

# 80/20 SALES AND MARKETING

The Definitive Guide to Working Less and Making More



发“25686”到

106900292251

成为世纪畅优会员，可阅读更多图书，获得增值在线课程(教学资源)。

# 80/20

## 营销与销售法则：

## 营销策划、销售和搜索引擎的综合宝典

[美] 佩里·马歇尔 (Perry Marshall) 著 冯春涌 译



中国工信出版集团



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

**80/20 SALES AND MARKETING**

The Definitive Guide to Working Less and Making More

**80 / 20**

**营销与销售法则：**

**营销策划、销售和搜索引擎的综合宝典**

[美] 佩里·马歇尔 (Perry Marshall) ◎著  
冯春涌◎译

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

Perry Marshall: 80/20 Sales and Marketing: The Definitive Guide to Working Less and Making More

ISBN: 978-1599185057

Copyright © 2013 by Entrepreneur Media, Inc.

Published in Simplified Chinese characters translation by Publishing House of Electronics Industry under license from Entrepreneur Media, Inc. dba Entrepreneur Press.  
ALL RIGHTS RESERVED.

本书中文简体字版经由 Entrepreneur Media, 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：01-2014-7306

#### 图书在版编目（CIP）数据

80/20 营销与销售法则：营销策划、销售和搜索引擎的综合宝典 / (美) 马歇尔 (Marshall, P.) 著；冯春涌译. —北京：电子工业出版社，2015.7

书名原文：80/20 sales and marketing: the definitive guide to working less and making more  
ISBN 978-7-121-25686-8

I. ①8… II. ①马… ②冯… III. ①市场营销学②销售 IV. ①F713.50②F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 047740 号

责任编辑：王 娜

印 刷：三河市鑫金马印装有限公司

装 订：三河市鑫金马印装有限公司

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：720×1000 1/16 印张：14.5 字数：218 千字

版 次：2015 年 7 月第 1 版

印 次：2015 年 7 月第 1 次印刷

定 价：39.00 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，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 [zlts@phei.com.cn](mailto:zlts@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

服务热线：(010) 88258888。

## 译者序

冰心前辈曾说过，“读书好，好读书，读好书”。

能为亲爱的读者带来这样一本好书，我十分荣幸。

正文伊始，作者用自己的亲身经历让读者明白了 80/20 法则无处不在的特性。继而罗列了“一大堆不相干”的事情，也让读者随着他的思路产生了无限遐想。80/20 法则不仅适用于商业经营，它不是经验法则，而是自然法则，“哪怕看一眼窗外的树木你都会想到：80%的养分流经 20%的枝干”！

接着，作者讲述了 80/20 法则真正的强大之处：对于任一研究对象可以无限使用 80/20 法则！

举个简单的例子：从出生到现在，有很多人曾经跟你同处一个集体——一所幼儿园、一个班级、一个公司，甚至同坐过一列火车，或者同住一个小区。在这些人中，曾有人给过你赞美之词，也有人鼓励过你，或者指导过你；肯定也有人批评或者指责过你，甚至可能有人欺负过你。

随着年龄的增长，当你回首往事的时候，这些批评或者指责也能让你省悟到自身的不足。总之，他们都或多或少地给过你“正能量”，帮助你成长。那么根据 80/20 法则，他们中有 20%的人给过你 80%的“正能量”！而 20%的人中的 20%，给过你 80%的“正能量”中的 80%……无限使用 80/20 之后，可能有那么一个人，能够跟你最大化地分享快乐、消除烦恼、共同上进，他

在你的生命中是不可替代的。鲁迅说，“人生得一知己足矣……”

