

● 世界顶级销售大师为每一位销售人员指点迷津 ●

拯救 你的销售

KILLING THE SALE

如何克服销售人员常犯的10种错误

The 10 Fatal
Mistakes Salespeople
Make & How
to Avoid Them

(美) 托德·邓肯 著
金马 韩月琴 李津石 译



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry
<http://www.phei.com.cn>

F713.3
47
● 世界顶级销售大师为每一位销售人员指点迷津 ●

拯救 你的销售

KILLING THE SALE

如何克服销售人员常犯的10种错误

The 10 Fatal
Mistakes Salespeople
Make & How
to Avoid Them

(美) 托德·邓肯 著
金马 韩月琴 李津石 译

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

Todd Duncan: Killing the Sale: The 10 Fatal Mistakes Salespeople Make & How to Avoid Them
Copyright © 2004 by Thomas Nelson, Inc.

All rights reserved. Authorized translation from the English language edition published by
Thomas Nelson, Inc.

本书中文简体字版由 Thomas Nelson, Inc. 授权电子工业出版社独家出版发行。未经书
面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何内容。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2004-4584

图书在版编目(CIP)数据

拯救你的销售: 如何克服销售人员常犯的 10 种错误 / (美) 邓肯 (Duncan, T.) 著;
金马, 韩月琴, 李津石译. —北京: 电子工业出版社, 2004. 11

书名原文: Killing the Sale: The 10 Fatal Mistakes Salespeople Make & How to Avoid Them
ISBN 7-121-00403-8

I. 拯… II. ①邓… ②金… ③韩… ④李… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 099604 号

责任编辑: 黄 佳

印 刷: 北京大中印刷厂

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

经 销: 各地新华书店

开 本: 787×980 1/16 印张: 12.5 字数: 140 千字

印 次: 2004 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 22.00 元

凡购买电子工业出版社的图书, 如有缺损问题, 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。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。

销售是一门艺术，一门科学。托德·邓肯的《拯救你的销售》一书给你提供了宝贵的策略，通过学习哪些行为是必须避免的，你可以提高你的销售业绩，赢得更多的生意。

——汤姆·霍普金斯（Tom Hopkins） 销售冠军的缔造者
《如何掌握销售艺术》（*How to Master the Art of Selling*）一书的作者

托德·邓肯拥有化腐朽为神奇的能力。在《拯救你的销售》一书中，他直面那些限制你潜能的心态和习惯，揭示如何改变你的事业和生活。你如果按照托德的策略行事，就会把你的事业提升到一个新高度。

——约翰·马克斯韦尔（John Maxwell）
音久集团（INJOY Group）创始人

这本强效而实用的书让你知道如何克服销售道路上的障碍、通往成功，为你的销售事业加大马力。

——博恩·崔西（Brian Tracy）
博恩·崔西国际管理顾问公司（Brain Tracy International）

你可以向别人学习，为何不吸取自己的教训呢？托德·邓肯的《拯救你的销售》一书帮助职业销售人员去消除心理障碍，并改变阻碍他们成功的行为模式。托德·邓肯努力用他的真实经历使你的事业发生翻天覆地的变化。

——安迪·安德鲁斯（Andy Andrews）
《旅行者的礼物》（*The Traveler's Gift*）作者

KILLING 拯救你的销售

THE SALE

托德·邓肯最新著作《拯救你的销售》真实地审视了职业销售人员为何失败以及为何成功。我真希望我在刚开始做销售时就读了此书，如果那样，我会有更好的销售业绩和更多的乐趣。

——马克·桑伯恩 (Mark Sanborn)

桑伯恩合伙有限公司 (Sanborn & Associates, Inc.) 总裁
《弗雷德要素：如何使每一刻都不寻常》(The Fred Factor: How to Make Every Moment Extraordinary) 一书的作者

托德·邓肯是销售培训大师，《拯救你的销售》概述了使我们大多数人不能实现潜能的错误想法，并且指出了克服的方法。这本书对每个销售人员都有不可思议的宝贵价值。

——鲍勃·克里格尔博士 (Bob Kriegel PH.D.)

