



销售王

King

The King of Salesmen

[日] 冈田和芳◎著 吴梅 孙伟珍◎译



中华工商联合出版社

CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS

我卖出了1000辆汽车 200栋楼房

日本顶级销售大师的锦囊妙计
东洋现代商战精英的畅销神话

42条“畅销法则”让销售代表轻松实现人生之梦，为在营销竞争中
碰得焦头烂额的企业提供42盏明灯。

gnK 销售王 King The King of Salesmen

[日] 冈田和芳◎著 吴梅 孙伟珍◎译

 中华工商联合出版社
CHINA INDUSTRY & COMMERCE ASSOCIATED PRESS

我卖出了**1000**辆汽车
200栋楼房

日本顶级销售大师的锦囊妙计
东洋现代商战精英的畅销神话

责任编辑:蔡今 寿乐英
封面设计:李栋·孙希前

图书在版编目 (CIP)数据

销售王:我卖出 1000 辆汽车 200 栋楼房/(日)冈田和芳著;吴梅,孙伟珍译. - 北京:中华工商联合出版社,2004.7

ISBN 7-80193-148-3

I. 销… II. ①冈…②吴…③孙… III. 推销-方法
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 056452 号

TITLE: "KURUMA 1000DAI" "JUUTAKU 200TOU" WO UTTA! - "DAME EIGY-
OUMAN" NO WATAST GA "TOP SALES" NI NARETA RIYUU

by "Kazuyoshi Okada"

Copyright: © Kazuyoshi Okada 2000

Original Japanese language edition published by Daiwa Shuppan Publishing Inc.

All rights reserved, including the right to reproduce this book or portions thereof in any form without the written permission of the publisher.

Chinese translation rights arranged with Daiwa Shuppan Publishing Inc.,

Tokyo through Nippon Shuppan Hanbai Inc.

版权登记号:图字:01-2004-0761 号

中华工商联合出版社出版、发行

北京东城区东直门外新中街 11 号

邮编:100027 电话:64153909

网址:www.gslcbs.com.cn

北京中科印刷有限公司印刷

新华书店总经销

880 × 1230 毫米 1/32 印张:5 95 千字

2004 年 7 月第 1 版 2004 年 7 月第 1 次印刷

印数:1-8000 册

ISBN 7-80193-148-3/F·63

定 价:18.00 元



“畅销法则”：顶级销售员的成功之道

“畅销的秘诀是什么呢？”

对于这个问题，我的回答是：“做不成的事情不勉强自己非做不可。”

这就是我持续增加惊人销售数字的秘诀，也是在我 25 年的销售生涯中所一贯坚持的销售风格。

我并不是那种一天能进行一二百件大量推销业务的令人感动的销售员。无论从个人秉性，还是进取心、感人度来讲，我都是不能令人满意的、缺点很多的销售员。仅从常规来看，我也绝对属于被筛选到销售员队列之外的类型。

首先，我厌烦长时间的推销。只要能不做的决不做。在公司，一年到头除了正月从不休息的工作实在是太平淡无聊了。每天每天的工作，持续到很晚，终究会使人想到“这是为了人生的什么目的呢？”

作为我个人，为了使自己能够获得更多的快乐时间，总想要在通常的劳动时间内取得超过平均数字的销售业绩。

其次，别的人连同我自己都认为，我是个不善言谈的人。一想到“必须要能言善辩，否则不能持续做一名销售员”时，便增加了紧张度。一旦这种紧张度膨胀起来，又会给工作带来极坏的负面影响。

因此我就不勉强自己去做“做不到的事”、“不符我性格的

前言

1

「畅销法则」：顶级销售员的成功之道





事”、“厌烦的事”。对于我来说，与其说“不做”，不如说“不能”更贴切。

最重要的就是“坚持”做“能做的事”，最终的结果就是实现自己的目标。

无论是谁，自身都会带有那么一两点所谓“不适合销售”的缺憾。如果用旧的标准来衡量我的话，我就是那种最典型的“蹩脚销售员”、“宁缺毋滥的销售员”了。

在此，我想强调一点。只有因为有“不适合做销售”的想法所以才做不成的，而没有“不适合销售的性格”这一说法。

只要按照你个人的本色去进行销售，就会产生出前所未有的富有个性的销售员。现如今的时代是客户价值观多样化的时代。正是富有各种各样的价值观、弱势、自卑情结的销售员能充分活跃的时代。

