

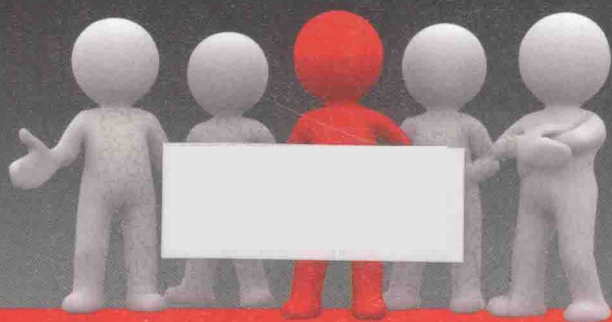
构建黄金般的人脉地图，让成功近在咫尺。

陶文钧◎著

超强 人脉术

Super Networking Skills

——没有好人脉，就做不了好销售



“在家靠父母，出外靠朋友”，
靠不靠得住，能不能成功，就看你的人脉关系如何。



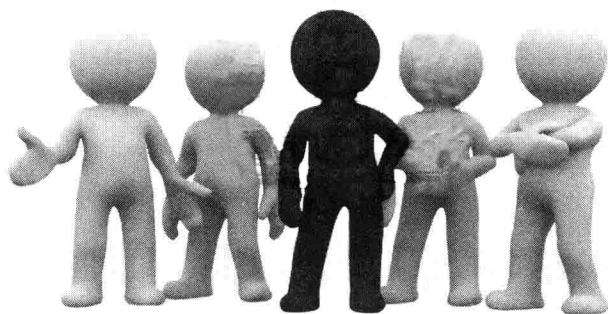
立信会计出版社
LiXin Accounting Publishing House

超强人脉术

Super Networking Skills

——没有好人脉,就做不了好销售

陶文钧◎著



立信会计出版社
LiXin Accounting Publishing House

图书在版编目 (CIP) 数据

超强人脉术：没有好人脉，就做不了好销售/陶文
钧著. —上海：立信会计出版社，2011. 5

ISBN 978 - 7 - 5429 - 2764 - 4

I. ①超… II. ①陶… III. ①销售—人际关系学
IV. ①F713. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 001886 号

策划编辑 戎其玉
责任编辑 陈 旻

超强人脉术——没有好人脉，就做不了好销售

出版发行	立信会计出版社	邮政编码	200235
地 址	上海市中山西路 2230 号	传 真	(021) 64411325
电 话	(021) 64411389	电子信箱	lxaph@sh163.net
网 址	www.lixinaph.com	电 话	(021) 64411071
网上书店	www.shlx.net		
经 销	各地新华书店		

印 刷	北京东海印刷有限公司	
开 本	710 毫米 × 1000 毫米	1/16
印 张	14.75	
字 数	162 千字	
版 次	2011 年 5 月第 1 版	
印 次	2011 年 5 月第 1 次	
印 数	1 - 10100	
书 号	ISBN 978 - 7 - 5429 - 2764 - 4/F	
定 价	28.00 元	

如有印订差错，请与本社联系调换



前言

做销售的朋友们也许有过这样的经历：

有的人年纪轻轻就取得非凡成就，拥有一份令人羡慕的事业，而这个人就是大学毕业典礼上坐在自己旁边的那个不起眼的同学。当你们久别重逢时，你惊讶地发现他所从事的销售工作竟然是那么了不起。

让我们来听听那些获得成功的销售精英是怎样说的。“我也不清楚为什么自己会幸运地得到提拔，恰好又有朋友的帮助，于是又幸运地得到了下一个机会……”

作为一名销售人员，如何才能被提拔？如何才能提升个人的市场价值呢？关键就是“创造获得提拔的机会”。毫无疑问，作为一名销售人员，当你认识更多人或创造更多业绩的时候，被提拔的机会才会更多。也就是说，怎样处理好各种各样复杂的人际关系是成功的关键。

