

天才行销专家的鼎力之作 世界行销书籍中的顶级极品

选对池塘 钓大鱼

THE RIGHT GOAL, THE GREAT SUCCESS

世界500强及一万多家大小企业因为此书而效益倍增：美国前总统克林顿私人顾问，世界第一名成功学潜能开发大师安东尼·罗宾因为此书而成就事业：世界华人成功学权威陈安之也因为安东尼·罗宾推荐此书和课程而获得巨大成功：相信未来的你也会因为此书而迅速迈向成功的巅峰！

[美]亚伯拉罕 著
张永清 译

如果你希望平凡，你千万别看此书；如果你希望成就伟大的事业，你一定要看此书，我无法用词语来形容此书的应用将给你创造多少财富和机会！

——安东尼·罗宾



内蒙古出版社

「美」亚伯拉罕 著

848.4
88

选对池塘钓大鱼

(美)亚伯拉罕 著
张永清 译

内蒙古出版社

图书在版编目(CIP)数据

选对池塘钓大鱼 / 亚伯拉罕 著; 张永清 译. ——呼和浩特: 内蒙古出版社, 2001 ISBN 7—806—01127—8

1. 选... II. ①亚... ②张... III. 成功心理学IV. F268—46

中国版本图书 CIP 数据核字(2001)第 12467 号

选对池塘钓大鱼

亚拍拉罕 著 张永清 译

内蒙古出版社 出版发行 全国新华书店 经销

开本: 850 × 1168 毫米 1/32 印张: 7.5 字数: 180 千字

2001 年 12 月第 1 版 2001 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 7—806—01127—8

定价: 25.80 元

目 录

第一部 如何发挥手中所有极限

- | | | |
|-----|------------|---------------------------------|
| 3 | 第一章 | 你的飞行计划
你要去哪里——对旅程的检视 |
| 28 | 第二章 | 伟大的期望
如何成为不败超人 |
| 40 | 第三章 | 如果你对前途一片茫然,如何举步向前
评估你目前的商业实力 |
| 46 | 第四章 | 你的经营灵魂——卓越的策略
接近顾客及同僚的哲学思维 |
| 56 | 第五章 | 今日打平,明日大赚其钱
计算你顾客的整体价值 |
| 63 | 第六章 | 异端万岁
如何发展独特的销售技巧 |
| 82 | 第七章 | 提出对方无法抗拒的好处
如何消弭购买的首要障碍 |
| 93 | 第八章 | 你也要左脚的鞋吗
增加顾客满意程度的方法 |
| 110 | 第九章 | 绝不会从悬崖跌下的方法
你一定先要一试再试 |

第二部 如何让你的极限升华

- | | | |
|-----|--------------|-------------------------------|
| 123 | 第十章 | 请朋友帮个小忙
如何发展“宾主尽欢”的互利关系 |
| 134 | 第十一章 | 你应该见的人
如何设立一个正式的参考系统 |
| 145 | 第十二章 | 争取失联客户回笼
和你过去的顾客、同事、朋友重新联络 |
| 156 | 第十三章 | 你的一万销售大军
用纸弹对顾客发动销售攻击 |
| 170 | 第十四章 | 选对池塘钓大鱼
向高处设立目标 |
| 178 | 第十五章 | 华生医生,请过来
用电话争取顾客的艺术 |
| 189 | 第十六章 | 大赚钱网络公司
如何在网络上销售 |
| 202 | 第十七章 | 二十九美元买下曼哈顿
不用钱就可以发大财的天才 |
| 216 | 第十八章 | 毕声后请留言
沟通再沟通 |
| 221 | 第十九章 | 彩虹的另一方
如何建立及达到真正的生命目标 |
| 225 | 第二十章 | 成功无止境
日复一日,年复一年地大丰收 |
| 229 | 第二十一章 | 你比你想的更有钱
你对“成功”的独特定义 |

第一部

如何发挥手中所有极限

如果你去钓鱼,只用了一根鱼竿、一根钓线、一个鱼钩,你能抓到的鱼势必不多;但如果你同时用十根鱼竿、十根钓线、十个鱼钩,你钓到鱼的潜力自然更为雄厚。

第一章

你的飞行计划

你要去哪里——对旅程的检视

人的脑袋何其奥妙，能够了解错综复杂的概念，但有时却对明显而简单的事情视而不见。

以下是一些真实的案例：

冰淇淋是在公元前两千年发明的，但一直到三千九百年后，才终于有人发明了蛋卷冰淇淋。

可提供肉食的生物早在人类出现之前就存在于地球上，而在公元前两千六百年前有人烘焙出面包。但总之又花了四千三百年，才有某人忽然将肉类和面包合而为一，“发明”了三明治。