无论有多少“厌烦的就是厌烦”的想法都无所谓，只要能找到你自身适用的即可。

我就是在产生了这种想法之后，才倾注了自己的全部精力构筑畅销法则的。

只要抓住“畅销法则”中的一点，就会产生出自信。一旦有了“卖出去了”的自信，又会产生出新的畅销法则。

就是这个“畅销法则”，使我在汽车与住宅两大行业，“不改正自己的缺点”，仅以常人七成的推销时间创造出了顶级的销售数字。

具体地讲，就是我签下了汽车业界销售1000辆以上、住宅200栋以上的单子。

或许有人会问：“所谓的畅销法则，不同的行业难道能通用吗？”

不必担心。即使行业不同，“畅销法则”也是通用的。正是因为无论在哪个行业都适用，所以才能称之为法则。这一点我可以非常自信地作此断言。

此书囊括了我迄今作为销售员的智慧与经验。

希望读者都可以成为“顶级销售员”。

目 录

前言：“畅销法则”：顶级销售员的成功之道 (1)

1 积极“利用”自己的“缺点”

——如此思考，定能找到适合自己的推销风格！

1. 谨将此“畅销法则”献给我的朋友们 (3)
 - 最初的我也是个“蹩脚的推销员！” (3)
2. 即使受到挫折也能坚持下去 (6)
 - 能进行大量推销业务的家伙就很了不起吗？ (6)
 - 问题并不在于推销业务的数字 (8)
3. 不黏黏糊糊不死缠烂打，才是签约的奥秘 (9)
 - 无论如何也不能“死缠烂打地推销”！ (9)
 - 客户们总是想以“自己的愿望”来决定 (11)
4. 不善言谈有不善言谈的方法 (12)
 - 制作“脚本”，任谁也能好口才 (12)
 - “善于听别人讲话”的三个要点 (14)
5. 即使不善与人交际，也能成为顶级销售员 (15)
 - 我停止打高尔夫球的理由 (15)
 - 最终依赖的只能是你自己 (16)
6. 自我意识过强，破坏了正常的感受度 (18)

目 录

C
O
N
T
E
N
T
S

目 录





我
卖
出
了

1000

辆
汽
车

200

栋
楼
房



- 介意客户的视线，别无它法！ (18)
- 不介意“拒绝话语”的良方 (19)
7. 不必去说什么恭维话，也能抓住客户 (21)
- 你是否向别人赠送过礼物呢？ (21)
- 没有必要24小时都让顾客喜欢你 (21)
8. 正是因为销售环境不好才会产生窍门 (23)
- “那样的环境实在无法推销！” (23)
- 环境不好正是飞跃的机会 (24)
9. 没有缺点的顶级销售员是不存在的 (26)
- 各行业顶级销售员的意外心声 (26)
- 本来就没有什么适合与不适合做销售的 (27)
- 专题一：所有的人均有弱点 (29)

2

顾客喜爱的“智慧”新渠道开拓术

——这样的20件胜于推销100件的绝招！

10. 能用背影进行交流的是顶级销售员 (33)
- 你的背影也被关注着 (33)
- 用背影与顾客对话 (34)
11. 感觉挑剔的顾客正是重要的客户 (36)
- 即使最初很冷淡 (36)
- 盯准对方最好的投球 (38)
12. 吸引客户的强化训练 (39)
- 拜访客户前记住适用的台词 (39)
- 提前到达拜访地点使自己有充裕的时间 (41)
13. 快乐地进行登门拜访的秘诀 (42)
- 两个推销访问目的 (42)
- 哪怕是强装样子，也要“开朗、有朝气” (44)
14. 顶级推销员共有的三点想法 (45)

偷懒的时候就彻底偷懒	(45)
美国顶级推销员所谓的“推销神髓”	(46)
15. 在山穷水尽之时转换心情	(48)
试着不带皮包去顾客家拜访	(49)
试着变化一下接近顾客的方法	(49)
改变交通手段来改变节奏	(50)
试着到完全未知的地方进行一次登门拜访	(50)
口气顺畅,找回自己的节奏感	(50)
欣赏访问地点周围的景色	(51)
16. 再次访问曾表示拒绝的顾客的方法	(51)
某推销员所犯下的致命错误	(51)
一句话打开顾客的心扉	(53)
17. 顶级销售员的思维转换敏捷	(55)
向专业棒球“名球会”的投手学习	(55)
跌倒了也不能白白地爬起来	(57)
18. 招致“幸运”与“偶然”的秘技	(58)
从我切身的体验中捕捉到的“畅销秘诀”	(58)
打听顾客在家时间的要点	(59)
专题二:要对秃鹫式推销员多加留意	(61)

③ 催生“潜在顾客”的可靠实践技巧

——花些许工夫,就能产生巨大成果!

