代汽车销售大王的宝座。

金勇官

年仅29岁的金勇官，从卡通设计转型至快餐零售开始创业，用一年的奋战取得了令人瞩目的成功，尤其是在禽流感危机中，使自己的炸鸡店仍然保持快速增长。

宋庆根

韩国HANA咨询公司法人代表，为许多韩国企业提供经营策略、经营改革、知识经营、顾客管理和构筑信息系统等方面的咨询服务，著有《成为正确领导人的条件》。



推荐辞

□ 我认识的白淑贤

俗话说：水源不浊，水尾清。我认识白淑贤部长是在十几年前，至今还记得她那干净利落的衣着和明亮的眸子。果不其然，她以自己独特的爆发力和策略，显示了1颗珍珠变成10颗、100颗珍珠的神奇力量，现她已成为大宇电子集团产品推销的一等功臣。不仅如此，她至今还担任我们大宇电子集团营销本部部长职务，依然发挥着以一当十的作用。

我一直认为自己很了解白淑贤部长，但是读完这本书后，还是情不自禁地由衷赞叹。我知道她所得到的荣誉和所创造的神话并不是偶然的，但是确实没想到她是一位如此细致而周到的策略家。

——大宇电子集团代表理事 金忠勋

白淑贤好像是为推销而出生的人。她对每一件事都一丝不苟，把自己所有的一切与销售联系在一起，所以谁遇上她，谁就会成为她的“俘虏”，不知不觉中我们大家也会成为她的推销队伍中的一员，成为她的宣传员。

感受着她这样执著的精神，我一直很想知道她是如何达到这种境界的。幸好有了这本书，总算能让我痛痛快快地了解了她成功的秘诀。而且还认识到了世上并没有天生的推销员。

我很想推荐从事推销工作的人以及所有热爱推销工作的人来阅读这本书。它能使您透过销售，领悟真正的人生之道！

——KT 营业总管 李显宗

□ 我认识的崔真实

崔真实是我们现代汽车集团营业部的代表人物。这话并非因为他是连续3年以令人惊奇的业绩摘下全国销售王荣誉而说的，他是值得许多从事销售的人学习的榜样。随着岁月流逝，他的真正价值更是如此。

艰难的家庭背景下，崔真实以特有的诚实和不懈努力，取得成功的事例让我们领悟到“只要付出努力，终会获得成功”的道理。

——现代汽车集团副社长 全炫灿

我是崔真实的支持者。我支持他并不是因为他有特别之处或对我特别友好，而是因为他是名副其实的职业人。

只要你懂得什么叫工作，懂得什么叫人生，那么以你的眼光看到的他肯定是很美的。

他穿着常人不敢穿的衣服往返于职场上，凡事都从顾客角度考虑，并保持谦卑，但是作为销售员，他具有强烈的自尊，是一位真正懂得自尊的男子汉。

我敢断定，您会从这本书上发现这一切！

——三星信用卡信贷部门次长 朴宗植

崔真实的确是个很特别的人。从表面上看，他好像不够稳重，也像是做事半途而废的人。但是当你看到他三更半夜整理顾客档案

卡时，你就会知道什么叫工作狂。

他的特别之处不仅仅是这些，他还是一名有头脑的销售员，他善于分析销售环境中各方面因素的影响，所以连续3年登上现代汽车全国销售王的宝座绝不是偶然的。

在这几年的观察中，最让我赞叹不已的是他那始终不渝的诚实和执著。说实话，他起了一个名副其实的好名字。

——现代汽车惠化分店店长 马洛吉

□ 我认识的金勇官

读金勇官的故事，能看得出他是一个有天赋的商人。他与普通人不同之处是他懂得一个平凡的道理——理解顾客的需求，为顾客提供全方位的优质服务是事业成功的秘诀。在生意场上，他把顾客的利益放在第一位，并为此投入一切。遇到危机的时候并非消极地等待，而是积极地想尽办法，把危机转变成机遇。当我知道他是年仅29岁的年轻人后，为他如此年轻而拥有冷静的头脑和惊人的胆略感到大吃一惊。