在这两大纲领之后，作者分享了 80/20 动力曲线、销售漏斗的拆分测试等销售实战工具，此处不作赘述。

在翻译的过程中，有如下几点让我感触颇深：

一是作者提到的“速溶咖啡机原理”。简单地说，就是经营品种的价格上下限，应该相差十倍，甚至更高——当然，要让购买者觉得物有所值。其中的奥妙，请读者在阅读中体会。

二是有力的保证：保证高品质的产品和/或服务；保证按时交货；保证有“大活人”接听客户来电……我相信，凡是仔细阅读了相关内容的读者都会深有感触。我们也能在身边看到这样的保证，尽管有很多保证并没有标注“否则就退款……”这样的条款。我也相信，能在阅读之后就立刻付诸实践的读者，也一定会在商业经营或日常生活中取得很大的成功。

三是独特的销售主张。作者对于很多人没有明确的独特销售主张很是感慨，他这样写道：大多数人对于自身独特销售主张的认知并不是很清晰。我认为人们陷入这种怪圈的最主要原因，是他们太过于迷恋其他人美好的一面，“庄稼看着人家的好”，忽视了自身看似平凡普通的才能。

前几日抱着女儿出去散步，看见大街上有很多房地产中介的销售人员在路边摆起桌子竖起牌子招揽买主卖主。偶见某中介的四人，穿得倒也西装革履，站在他们的广告牌前，周围的地面上全是瓜子皮。这四人边吃瓜子边说笑，唾沫星和瓜子皮横飞，路人纷纷投以鄙夷的目光。他们的独特销售主张是什么？他们自己并不清楚。但路人只会在其他中介摊位前停留问询。这家中介自己“拉响了枪栓”，枪毙了自己！

另外，作者还向我们展示了他伟大的人格。

本书第二章讲述了作者的一位朋友在赌城拉斯维加斯的经历，在本书快要结束的时候，作者又简单地描述了印度加尔各答红灯区的情况。作者这样解释这种安排：他不希望读者太过于看重 80/20 法则，或者说滥用 80/20 法则。如果你应用 80/20 法则赢得了财富，那么应该把世界的不平等装在良心里，用你的成功去帮助弱者！

每个百万富翁，每个亿万富翁，都能自由决定捐赠财产。会有人在税收刺激和良知指引下，对一些成长型公司、新兴国家及新兴经济体进行投资。如果他决定这样做，就能极大地带动身边所有人的活动，影响他们的未来。

感谢电子工业出版社的编辑王娜，感谢她的敦促、提示和指导。

本书得以完成，得到了许多朋友的大力支持。其中，杨铭、李晓明、陈婷婷、张月、秦彤、吴海玲、余勇承担了部分章节的初稿翻译，我负责了本书绝大部分内容的翻译和全书的审校工作。在此对他们的工作表示感谢。

由于本书内容包罗万象，跨度很大，涉及市场营销、经济、哲学的方方面面，为本书的翻译增加了不少难度。尽管译者始终谨慎动笔，仔细求证，但难免还会存在疏漏，恳请广大读者批评指正。

冯春涌

2015年1月26日 上海

# 序

能为此书作序，我十分高兴，其原因有三。

除了我自己写的书和蒂莫西·费里斯的惊人之著《一周工作 4 小时》之外，这本书是讲述 80/20 法则（以下简称“此法则”）的又一经典之作。

正如蒂莫西所说，此法则是“以结果为导向的生活的基石”。当你意识到微小的原因可以产生庞大的结果时，你的生活就成为一场奇妙的发现之旅。去寻找那些只需要花一点点钱，甚至根本不用花钱，在片刻之间就能做的小事情，这些小事情能给身边的人带来重大的影响。

它适用于每人每天的生活。一个微笑、一个拥抱、一句由衷的感谢、给身陷困境或处于痛苦之中的人一句合适的建议、完成一件其他人可能要花 1 小时或永远不会去做的小事情，这些是任何人都能够做到的事。