19. 偶然产生的最有力条款	(65)
最短时间内熟练掌握商品知识的方法	(65)
小工具可以帮我们传达推销人员的热情	(67)
20. 说明书的妙用、活用	(68)
如此使用说明书	(68)
说明书的厚度是成功经验的积累	(70)





21. 将“职员们的力量”当作自己的能力使用 (71)
 自己引以为豪的什么都没有! (71)
 获取顾客信赖的技巧 (73)
22. 用有长处和短处的“一套说”打开话题 (74)
 使我觉得“确实如此”的厉害店员 (74)
 这种正直的态度就能说明问题 (76)
23. 推销商品前应“如何提案” (77)
 要这样考虑同其他公司推销员的差别化 (77)
 你想喝哪儿的茶呢? (78)
24. “顾客的声音”是无与伦比的说服材料 (80)
 快要告负于竞争对手的商业谈判大逆转 (80)
 “不由分说”是不能打动顾客的心的 (81)
25. 商品的生杀予夺关键在于“切入点” (83)
 不同的使用目的制造不同的业界第一 (83)
 “切入点”存在于任何地方 (84)
26. 满足顾客的自豪感 (86)
 “超级驰名的鉴定师”人气揭秘 (86)
 要让顾客心情舒畅地展开谈话 (88)
27. 应当传递给顾客的三个要素 (89)
 紧跟顾客的步调是个巨大的失误 (89)
 要传达自己的“人性” (90)
- 专题三：身穿白衣的推销员 (93)

4

让顾客“着意”的最强谈话术

——用这一种方法谁都可以做到自由商谈

28. “诱导谈话”曾是我强大的武器 (97)
 “诱导谈话”有7种类型 (97)
29. 诱导谈话① 意向谈话——叙说购买商品以后的状况 (100)

如何让顾客去想象呢?	(100)
初次接待顾客之后应准备的事	(102)
30. 诱导谈话② 相关信息谈话——从商品以外的话题来诱导	(103)
一味兜售的话, 顾客就会退避逃走	(103)
要让顾客“想听你说一下”	(105)
31. 诱导谈话③ 环境谈话——切合当今的时代潮流	(106)
对“环境问题”比较彻悟的顾客	(106)
使用“环境谈话”的推销员只是少数派	(107)
32. 诱导谈话④ 减法谈话——推进一步不行的话,	
就退一步看看	(109)
“扩张式经营”的时代已经结束了?!	(109)
切合顾客的“降价意向”进行减法谈话	(111)
与“扩张经营”截然不同的减法谈话	(112)
33. 诱导谈话⑤ 冲击式谈话——一经使用, 会产生极大效果	(113)
“烈性药”要小心使用	(113)
“凭讲道理”赢得顾客	(114)
34. 诱导谈话⑥ 幕后谈话——要满足顾客的好奇心	(116)
惨败于竞争对手的“幕后谈话”之下	(116)
目前最好用的“商业会谈甜言蜜语”	(117)
35. 诱导谈话⑦ 信服谈话——让顾客不由得点头的三句惯用语	(119)
否定式的谈话容易招致顾客的反感	(119)
软化提案的魔法惯用句	(120)
专题四: 达成超群签约数字的椅子和桌子	(122)

5

为何能畅销? 又为何会滞销呢?

——25 年的推销员生活造就知晓胜负的眼光

36. 以前的推销方式已经无效了!	(125)
-------------------------	-------





我
卖
出
了
1000

辆
汽
车

200

栋
楼
房



VI

我改变职业是个失败吗?	(125)
短期内成为顶级推销员的方法	(127)
37. 发现自己优势的人总会成功	(128)
务必多多关注女性	(128)
你有自己拿手的一球吗?	(130)
38. 不落伍于时代的逆向思维	(131)
原顶级推销员的寂寂末路	(131)
顾客的意向日新月异	(133)
39. 充裕的“满油箱推销”获得巨大成功	(135)
时常“瓦斯不足”状态的我的新手时代	(135)
充裕时间的有无将决定你的胜负	(136)
40. 对“价格战”保持不败的终极秘诀	(138)
不要负于低价进攻	(138)
在寿司店的红案前所学习的销售极致	(139)
41. 在提案中取胜, 商谈中告负?!	(141)
在报价竞争中败给了竞争对手	(141)
这样的提案定能击败竞争对手	(143)
42. 不愿求签约而提高签约率的方法	(145)
怎么都把握不住签约的契机!	(145)
“契约书的条款”能解决一切	(146)
专题五: 一位业界骨干所传授的“营业之心”	(148)
后记: “畅销法则”实现人生之梦	(149)