现代人所使用的抽水马桶则是于公元1775年问世，但直到1857年，才有人发明了厕纸。

一旦这些明显的连结产生，大家才觉得“就这么简单啊！”但为什么我们没有早点发现这些明显的事实呢？

在现代，尤其在商业社会，仍有无数这种明显事实尚未被连结起来。其实你的四周充满着这种简单而明显的解决之道，可以让你的收入、权力、影响力，以及成功事迹逐增。问题是：你对它们根本视若无睹。



我将告诉你如何找到这些增加收入及成功的连结，提供你一些有效的策略和施行方法，替你带来更多的财富、尊敬及成功。一旦你领略其中滋味，一切都将改头换面。

本书主要重点是你如何改进你的商业生涯，但事实上，这些策略可以应用在你生活中的各个领域，用以说服他人接受你的想法及观念。教你成为一个拥有影响力并赢得尊敬的领导人物，以及如何用光明正大的手段得到你想要的东西。

有关如何成功在商场上应用这些策略，我至少有两百个以上的特殊案例，但重点是当你读到这些策略及例证时，必须集中注意力，了解他们如何将这要点成功地应用在你全部的生活当中。

你即将展开一趟神奇的旅行，将去发掘隐而未现的资源和机会，并且监控未能产生最大效果的可能性。这一切都将被改变。

你将会对这些目的如此轻易达成而大吃一惊。好到难以置信吗？其实不然。就让我举个看似庞大而复杂的增加收入问题为例证。

你曾想过有多少种办法，可以增加贵公司的业务量呢？一百种？两百种？还是五百种？光想想从哪里开始就够烦人了。但好消息是：只有三种增加生意的方法：

1. 增加客户数目。
2. 增加每一客户单笔生意平均交易量。
3. 增加客户回头交易数目。

只有这三种。只专注这三个项目的工作少多了，且容易多了；让我们看一些简单的范例。

- 计算客户的数目。
- 算出他们在每一项交易或购买的平均金额。
- 算出通常他们一年之中进行几次采购。

如果说，你有一千名客户，平均每次采购或交易的金额是一百美

元,一年进行两次采购行为。

客户数目	每名客户交易金额	每年交易次数	收入总金额
1000	× \$100	× 2	=\$200000

想想看,如果你把每一项目的数目增加10%,那么就是

客户数目	每名客户交易金额	每年交易次数	收入总金额
1100	× \$110	× 2.2	=\$266200

每一项目增加10%的结果,使你的收入增加了33.1%。

依此类推,如果这三项中每一项增加25%,收入会达到390625美元,几乎是原来收入的两倍。方法很简单,而结果很惊人。使用这种简单的公式,只是人们轻易增加他们的收入,或增加生意量的一种小手法,有时成长幅度会达到两倍或更多。

让我们说得更详细一些。以下有几个各种公司在这三项中增加数目的例子。

增加客户数目

我有一个客户,他卖什么并不重要,重要的是他的收入停滞不前。现在假设这是你的产品或服务项目。该公司有一个佣金专案,支付业务员利润的10%。如果该公司的十笔交易销售利润为一千美元,其中一百美元为该业务员的佣金,九百美元为公司所得。

我计算下列项目:

- 以美元为计算单位,平均新客户每一次购买的总额。
- 客户每一年从该公司购买的次数。
- 客户和该公司交易的平均年数。

结果显示,平均每一次的交易会替公司带来两百美元的利润。而其中二十美元归业务员所有,一百八十美元归公司所有。而客户平均

在三年中，每年向该公司购货五次。因此，基本上每次该公司开发成功一个新客户，可收到三千美元的累积利润。

公司的管理阶层对此一结果的反应是：“你疯了！”

我报以微笑，并且向他们解释，只要业务员在保持现有客户的基础上，每次再开发一个新客户所带进来的第一笔交易利润完全归业务员所有，他们会比现在更多十倍的干劲开发新客户；而每次他们带进新客户，不但可以多得两百美元的报酬，同时公司也多赚了两千八百美元。

该公司采取了此计划，使得九个月内的销售成绩跃升三倍。而且，该公司的管理阶层为了称我为“疯了”而向我道歉：

增加单笔生意平均交易量

通用汽车、本田、福特等汽车商，在广告上会以两万四千九百九十五美元的价格卖给你一辆新车。但你真的曾用这样的价格买到车吗？或是你会加买一些特别的设备，如汽车音响、汽车空调设备、安全系统、天窗、原厂保证，甚至汽车商要提供贷款给你？