《如何轻松获取事业成功》(How to Business Without Working so Damn Hard) 一书的作者

对那些不知道顾客为何不购买产品的销售人员来说，这本书是非常有效的“叫醒电话”。对那些希望避免致命错误的警觉的职业销售人员来说，它也是宝贵的警戒指南。

——丹尼·考克斯 (Danny Cox)

《突破困境的领导艺术》(Leadership When the Heat's On) 一书的作者

托德·邓肯的《拯救你的销售》中充满了每个销售人员都应知道的至理名言。它辉煌灿烂，是一本难得的销售领域的经典著作。

——麦克·安德森 (Mac Anderson) Successories 创始人

成千上万的人经历了前所未有的销售成功和生活转变，
他们中的一些这样赞扬托德·邓肯：

你给我的生活和事业带来了巨大影响，我难以表达对你的
感激之情，你指引我一次次把事业和生活提到新的水平。

——亚利桑那州斯科特斯德市的琳达

我读了你的书，经历了我人生的最好时光！我的所有销
售努力都得到了回报。全家幸福，朋友们和我共享闲暇时光。
在这周的销售会议上，公司竟然让我为销售团队讲述我的做
法。我感觉非常好！

——南非的利昂

谢谢你助我挑战将来，让我下定决心实现我能获得的一
切。你完全改变了我的生活。

——宾夕法尼亚州的玛里琳

邓肯先生，我买了你的书。我想告诉你，我对它爱不释
手。它对我真的很有帮助。我是个高度成功的牙医，因为你的
书让我看到了符合病人价值观和需要的事业目标。

——南卡罗来纳州的弗吉尼亚

托德·邓肯，我只想让你知道，你绝对是最好的！我把
你的书大力推荐给我们机构里的几百个人。

——佐治亚州亚特兰大市的凯文

KILLING 拯救你的销售

THE SALE

托德·邓肯，你让我拥有了兴旺的事业，幸福的家庭，
稳定的业务流，我的目标和计划。谢谢！

——伊利诺斯州奥克劳恩市的帕特里克

我读了你的书，并像你说的那样努力地去实现生活和事业
的目标。形势开始好转，我只想说谢谢你。我只想让你知道，
你给我的生活、精神和事业带来了多大的激励。

——伊利诺斯州内珀维尔市的大卫

前言

根据世界直销联盟（World Federation of Direct Selling Associations）的统计，现在全世界大约有 4560 万名职业销售人员，其中 1220 万名在美国。这意味着世界上 1/4 的职业销售人员生活在咱们家的后院——在你我所在的城市、同一条街、隔壁或拐角处。让我们客观地看看到底有多少销售人员吧。

美国人口统计局的报告中说，美国目前的居住人口大约有 2.9 亿人。你算一算，这等于在每 23 个美国人中就有一个销售人员。注意，不是每 23 个有工作的成年人，而是生活在美国的所有人每 23 个中就有一个，不论是年轻人、老者、婴儿、孩子、青少年、成年人或退休人员。也就是说，销售人员到处都是，在你所在的社区、商场、电影院，在你喜欢的饭店，在加油站，在公交车上，在出租车里，在教堂，等等。销售人员推销你能想像到的任何东西：股票、债券、房屋、贷款、复印机、衣服、棉花糖、花生、冰可乐、最新的技术、最棒的消息、最好的音响、最轻的电话、最好笑的书、最方便的汉堡、各种工作、超音速攻击机和罕见的喷气式飞机。事实上，美国专利商标局到目前为止总共只授予了 300 多万项专利，那么，你知道其余那些发明创造的结局吗？那些绝大多数没申请专利的产品正在被销售。

我们知道这是一个充满机会的职业——全世界年销售额

KILLING 拯救你的销售

THE SALE

800 亿美元，美国占 250 多亿美元。销售佣金很可观——一些销售人员发了大财，但大多数成了这一行的受害者。我说的不是顾客，我说的是靠薪水生活的多数销售人员，那些不断跳槽寻求成功捷径的人；我说的是每年退出销售这一行的大量销售人员，他们将失败归咎于老板、同事或顾客，而事实上往往是错在自己。