很多人都烦恼于这些看起来错综复杂的人际关系，但也有一些人却会将这些不同的关系处理得得心应手、游刃有余，充分享受着从这些关系中得到的种种“好处”。这些人就是掌控人脉的“高手”。

美国斯坦福研究中心发表的一份调查报告指出：一个人赚的钱，12.5%来自知识，87.5%来自人脉。看到这个数据，作为一名在市场一线打拼的销售人员，是不是感到无比震惊呢？不过，事实就是这样。美国成功学大师卡耐基也曾指出：“一个人的成功，只有15%是由于他的专业技术，而其余的85%则是取决于他的人际关系。”由此可见，一个人成功的基础及保证来自于良好的人际关系。不论从事何种职业，只要



你懂得如何处理人际关系，掌握并拥有丰厚的人脉资源，你就在成功路上走了85%的路程。这一结论，对于我们这些奋斗在销售一线的销售人员来说简直如获至宝，其实销售的实质就是一种人际关系，一种人际沟通。

销售人员通常会有这样一种感叹：找不到客户！朋友太少，人脉不广，业绩压力太大，要想做出一番成绩更是难上加难。

销售并不是一件难事，难的是你不懂得怎样交朋友，或者交的朋友太少。对于销售人员来说，做销售的过程就好比一个交朋友的过程。销售的开始，也就是交朋友的开始，只有广交朋友、会交朋友，销售才可以做好。

曾被誉为“世界寿险销售冠军、东方销售女神”的柴田和子，她一年的业绩相当于804名普通业务员的业绩之和，所创造的业绩超过了被誉为“销售之神”的原一平，从而荣登吉尼斯世界纪录。柴田和子取得如此非凡的成就，与她广植人脉并充分利用人脉有很大关系。柴田和子非常注意人际交往，善于和不同的人交朋友。无论是亲戚、朋友、同学，还是同事、老乡、客户等，无不被她纳入关系网中。

为了让广大销售人员能更好地掌握人脉，将人脉灵活运用到工作中，本书运用典型的事例及通俗易懂的语言，详细介绍了如何发展自己的人脉，如何拓展自己的人脉圈子，扩大自己的个人影响，建立良好的个人口碑，让客户免费帮你销售等一系列的技巧与方法，帮助读者在销售工作中更好地处理人际关系，为以后的销售奠定基础。

我相信，所有的销售朋友都能“一穷二白”的基础上经营起自己成功的人脉网络，让自己变得更有吸引力。当你的人脉无处不在的时候，你就已经迈出了走向成功销售的关键一步。

著 者





目 录

第一章 没有人脉，销售业绩从何而来？ /1

成功需要很多东西来支撑，我们的人生与事业也不例外。要想达到人生的最高端，成为优秀的人物，这个支撑体便是人脉。

人脉资源是一种潜在的无形资产，从表面上看，它不是直接的财富，可是没有它，就很难聚集财富。对于销售人员来说，人脉不仅是一种资源，更是一种资本，他们在工作中的最大收获不仅仅是赚了多少钱，销售了多少件产品，增加了多少经验，更重要的是能够认识多少人，交了多少朋友，积累了多少人脉。

人脉决定着财脉 /2

得人脉者得天下 /6

骄人的销售业绩需要有超强人脉做支撑 /11

没有一个成功精英不是灵活运用人脉的高手 /17

生命中最重要的人脉——亲人、朋友和同事 /22

销售人员必须掌握的十种人脉 /26

第二章 超强人脉的根本在于“信任” /32

人性当中有一种自发的道德秩序，也就是我们通常所说的美德，它源于我们对他人的信任，对人生的信念，对生命的认同。在人与人的关系中，信任就像空气一样重要。

信任来自人的灵魂深处，它可以拯救灵魂，让心灵充满纯洁与自信，而怀疑却是最糟糕的东西，会对人脉形成冲击。有了信任，人与人才能够合作。同样，有了信任，责斥才能变成鼓励，狡猾才能成为单纯，仇恨才能变得宽