——《韩民族21》经济部记者 郑男九

到现在为止，我看了不少企划书，其中金勇官的企划书最普通也最特别。他所说的“文件夹”式思维方式，为我们提供了既简单又快捷的办事方法。在短短的1年里，他从创业者走向成功，其惊人的能力叫人难以置信！他是生活在这个时代的“蚂蚁群”的希望，我将一如既往地关注他。

——《首尔体育报》企划部 金大庆

金勇官的营销很具战略性，也充满浪漫色彩。他通过彻底、周密的分析达到了预期的目标。与其分析、企划、构思相比，最具威力的是其胸中燃烧的激情。

——索尼营业部 金勇勳

前 言

顾客并不像你想象中的那样冷静地挑选有质量、价格优势的商品。他们购买的是“谁”在“怎样”销售商品的每一瞬间的体验。

—— 伯德·H·史密特 《从CRM到CEM》的作者

你曾经想过自己是某个人的最忠实的顾客吗？你能轻松地说出对你经常提供特别服务的销售员的名字吗？如果你能说出一两个，就说明你和他（们）之间已经积累了很多良好的关于销售体验的印象，而且他（们）时常会给你提供令你非常满意的服务。

再深入一点地问，你会把他（们）积极推荐给别人，并乐意做他的支持者吗？在这个问题上，如果你自信地回答“是”，就说明你对他（们）的感性认识已经从满足提升到了感动。

本书描绘的就是那些销售领域里成功者的成长过程。虽然人人都有机会取得成功，但不一定都能抓住这些“活生生的体验”……我们写此书的目的就是为了从这些体验中，找到销售中的普遍规律。

大家公认的销售王——白淑贤和崔真实，他们是通过顾客感动体验拥有了能够推荐商品并支持自己的核心顾客（Sales Post, SP）。

不知什么时候开始他们两人就成了专业销售员，而专业与业余的区别就在于思考问题的深度。专业棋手每下一步棋，都会事先考虑落子后的几十步，而且绝不贪图局部性的小便宜，并且经常保持考虑全局的整体意识。因此他们通常不会丢掉走向胜利的关键因素。白淑贤和崔真实也一样，他们已经掌握了走向成功的关键因素，而且达到了能把它运用自如的境地。

最近被视为销售行业顶尖手段的 1:1 销售，即顾客关系管理（Customer Relationship Management, CRM）要求我们，不要把顾客当做短暂的销售对象来看待，而是要以一生的顾客的观念来对待顾客。CRM 还要求我们不要把产品购买需求、信息调查与处理、产品选择与购买、购买后的使用与废弃处理等与顾客决定消费过程相分离，要从整体来看待。其实，这理论并不稀奇，它是众多销售专家从以往经验中提炼出来的。

该书的主人公白淑贤、崔真实，他们实践的 1:1 顾客关系就是中长期的。他们以此来减轻顾客的心理负担，使顾客无忧无虑地找上门来。其结果是，他们现在各拥有着 30 000 名和 3 000 名的庞大的顾客群。在这基础上，他们又把顾客按不同的标准细分化，同时不断学习满足这些顾客的销售原理，并把它应用于实践，让顾客感动。

此书的另一位主人公金勇官是通过彻底的分析、筛选和模拟，选择了“Chicken man”（一种食品。——译者注）项目。为了获得成功，他制定了天衣无缝的销售策略并打入了市场，而且通过独特的宣传促销策略与顾客建立 1:1 关系。

如果说白淑贤、崔真实的成功事例是“bottom-up（从细节到总体的）方法”的典范，那么金勇官则是正在造就“top-down（从总体到细节的）方法”的 1:1 销售成功事例。白淑贤、崔真实都是通过 1:1 顾客关系长时间积累顾客之后，转入了适用各自独特销售原理的阶段的；而金勇官是从销售战略转移到 1:1 顾客关系的。

再者，如果白淑贤、崔真实所树立的是“体验品牌”，那么战略家金勇官则是正在树立“品牌体验”。白淑贤、崔真实是通过给顾客提供丰富多彩的体验，树立各自独特的品牌；而金勇官是让顾客体验“具有特色的品牌”。

众所周知，比起理论书籍，充满现实感的生动事例更容易解读，读起来也更津津有味，而且从中可以得到很多启发。那么，让我们开始探究销售专家在1：1销售中积累的成功经验吧。