第 1 章

积极“利用”自己的“缺点”

——如此思考，定能找到适合自己的推销风格！

1. 谨将此“畅销法则”献给我的朋友们

最初的我也是个笨脚的推销员！

“我是不是不适合做推销工作呢？”这是我刚刚从办公室调职到营业部开始新的推销工作一段时期内，经常萦绕在我心中的问题。

实际上，因为自身性格的缘故，我从来都是一听到客人说“无论来多少趟也不买哟”，就再也说不出别的话来，只会说一句“请多多关照”，便逃也似地从办公室溜走。

这样的事件接连发生了几次后，再登门拜访顾客时，一到大门口，“这家也不会买吧？”我自己就会不由





自主地想象客户拒绝的语言，最终变成连客户也拜访不下去了。

反复出现这样的局面后，最终连要登门拜访的客户也逐渐消失了。当然，公司规定的拜访数字也完不成。结果，成绩自然是上不去，完全陷入了恶性循环的状态。

无论什么样的推销员都有缺点（见下表）。

1.	不能竭尽全力进行推销
2.	厌烦无意义的长时间推销
3.	肉体上、精神上都无法忍受强制性的推销
4.	个性过强
5.	真实的面目抓不到点子上
6.	说不出露骨的恭维话
7.	不善言谈
8.	正义感过强
9.	洽谈时间过多
10.	不善于让别人介绍
11.	在将前辈的顾客接过来这方面笨拙
12.	得不到承担法人、大客户的工作机会
13.	讨厌谄媚
14.	考虑的是推销质量，不能追求数量

“这样下去的话太糟糕了”——我是被逼得走投无



路了，才不得不改变态度将错就错。不能做的、令人难堪的事情，如果直截了当地一味地强行突破的话，只会蓄积应激反应最终导致败退。不如变换思路，发挥自己固有的长处（能做之事）开动脑筋找窍门。

这是我通向顶级推销员的开端。

那些为缺乏毅力而烦恼的人，为不善言谈而烦恼的人，为不能进行大量的推销业务而烦恼的人，归根结底是认为自己不适于做推销的人……

首先要说明的就是，即便一个人身上存在一些被人们认为不适合做推销人员的不利因素，也没什么大不了的。

我个人身上就存在下列 7 种不利因素，但变换思路，积极表现，作为一名推销人员至今已达 25 个年头。

- 大量登门拜访推销业务持续不到一个月；
- 做不到“不签合约就不走”的那种黏黏糊糊的推销；
- 被调职做销售之前在公司是一个不善言谈的人；
- 对上司不阿谀逢迎，也不善于和同事融洽交往；
- 对别人的言词太过在意，自我意识过强；
- 既不与人套近乎、也不做令人感到害羞的赠送礼品之事；
- 常感叹自己的销售地域不够理想。

上面所列举的就是我的缺点。通常，我们可看到许多认为自己不适合于做销售的人，为了一些前面列举的事情而万分烦恼。读者之中大概也会有人认为其中些许很像是自己的情况吧。

总而言之，有这么多缺点的我，竟然毫不改变，我





我
卖
出
了

1000

辆
汽
车

200

栋
楼
房



6

行我素，为什么能够连续取得如此卓越的成绩呢？

从我自身的体验来看，最主要的就是不要勉强地去改变那些作为普通销售员的所谓的不利因素，而要努力寻找能够发挥自己能力的有创意的方法。



畅销法则 1：不改正缺点的家伙进展顺利

2. 即使受到挫折也能坚持下去

能进行大量推销业务的家伙就很了不起吗？

我成为一名销售员的初期阶段，几乎每天都会听到“学习学习顶级销售员吧”的声音。而一名顶级销售员在指导我时谈了如下的体验。

“我直到找到潜在顾客目标为止，每天坚持进行 100 件甚至 200 件推销业务。

“即使被拒绝过仍坚持登门拜访，‘因你的名片已积存了 200 张’，终于某家公司总经理见了我，并购买了汽车，而且我现在仍然培育着每年签约超过 50 辆的大客户。

“我以竞争对手拜访次数的两倍作战，进行着推销拜访。”

我以这位前辈的成功事例为目标开始了我的销售员生涯。

再看一看我周围的销售人员，大致分为两类：每日