容，怀疑才能转为理解。

为什么信任和怀疑如此重要 /33

为什么有的人被信任，有的人被怀疑 /37

唯有分享才是最基本价值观 /42

信任的威力和怀疑的破坏力 /46

盖一栋楼需要地基，人脉关系同样需要 /51

取得对方信任之前，千万不要盲动 /55

第三章 超强人脉的发展需要以“开放”做支撑 /60

销售人员的前途就像充满未知数的深海，到处都是大潮大浪、腥风血雨，在走向这个未知领域的过程中，单靠个人的力量未免势单力薄。销售人员要想取得成功，就必须把封闭的人脉圈打开，去开发吸收大量的人脉资源，从而提高合作成功的概率，并使交际成本降到最低。

无论将来从事何等职业，都应当具备这种开放、主动与人交往的意识，唯有先开放自己，掌握主动交际的技巧，好人缘、好事业才会奔你而来。

封闭的人脉关系是毫无出路的 /61

首先要主动开放自己 /65

让对方敞开心扉 /70

想要“套近乎”，就要先做点什么 /74

通过人脉网络图，把所有人际关系“一网打尽” /80

要相信，凡事都有一个过程 /84

第四章 超强人脉的形成需要“利益交换” /88

“利益交换”是人脉能够长期存在下去的基础。如果没有这个基础，再热情的寒暄与巴结的艺术都将无济于事。销售人员在盘点自己的人脉关系之前，一定要先冷静地问问自己：你对别人有什么样的价值？你可以帮助别人的地方越多，那就证明你越有价值，而当你的价值逐渐抬高时，你就越容易建立起强大的人脉关系。

“利益交换”是人脉交往的基本法则 /89



别妄想没有“利益交换”的人脉 /94

只有永恒的“利益”，没有永恒的朋友 /98

要相信，成功就是“交换”来的 /101

第五章 良好的沟通是超强人脉的润滑剂 /107

无论是在工作中还是生活中，每个人都需要与人沟通，这是建立强大人脉的重要手段，也是一名优秀销售人员不可或缺的能力。一旦你发现自己与人沟通时存在问题，就一定要及时改正。只有具备良好沟通能力的人，建立人脉才能畅行无阻。

与客户沟通的艺术 /108

读懂对方的非言语交际 /112

学会赞美并寻找赞美点 /120

必要时学会说 NO /126

反对要讲究技巧 /134

懂得礼让三分 /139

第六章 构建超强人脉的五步法则 /144

世界一流的人脉关系大师哈佛·麦凯曾说，建立人脉关系就是一个挖井的过程，付出的是一点点汗水，得到的却是滚滚而来的财富。人脉上的投资如果能够成功命中，就有希望得到丰富的回报。要想构建超强人脉，必须先建立个人标签，做出成果，并在交际圈内有效传播个人标签，以便争取更多的机会。

为自己建立一个标签 /145

做出成果来 /149

拓展你的朋友圈 /152

传播自己的信息 /155

积极争取机会 /158

第七章 构建超强人脉的九条原则 /162

几乎每个销售人员都想快速构建一个超强人脉，但对



如何开始、从哪里着手却是一筹莫展。其实，答案很简单——从构建人脉的最基本原则做起。

人脉拓展的过程中并不需要去做太多事，我们完全可以从一些小事做起。比如，面对他人的帮助适时地说一声“谢谢”；在他人遇到困难时主动给予帮助；保持热情的微笑；他人成功时送上贴心的祝贺等等，都能为人际关系提供一道良好的润滑剂。