同样重要的是，此法则还让我们了解到，一些小事会对我们的朋友、家人、同事造成巨大的消极影响。不再做这些事情可以给我们的生活带来翻天覆地的变化。

此法则的运用有时是显而易见的，不需要花费多少脑力，然而，在第一时间意识到它却需要花费许多心思。这也是为什么人们需要投入数年的时间

来思考 80/20 法则可以在哪些方面起作用。

意大利经济学家维尔弗雷多·帕累托在研究财富创造时发现了此法则，后来质量大师约瑟夫·朱兰和一些计算机行业的人将其拓展，尤其是史蒂夫·乔布斯，他通过思考此法则的运用而在宇宙中留下一个烙印，并将这些运用提供给愿意聆听的人。

一旦形成了原创性思维，再要运用此法则就比较简单了。

佩里就是这个行列中的一员。因为他对此法则及它在销售与市场营销领域的运用有着极其深刻的理解，他的脑海里有一些原创且极其有用的想法，这是他人无法比拟的。

不要被佩里所展示的这种既简单又生动活泼的风格所蒙骗。他其实花费了大量时间深入探究 80/20 的奥秘，并形成了一些有价值的观点。你手捧着的这本书里蕴含了大量的智慧结晶。

喜欢本书的另一个原因是，佩里在书中提到的由我最先提出此法则的“分形”特性，并将它扩展从而描绘出一些不可思议的强有力的结论。这是什么意思呢？

想想树叶。不论你是远看还是近瞧，抑或用放大镜观察，不管用什么方法，树叶的构成都是一样的。你看这些叶子的经脉，不论从哪个角度看它们都一样。海岸线也是同样的道理，世界上所有的海岸线都不相同，但是它们的构成都一样，不管你是近距离观察还是从飞机上俯瞰。

运用到 80/20 法则上，这样的规律就是它适用于所有分销的渠道。举例来说，如果你所在的城市 80% 的车行驶在 20% 的道路上，剩下 80% 的道路我们暂且不谈，在这 20% 的道路里同样存在此法则。即这 20% 的道路中的 80% 的车是行驶在这 20% 的道路中的 20% 上。

我再说一次。如果 80% 的车行驶在 20% 的道路上，大概这 20% 道路中的 20%，也就是 4% 的道路上行驶着 80% 车中的 80%。换句话说就是，64% 的车行驶在 4% 的道路上。以此类推。

说实话，如果不是佩里书中反复强调这一点，我也没有完全领会到这么深的含义。那就是，如果我们将 80/20 法则运用到上层的 20%，我们可以获利



最多。如果我们 20%的时间花在 80%的有效产出上，那么这 20%的 20%将产生有效产出范畴内的 80%。也就是说，有些事情几乎没花多少时间却创造出不可思议的价值。

如果让世界变得更美好，你就应该更仔细地琢磨这些杠杆作用。它们几乎是我们做出决定时坚持的原则。

另一个规律是几乎所有生意人都知道和使用的，也是最具有价值的，20%的客户带来了利润的 80%。有时 20%的核心客户创造了 100%的利润，剩下的那些客户，如果分析他们真正的价值，就会发现他们其实并没有多少价值。没有他们，你可以盈利更多。一旦你认识到这一点，生意就变得简单容易许多。

但是佩里所说的分形观点是，20%的客户中的 20%是特别有价值或潜在价值的。4%的客户会创造或可能创造 64%的利润。如果你能弄清这些客户是谁，向他们提供他们真正需要的，加倍向他们销售，你就又能得到额外 64%的经济效益。

如你将在本书中阅读到的，佩里认为之所以你的销售额不理想，仅仅是因为你没有那些“特别客户”想要购买的价格非常贵的产品。因此，销售与营销应该从为你最好和最有热情的客户做产品开发开始。这是一个极大的发现。

当然，对于同一产品，你不能经常去改变它的价格，尽管有人会说星巴克在这一方面做得非常好。你必须为你的价格提供相应的价值。也就是说一个产品如果比之前贵上 10 倍，它必须具有至少 10 倍的价值。