作者 宋庆根

2004年5月

反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可，复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为；歪曲、篡改、剽窃本作品的行为，均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人应承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序，保护权利人的合法权益，我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为，本社将奖励举报有功人员，并保证举报人的信息不被泄露。

举报电话：(010) 88254396；(010) 88258888

传 真：(010) 88254397

E-mail: dbqq@phei.com.cn

通信地址：北京市万寿路 173 信箱

电子工业出版社总编办公室

邮 编：100036

目 录

创造神话的女人——白淑贤

滚雪球.....2

闲得无聊的新娘 / 3

首次从业——化妆品推销员 / 4

改变命运的广告 / 6

吃两粒牛黄清心丸后去应聘 / 8

我的第一位顾客 / 11

可怜的小电风扇 / 15

手段埋没目的 / 16

选择汝矣岛 / 20

如鱼得水 / 22

有缘相遇的 408 号公寓大嫂 / 26

活动策划女王.....29

考验带来的礼物——特长表演 / 30

妇产科里的客户 / 32

■ 白淑贤的销售笔记 / 34

参观工厂活动的“传教士” / 36

抓住机遇——迎接电脑时代 / 38

■ 白淑贤的销售笔记 / 42

考验与荣誉.....46

顾客送给我的一亿韩元突破奖 / 46

■ 白淑贤的销售笔记 / 48

办公室攻略——青春男女联谊之夜 / 51

■ 白淑贤的销售笔记 / 54

司机夫妇们的进行曲 / 56

■ 白淑贤的销售笔记 / 60

实现王冠的梦想 / 62

■ 白淑贤的销售笔记 / 65

跨过考验之谷 / 67

向合作销售跳跃 / 71

尾声.....73

■ 学习笔记 / 75

结束语 / 81

销售总统——崔真实

暴风季节.....84

醒来就是一片光明 / 84

疯狂的汽车迷 / 86

- 一切准备就绪 / 88
- 玩木偶的传教士 / 89
- 从卖鸡蛋到医院差使 / 90
- 求婚也需要推销 / 92

找到天职 95

- 进入现代汽车 / 95
- 从购物手推车到自行车 / 97
- 顾客日志与缘分卡 / 97
- 以顾客为师 / 98
- “氧气般的男人崔真实” / 100
- 崔真实的销售笔记 / 104
- 难道你是夜总会服务生 / 106
- 崔真实的销售笔记 / 109
- 申请 114 登记 / 111

销售总统的备忘录 113

- 比别人再努把力 / 113
- 星期天去高尔夫球场 / 114
- 崔真实的销售笔记 / 116
- 接近持反对意见的顾客 / 118
- 财产目录 1 号——顾客日志 / 119
- 让开垦过的耕地陆续长出庄稼 / 121
- 推销员的全部就是自我管理 / 123
- 崔真实的销售笔记 / 125
- 向目标迈进的人生 / 126

尾声 127

■ 学习 笔记 / 129

结束语 / 139

成功策略家, Chicken Man——金勇官

有理想的人更美丽 142

我的新娘, 我的同志 / 142

挡不住的好奇心 / 143

对学习不感兴趣的美术狂 / 144

未曾发现的自己 / 145

切豆腐式/文件夹式思维方法 / 147

挑战与挫折 / 149

全天候的形象设计师 / 151

创业之梦 / 153

项目选择 / 154

再次缩小范围 / 156

CHICKEN MAN 的孕育 158

开发卡通形象——鸡 / 159

给 Chicken Man 穿上衣服 / 161

开发美味鸡 / 163

创业计划与准备过程 / 165

做宣传广告 / 169

喔喔! CHICKEN MAN 出发啦! 173

宁愿放慢脚步也要走上正规化 / 174

Chicken Man 飞速发展	/ 175
不可抗的灾难——禽流感风波	/ 177
把危机转变为机会	/ 178
飞翔的 Chicken Man	/ 180
会说话的 Chicken Man 诞生	/ 184
世界首创——冷气装置头盔	/ 186
开业一周年得到的荣誉	/ 186
尾声.....	188
■ 学习笔记	/ 189
结束语	/ 197
关于作者	226