第一次见面要让对方耳目一新 /163

别小看了外表的加分作用 /165

用微笑打动对方的心 /172

适时安慰，拉近彼此的距离 /178

千万不要苛求完美 /182

尽量不要麻烦别人 /187

祝贺也是一项艺术 /193

“谢谢”的巨大力量 /196

人脉都有“保鲜期” /202

第八章 销售人员构建人脉的五大禁区 /208

如果建立在不平等的基础上，你能否交到真正的朋友？

和对方发生激烈的争论时，你虽然占了上风，把对方驳得哑口无言、面红耳赤，可是你从中得到了什么？

总是看客户的脸色行事，不敢得罪自己的“上帝”，即使客户粗言秽语，依然选择忍气吞声，这样的方法能否换来“大订单”……

可以想象，这样的人即使努力20年也无法取得成功，因为他已经走进了构建人脉的禁区。

本末倒置，当起了“审判官” /209

据理力争，“这不是我的错” /213

朋友，就是用来“两肋插刀”的 /217

为了赢回订单，“不要脸”也罢 /219

一旦成功销售，就“过河拆桥” /223

第一章 没有人脉， 销售业绩从何而来？

成功需要很多东西来支撑，我们的人生与事业也不例外。要想达到人生的最高端，成为优秀的人物，这个支撑体便是人脉。

人脉资源是一种潜在的无形资产，从表面上看，它不是直接的财富，可是没有它，就很难聚集财富。对于销售人员来说，人脉不仅是一种资源，更是一种资本，他们在工作中的最大收获不仅仅是赚了多少钱，销售了多少件产品，增加了多少经验，更重要的是能够认识多少人，交了多少朋友，积累了多少人脉。





人脉决定着财脉

人脉，即所谓的人际关系、人际网络，体现的是你的人缘和社会关系。

美国斯坦福研究中心曾发表的一份调查报告指出：一个人赚的钱，12.5%来自知识，87.5%来自关系。这个数据着实令人震惊。

当然，这句话并不是教唆人们不用培养专业知识，而是强调人脉的重要性。对于任何人来说，人脉都是通往财富、成功的入场券。

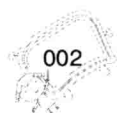
一、一个人的价值取决于他经常交往的人

在台湾证券投资界，杨耀宇就是个人脉掌控的高手。他曾是统一企业投资顾问的副总，之后退出职场，为朋友担任财务顾问，并担任5家电子公司的董事。

据推算，杨耀宇的身价按台币累计，有近亿元之高。为什么这个从台湾南部北上打拼的乡下小孩，能够快速积累财富？“有时候，一通电话抵得上十份研究报告。”“我的人脉网络遍及各个领域，上千、上万条，数也数不清。”杨耀宇如此说。

可见，无论从事何种行业，人人都需要正确使用人脉。只是人脉对于销售人员来说尤为重要。

相信但凡参加过招聘会的人都思考过这样的问题——我究竟值多少





钱?具体应该怎样评估?有没有一个可供操作的标准呢?对于这个问题,有位业内资深人士曾说,要估算你今天究竟值多少钱,你就找出身边最要好的3位朋友,他们收入的平均值,就是你应该获得的收入。

此言不无道理。在当今这个人脉社会,一个人若想成功,往往不在于他懂得多少大道理,他的知识有多渊博,而在于他认识的人是谁。如果他认识的人都是有钱人,那么他的身价也不会低。因为有钱的人既然肯认识他,乐意与他做朋友,那他肯定也是有一定分量的。

也许有人会提出异议:人怎么能跟商品一样用价格来衡量?简直有失人道。然而,我认为对人的价值进行评估并不是没有道理的,因为在人们的潜意识里,已经对人的价值有了精准的评估与分类了。比如,有时你或许会想,假如我认识一个人,他能为我提供一些重要信息,从而掌握这些信息,那么我就可以做成某笔大买卖,一下子赚取更多资金;而我认识的另一个人却总是向我求助,为了帮助他我已经做出了很多牺牲……

在这里,你所想的这两个“人”,其实便带有一种利益的取向。从这个角度讲,能让你获得极大的收益的人,他就是利益取向型的人脉;而让你蒙受损失的人,那么他就是负利益取向型的人脉。