除了有心人外，每次我们出外晚餐时，当侍者拿来酒单时及餐毕推来甜点车后，大部分的人都花了超过原来预期的消费支出。

增加客户回头交易数目

股票营业员不时会提供一些初次公开发行上市股票讯息给特定客户。

服饰店、拍卖场、珠宝店等，都有专为贵宾举办，“仅限持请帖者

参加”的限制性私人拍卖场合。

飞机公司提供常飞客累积里程的办法。

麦乐斯实验室(Miles Laboratories)发行了一本烹饪书,里面全记载着辛辣菜式的食谱,他们免费对外赠发。为什么?理由无它,麦乐斯实验室正是胃乳液Alka—Seltzer的制造厂商。

这些可不是随机且互不关联的商场轶闻,每一个例子都代表一个深思熟虑、纪录完善及增加收益的原则或策略,你们要全部学起来。

但是我没有卖东西也无客户

你也许会想:“我的商业责任中并不包括客户及销售。我在会计、人事、品管、资讯、生产等部门服务。”

请再次思考。事实上,不管你在任何部门工作,每个人都和“销售”有关,你有“客户”,且你需要“销售”。通常你的客户是指所谓的内部客户,也许是你的部门主管,你必须向他们推销你的专案计划、加薪、观点、价值、升迁;你的客户也许是你手下的同事,而你必须尽你所能向他们推销如何专注在工作上,如何思虑妥善;你的客户也可能是别部门的人,他可以帮助你达成任务,他们也有可能是厂商、其他公司或未来的员工。

当你读到“销售你的产品或服务”的句子时,不要只想到贵公司所出售的产品或服务项目,也要想到你个别的、无形的个人产品及服务——你自己。而且要了解,你必须要销售你自己及你的想法以提升生涯,赢得更多的尊敬,增加你的成功、影响力及收益。

而这些策略也可以应用在传统上不被认为属于商业领域的活

动中。例如，如果你是一位教师，你就必须说服校长及学区委员会接受你的提案及计划，告诉他们这些策略还是很好用。

这些策略得以用来增加你个人生活的成功。如果你是为慈善团体、社区组织或服务性社团工作，你必须经常说服其他人接受你的办法、计划或解决方案是正确，而应该予以实行的。而这些策略即可帮助你“销售”，让你在人生的许多领域达到“说服”或“销售”的目的。你会了解让属下跟随你的最佳及最有效率的方式，藉此你会获得信心。

不论谁为竞争对手，这些策略能让你超越竞争者。如果你是为一家公司工作，你的竞争对手就是公司的竞争对手，也就是另一家公司。但你也会有自己的个人竞争对手，例如在走廊底那间办公室的某人，就是下次你升官机会的竞争对手；当然也有可能是那个才把履历表送进人事室，准备取你而代之的新人。

承认、尊重及一间大办公室

了解及应用你即将学到的策略，可以增加公司收益，也会增加你个人的成功的收入。但是一路走来，还有其他的收获和报酬。

了解这个现实：在你之上的人（老板们、管理阶层及组织领导人）要的事情只有一种——他们要解决问题的对策。这些解决之道使他们看来颜面有光，并且让自己变成一个能解决问题的人，这种人他们爱死了。

一个好点子不管来自何处，都是一个好点子。如果你提出一个好点子，就会得到报偿，也许不是马上增加收入，而是得到承认、尊重、更大的影响力、一次升级、一个头衔，或是一间大办公室。而这些都会

让你的收入增加。

放诸四海皆准的解决之道

这些增加收入的策略及原则真的能适用于所有的产业、人及所有解决之道吗？当然，毫无疑问。

让我告诉你一个故事，两位“同行”中，仅有一名知道如何使自己的才能加倍至最大效能。这是一个真实的，但很特别的一个例子。

有两个人分别碰到两名抢匪，两个人都没受伤。第一名抢匪拿走一个人的皮夹及所有现金，共八十五美元。第二名抢匪则有不同做法，他拿走另一个人的皮夹及现金七十美元，再加上他的手表及普林斯顿大学班戒，这两样东西其实并不贵，卖到街上也不值什么钱。

一般而言，这个故事就到此为止了。

但是，两天后，第二名被抢的男子走出在纽约市的公寓，准备去上班时，忽然听到有人叫他。他转过身，一个面带微笑的男人站在那里，原来正是二号抢匪，他一副自在的样子。

二号抢匪是来做生意的，他问这名男子想不想取回手表及普林斯顿班戒，由于这两样东西对他有特别的纪念意义，他答应了交易。抢匪要求以五百美元将这两样东西卖回给他，但男子身上只有九十美元。抢匪接受了这九十美元，但并没有马上就把手表和戒指还给他，只是给他一纸当铺的收据。后来，他去了这家当铺，并且付了八十美元，购回他的手表和戒指。