尽管销售这个职业给人希望，但很多销售人员奋斗到最后却感到心力交瘁和失望；很多人没有实现开始时定下的目标。当然，你可以指责这个行业过度饱和，但这不是问题的真正所在。真正的障碍是销售人员自己犯下的错误，很多的错误。

从事任何一个职业，犯错都是不可避免的，销售尤其如此。这一点我很清楚，因为我犯过很多错。有一次，尽管客户明确要求过，我还是没能按时送去一些很重要的文件。客户非常失望，打电话来说我犯了大错。我没有承认错误，也没有道歉，而是为自己辩解。当她表达了对我的失望并威胁把业务转给别家时，我告诉她说：“我不在乎，你请便。”5 天后，我不仅失去了她的业务，还失去了听说此事的其他四家客户。我真是大错特错。

任何一件事情只要有人参与就有可能出现人为错误，出现错误很正常，因为我们不是完人。但销售这个职业不是一个人的事，总有别人参与，如果一个人做坏一项工作，那么两个人肯定能毁掉两人共有的事业。因为两个人价值观不同，动机不同，各执己见，却又不得不起行事，这造成了十足的混乱。说实话，大部分销售都这样，当然我也经历过，我猜你也一样。

关键是销售这一行可谓错误的滋生地：易犯错的销售人

员把错误的产品推销给易犯错的顾客。如果我们能把所做的事处理得很好，而每个顾客总很满意的话，这本书就没必要了。但很遗憾的是，事实并非如此。销售人员仍把工作搞得一团糟，顾客也不愿意掏腰包，他们都烦，污言秽语脱口而出。为什么呢？因为我们的工作常常出错，因为我们这些职业销售人员常犯错，有些错误甚至还很大。如果全世界每个销售人员一年只犯3个错，每年就会有1.36亿个错。当然，这仅仅是假设，如果仅犯这么少的错那就太幸运了，事实上，绝大多数的销售人员每年犯的错误远不止3个。

我们犯的有些错只是通往成功的销售路上正常的坎坷，它们可能会使自尊心受挫，但却为生活添加些调料。例如，早上有销售会议，当销售总经理醒来时发现要迟到了，于是他直接从烘干机里取出衬衫，摸黑穿上。他终于准时参加了会议，但给人留下他并不想留的深刻印象——当他脱下外套，几个同事窃笑时，他才知道自己后背上粘着妻子的蕾丝衬裤。

有些错误却很有危害性，如同扭伤的脚踝或骨折的胳膊，需要时间修复。比如，一位销售汽车的年轻人，给他高中校长错报了一辆新车的价格。当两天后校长按报价来买车时，这个销售人员和老板已经重新计算过报价，发现少报了，但校长坚持按原报价买车。当这个销售人员告诉校长，车行不能赔本卖车时，校长说：“那要怪你数学不好。”这个销售人员反驳道：“你希望你教过的学生能什么样？”这个故事的结局如何已经不重要了。

还有些错误是致命的，如认识、摸索或实践中的错误，不仅能终止一次交易，也能摧毁你的销售事业。这些错误像血块、脓肿或动脉堵塞一样，如果你放任不管，它们最终会结束你的销售生涯。2003年4月，我们私下得知了一个公司

的管理层犯下错误的案例。德尔塔航空公司 2002 年裁掉了几千名员工，首席执行官利奥·马林斯还要求削减其他员工的薪酬，但是，利奥·马林斯 2002 年的年薪是 1220 万美元。这一错误造成的后果难以估量，毫无疑问，这个消息为德尔塔这家著名的航空公司蒙上了阴影，当时，连机票销售都受到很大影响。从德尔塔航空公司和马林斯的案例你肯定会知道，这个致命错误就像瘟疫，每个职业销售人员都必须避免。因为一些错误造成的伤口是不能治愈的，它们会使你的销售努力白白浪费，而常犯这些错误的话，就会断送你的前程。

那么，职业销售人员应该怎么做呢？像你我这样的销售人员，怎么避免这种致命的判断失误呢？这就是本书的主要内容。20 多年的销售经验（尽管我羞于承认自己也曾犯了很多错）、多年的研究和几千次面谈之后，我写了这本书。目的在于帮助你远离那些能终止你销售生涯的致命伤。我相信，如果你遵循这本书介绍的策略，避免犯 10 个致命错误，不管你在哪个行业、销售什么产品或服务，你都会取得成功。成功不是偶然的。如果你养成习惯，始终避开销售这一行的致命伤，通常会成功。我谈论的不仅仅是如何赚更多的钱。你准备好了吗？来看看我要谈的内容。