其实,每个人大致都可以用一种利益取向来做一个大概评估。找出你身边最好的3位朋友,他们收入的平均值差不多就是你的收入了。

苏喆是山东省某县城的一个普通农民,先天残疾。他19岁时,在父母的支持下,在县城里开了一家小饭店。一天,外面下着大雨,苏喆见到饭店不远处有一辆轿车出了故障,车主急得抓耳挠腮,无计可施。



苏喆见此人很有气质，不像一般人，于是决定帮一帮。苏喆叫店里的司机开货车送他回家，而自己则帮着照看那辆出故障的车，直到他回来提车。

后来，苏喆才知道车主竟然是本县的县长！这一下不打紧，苏喆跟县长成了好朋友。在县长的支持下，苏喆改行做了五金和建材生意。县长还把本地出名的几位大企业家介绍给苏喆，一下子认识了这么多大人物，苏喆简直受宠若惊。那几位企业家都感动于苏喆的创业精神，一致表示愿意支持他的事业。很快苏喆的事业发达起来，甚至比起这几位早已著名的企业家也毫不逊色。

现在我们可以算算苏喆值多少钱。找出他身边最要好的几个朋友，将他们的薪资一平均，苏喆的“价值”便出来了。他原来的价值只是身边几个伙计相加的平均数，现在是几个大企业家相加的平均数，两者可谓是天壤之别。

由此可见，一个人的价值，很大程度上取决于他经常交往的人，也就是他的人脉关系。

二、人脉很大程度上决定着财脉

1997年，台湾某公司的张先生被派到北京工作，在北京工作了两年，张先生决定辞职。辞职后他向公司总部提出了一个请求：允许他继续使用公司给他配备的手机号码。

张先生说他在北京工作的这两年里，人际关系是他唯一的资源。如果把手机号换了，那么原来的那些朋友、客户就很可能找不到他



了,他就失去了重要的人脉资源。

20世纪90年代,大陆的招商引资工作如火如荼地展开。以苏州、昆山为代表的江浙一带,更是热点中的热点。更重要的是,大批台商都带资金西进。在工作的这两年里,张先生利用自己的关系为地方政府招商引资,从而进一步扩大了自己的人脉网络。

张先生辞职后,在“苏州工业园区”担任高级顾问一职,月薪2万元,但仍与他的目标相去甚远。顾问的工作主要是向那些有兴趣到大陆投资的台商宣传苏州,为他们介绍合适的项目,说服台商在工业园区投资设厂,并为他们争取尽可能多的优惠条件,从而赚取到不菲的佣金。但是,要想胜任这种工作,首先要有广泛的人际关系。

这一点张先生在很早的时候就有所准备了。在来大陆的第一年里,张先生就报名到人才聚集的清华大学读MBA,在那里他结交了很多企业老总和政府要员,他和苏州市一位副市长的交情就是从那个时候开始的。此外,张先生来自中国台湾,会讲台湾话,这给他帮了很大的忙。当与台商聚到一起时,大家都讲台湾话,从而拉近他与台商的距离,谈起合作项目时便显得比较容易。

就这样,张先生渐渐变成了很有名气的“热心肠”,经常会有新到的台商“慕名”找上门来,他也很乐意在这些人身上花费时间和金钱,因为这些人将成为他人脉网中的一员。因为有了丰富的人脉,张先生为工业园区陆续地引进了几个大项目的投资,到后来,还同时兼任了好几个开发区的顾问。他名片上的顾问头衔每增加1个,他的收入就会增加1倍。



由张先生的实例中可见，人脉在很大程度上决定着一个人的财脉。而善于经营人脉的人便是一个善于积累财富的人。

如果把个人能力这个基础比作齿轮的话，那么你的人缘或人脉则好比润滑剂。没有它，齿轮就会被卡住，难以转动，你的能力也就难以发挥。如果润滑剂良好，齿轮就可以正常运转，这样，在企业有和睦的同事环境，在社会各行各业都有亲密的朋友，你自然就能无往而不利。原因何在？创建有效的、丰富的人脉关系就是不二法门。所以，对于销售人员来说，很多时候人缘好甚至比能力强更有用。