第一号抢匪“赚”了八十五美元现金。

而第二名抢匪使用简单地增加收入策略，发掘被隐藏的资产、机会及可能性，在抢劫当天先赚了七十美元，将戒指和手表卖给当铺，

赚了六十美元，然后再将当铺的收据买回给我的朋友，再得九十美元。他总共的收入是两百二十美元。

是的，这个增加收入策略就是你要学的，因为它可以用在任何产业的任何人身上。

避免昂贵的学习曲线

本书的哲学是让你避免在所做的事情中花费昂贵的学习曲线，节省时间及金钱。它可以在你的竞争对手了解你玩何花样前，就让你先赢了好几回合。事实上，它让你在建构所有的商业基础时，可以保证获得较大的成功及更多的利润。

我是将其他产业的成功经历转借过来，应用在你们的身上。

也许你也有这样的经验。我认识的许多人，把一生的时间都花在一种基本的企业或产业上，当你也是这样情形时，所知的所有成功经验会仅限于所从事的行业中，你只知道这行人是如何进行营销、业务、广告及促销活动。

工业制造厂商主要是使用推销员为销售主力；零售商基本上就是在报纸及电话簿上刊登广告；股票经纪人基本上使用电话交易；医生、牙医及律师几乎都是靠口耳相传介绍来的生意。

当你限制自己像同行的竞争者一样地做生意时，最多也只能得到中等的成果与不起眼的利润，而最糟时你甚至会轻易地失掉你的战场。

在帮助你找出这些适用于各行各业的成功准则后，你就能够挑选出最有效、最有力、最先进，以及最能够突破产业现有瓶颈的方法。有时候，在某一种产业被弃若敝屣的方法，即可能在没有关联的另一产业具有珍贵无比的价值。我会教你如何将这些概念应用在你的特

殊情况中。如果你是在众多竞争者中之一，或可能是唯一知道如何应用这些突破技巧的人，那么你将会立刻获得好几倍的效果。你只要弹指就能够让事业、生涯及生命大跃进，并且让你的竞争者远远落在后面吃灰。

这些策略是哪里来的？

以下是人们从产业采取一些策略的例子。

在金融业的隔夜清账方式中，银行将所有的支票送至中央处理中心，再分送至各地分行。而联邦快递的隔夜快递就是采用这种从中心点辐射出去的方式递送包裹，所有的包裹都送到中央处理中心（田纳西州曼菲斯市），然后再送到各处终点。

有一位名叫汤玛斯的先生，一直在寻找让人们施用除臭剂的方式。他上天入地寻找解决方案，却百寻不获，在异常沮丧之际，他却发现答案近在眼前。后来，乔治应用原子笔尖钢珠的方式，制造了可以自动除臭剂“滚”出来的容器。

林尼格是雷美克斯（RE/MAX）房地产公司的创办人，他使用一种称“百分之百的解决方案”，让公司业务量呈现几十亿美元的成长。他让不动产经纪人保留全部佣金，但经纪人必须自行支付办公室及设施的费用。当他的经纪人赚进大把银子后，很少会起离开公司的异心。

有一天，戴夫到他常去的理发厅理发。这是一家只有三张理发椅的店，理发厅的老板开始抱怨要留住好的理发师父十分困难，他们一出师就想自己出去开店。于是，戴夫就把自己的房地产公司如何运作“百分之百解决方案”告诉他，这位业主只是礼貌地点点头。



但戴夫下一次再光顾这家理发厅，正掏出皮夹准备付钱时，这名老板却说：“这次小店请客，我听了你的话，现在我们是一家百分之百解决方案的理发厅。”

而这个故事中未回答的问题是：“戴夫的百分之百解决方案的灵感是从何而来？是他自己发明的吗？或是师法别的行业？”

你将学到什么？

你会学到两种特别的增加收入策略。第一种是：将现有的东西尽情发挥。首先，要专注在那些别人不愿和你做生意的主要障碍，以及你如何不自觉地限制自己的成果、成功及收入。我会告诉你如何排除这些障碍。

你将学到如何将这些策略应用在你的现况上，并且开始增加成功及收入，这个策略几乎是立即见效，而且不管目标设得多高，统统都会奏效。一旦你了解这些策略，你就可以立即将这些策略与第二种增加收入及成功的“如何将你的极限加倍”策略合用。你可以将这些策略应用在你的生涯或生意上，以建立不同来源的收入。

不管是对新客户或老客户，如果只使用一种策略，等于坐等大灾难发生。容我做一个简单的比喻：如果你去钓鱼，只用了一根鱼竿、一根钓线、一个鱼钩，你能抓到的鱼势必不多；但如果你同时用十根鱼竿、十根钓线、十个鱼钩，你钓到鱼的潜力自然更为雄厚。

许多最好的远景可以从不同点切入，让人们从好奇到产生兴趣，最后导致行动。如果你是从不同的角度切入市场，而你的竞争对手则否，你就会占尽优势，并且表现在你的业绩及成果数字中。

这些让收入产生加倍效应的策略，会让你知道如何建立一个系