目 录

错误 1 **短暂刺激** **1**

把“你能行”之类的口号作为自己销售事业的动力

错误 2 **伪装欺骗** **15**

依靠小聪明获得销售业绩

错误 3 **小修小补** **35**

对销售中的问题治标不治本

错误 4 **挑灯夜战** **55**

工作第一，生活第二

错误 5 **大包大揽** **73**

给自己的工作无限加码，忽视团队精神

KILLING 拯救你的销售

THE SALE

错误 6 口若悬河 93

在了解客户前就推销产品

错误 7 依赖投机 113

漫无目标地拜访不认识的客户

错误 8 乞求交易 131

在得到客户的信任之前就寻求交易

错误 9 蜻蜓点水 149

关注表面利益，忽视维护客户关系

错误 10 故步自封 169

忽视增长规律，丧失销售优势

Mistake



错误 1：短暂刺激

把“你能行”之类的口号作
为自己销售事业的动力





看 看一个普通销售人员的汽车后座，你常会发现一份名副其实的激励产品“自助餐”：宣传成功艺术与成功科学的图书、磁带、录像带和小册子等。

众所周知，销售人员广泛搜集激励产品。在适当情况下，这些产品肯定有用。但问题在于，虽然脑子里塞满了销售大师久经考验的智慧，许多销售人员并没有出人头地，取得多大成功。或许你也是这样。

两年来，在你花了2000多美元购买这类产品、签了第4个销售合同后，发现自己陷入了债务中，也没有太大的成功可以炫耀。你曾经以为这些投资是走向成功的必需品，将会帮你达到销售事业的顶峰，然而，它们似乎变味了，而你的销售态度也随之发生了变化。

当你又读了一本新书、听了一盘新带子，或参加了一场研讨会后，你感到特别兴奋，你相信自己能成为这一领域最好的销售人员。你受到了鼓舞，坚信读到或听到的句子，例如“成功可以呼之即来”。你不断尝试，但事情并没有明显的进展。你提醒自己：“我是一个成功的销售人员。”你安慰自己：“要不断努力，几分耕耘，几分收获。”你保持乐观态度：“人们会愿意买我的产品，今天我会完成一笔交易。”但这种方法只在两周内有效。

在这本书里，你会读到一个你和许多销售人员都有的问题：销售热情由高潮转向低谷。你或许在想，这本书和你读的其他书有何不同？哦，没什么不同，除非你理解了销售人

员所犯的一个最大错误的本质，我称这个错误为短暂刺激（hying）。



什么是短暂刺激

短暂刺激的原义是，仅仅从外界刺激因素，如关于成功的图书、磁带、录像带、研讨会等当中，来获取销售能量，维持销售热情。相信短暂刺激，如同希望靠吃一块 Baby Ruth 棒棒糖来维持一周的能量一样。这通常只在短时间内有效，因为糖分只流经静脉，不会永久留下来，不久，你又会劳累、饥饿，缺乏能量。销售这一行也一样。销售和爱吃棒棒糖的孩子们惟一的不同之处在于，销售的“Baby Ruth”是装订成册的书籍、磁带、录像带，需要花费大量的金钱。

外界刺激只是激励因素，动机才是导致行为发生的核心力量。

请不要误解我，问题不在于这些激励品是否有助于成功，而在于外界刺激因素的确能够激励你，但单纯依靠外界刺激因素是绝对不可能实现成功的。就如同你静脉中的糖分一样，激励品可以在短期内让你精神一振，但只是短期而已，之后你还是要依靠自己。



一切从动机开始

在旁听刑事审判时，你可以经常听到一个词。在广为人知的辛普森刑审中，这个词仅在开庭陈述和结束辩论中就被提到 226 次。这个词是什么？动机（motive）！

原告一次次提出：“被告有犯罪动机。”被告的辩护律师一次次声明：“被告没有犯罪动机。”原告和被告律师都有足