人脉不是金钱，但它却是一种无形的资产，是一笔潜在的财富。没有丰富的人脉关系，你将寸步难行。因此，为了能够用有限的资本创造出无限的财富，每位销售人员都应该积极地通过各种方式接触各个行业的人，极力挖掘你的客户与潜在客户。相信这样做，一定能够提高你的销售业绩。



得人脉者得天下

一幢高楼，当我们望向它时，往往会向楼的最高处观望，因为那是一幢大楼的最高端。这种高度是我们都梦想达到的，但是你应该意识到，楼越高，它需要的材料就会越多，对它的根基要求就越严格。

我们知道，一个高度是需要很多东西来支撑的。这就好比我们的人生与事业，要想达到人生的最高端，成为优秀的人物，那么你就必须要



有很多事物作为支撑。这个支撑体便是人脉。

人脉是一种相互提拔,让彼此形成合则两利的共荣圈。换句话说,人脉就是“施”与“受”的过程,也就是必须展示自己的实力,让自己有能力“布施”来帮助他人,未来才有机会“接受”回报。

一、人脉不仅是一种资源,更是一种资本

对于销售人员来说,人脉不仅是一种资源,更是一种资本。你在企业获得最大的收获不仅仅是赚了多少钱,销售了多少件产品,积累了多少经验,更重要的是你认识了多少人,交了多少朋友,积累了多少人脉资源。

这种人脉资源不仅对你在做销售工作时有用,即使你以后离开这家企业,还会发生作用,它是你终身受用的无形资产和潜在财富。

关于建立人脉的现实意义,曾有句话可谓一针见血:“成功不在于你知道什么或做什么,而在于你认识谁。”这句话虽有其片面性,但着实从某种程度上说明了人脉的重要性。

作为一个在销售一线摸爬滚打的业务人员,我们不能不正视这一点,因为人人都可以拥有超强的人脉。

杰克先生是一位十分忙碌且非常反感销售人员的油桶制造商。

一天,保险销售人员李想带着朋友的介绍卡,来到了杰克的办公室。

“杰克先生,您好!我是人寿保险公司的李想。我想您大概认识皮尔先生吧!”李想一边说话,一边将自己的名片和皮尔亲笔写的介绍卡



递过去。杰克不等李想说完，便不耐烦地打断他的话：“你是我今天所见的第三个销售人员，看到我桌子上堆的那些文件了吗？要是我整天在这里听你们销售人员吹嘘，什么事都别想做了，所以我请你帮帮忙，不要再来做销售了，我实在没时间跟你谈什么保险！”

李想不慌不忙地说：“请您放心，我只占用您几分钟的时间，我来这里的目的是希望认识您。如果可以的话，想约您明天见个面，再过一两天也可以，您看是中午还是下午好呢？我们的见面大约 20 分钟就够了。”

杰克很不客气地说：“对不起，我没时间见你们这些销售人员！”李想并没马上告辞，也没有说什么。他知道，要和杰克继续谈下去，必须想别的办法才行。于是他弯下腰很有兴趣地观看摆在杰克办公室地板上的一些产品，然后问道：“杰克先生，这都是贵公司的产品吗？”

“不错。”杰克冷冰冰回答。

李想又看了一会儿，问道：“先生，您在这个行业做了很长时间了吧！”

“嗯……大概有 10 年了！”杰克的态度有所缓和。

接着李想又问：“您当初是怎么进入这一行的呢？”

杰克放下手中的公事，靠着椅子的靠背，脸上开始露出柔和的表情，对李想说：“这件事就说来话长了，我 17 岁时就进了一家大企业，在那为他们卖命一样地工作近 10 年，可是到头来只不过混到一个部门主管，做什么事情都要看别人的脸色，所以我下了狠心，想办法自己创业。”

李想又问道：“请问你是宾州人吗？”