通常的状况是，提供价值 10 倍的产品其成本往往是小于 10 倍的。提高原有的满意客户的销量比开拓新客户更加容易。

为了证明其真实性，让我举一个发生在自己生活中的例子。不过这件事已经过去很久，那时候我刚当上一名管理顾问。1980 年前后，我离开了一家大型咨询公司——波士顿咨询集团，加入一家叫贝恩咨询公司的小型公司。创始人比尔·贝恩始终坚持着自己的原则。他总是跟我们说：“对你来说，最好的新客户是现有客户。”

他告诉员工要在自己的客户关系中寻找机会，而不是遍寻新的业务——这对新公司来说是个诱惑。他挖掘了一种新的、更为密集的方式，以一种难以置信的深度为一些公司提供咨询。

那时世界上的两大咨询界巨头——波士顿咨询公司和麦肯锡公司，认为一个客户每年能够产生 100 万美元的业务就很不错，他们不想让这个数字翻番。但是比尔·贝恩和他的合伙人却不这样认为。

对于他们来说，如果向一个客户收取 100 万美元，那么在很多情形下，为什么不可以收 1 000 万美元或者更多？只要贝恩公司能为该客户创造出这个价值并证明这一点。这样的话我们可以很轻松地完成公司的转型，充分发挥咨询顾问无比惊人的洞察力。

比尔·贝恩解释说，如果 100 万美元的咨询服务能带来 500 万美元的价值，那么 1 000 万美元的咨询服务便能带来 5 000 万美元的价值，或者更多。对于一个大客户来说，咨询服务费并没有很刻意地划分界限。但是比尔从来没有这样表达过，呈现给顾客的价值实际上是碎片形式的。不管对客户还是咨询公司来说，通过关注一些非常有力的提高利润的方法，效果将是无限大的。

正如佩里所说的，对于客户和公司来说，如果能真正明白他所阐述的原则，成效可以大到无法想象。

我喜欢这本书的第三个原因是，它是开放式及实验式的。这本书会开拓你的思维，会让你去思考那些你从来没有做过的事情，也会让你从更新颖的角度去重新思考以前做过的事情。

我说得已经够多了，去阅读他的书吧。佩里热情是会传染的，我希望你尽可能多地去汲取。如果你以一个开放的思维去阅读这本书并且用心去思考那些有效的观点，有一点我是敢保证的，你真的能改变你的工作和生活。

——理查德·科赫

开普敦，2013 年 2 月

# 前言

肯·麦卡锡是我信得过的朋友，他跟我推荐了理查德·科赫的大作《80/20原理》。没几天包裹就到了。拿上书，我径自去了最喜欢的休闲场所——巴兹咖啡馆。

读到书第14页的时候，我的大脑顿时飞速转动起来。是啊，以前我曾经听说过80/20，我知道“帕累托法则”，是意大利经济学家维尔弗雷多·帕累托发现80%的财富掌握在20%的人手中。我也知道80%的销售收入通常来自20%的客户。那时我还觉得这事儿相当有意思。

然而此时，我忽然看到了一个全新而又截然不同的认识：80/20适用于任何事情！瞬间，千丝万缕的联系就这样诞生了，在此之前我还从未想到过这些联系。

一想到偶然领悟了这么重要的事情，我的后背泛起一层凉意。

我赶紧上车，飞驰回家。十五分钟后，我四仰八叉地躺在客厅的地板上，身边摊着计算器和纸张。各种念头在脑海中闪现，然后融会贯通，我都来不及写下来。

我妻子劳拉回到家后，奇怪地看着我说：“你这是在干什么？”

科赫的这本书，我才刚刚开始读，就证明了是我读过的最重要的商业

书籍。

还有一件事情，就是 I 通过读这本书有了这次顿悟，有了关于 80/20 的新看法。这个想法，无论此前还是之后，我都没有从其他书籍中读到。猛然间我发现 80/20 无处不在。就像打开了一个开关，见证黑白的世界变得五彩斑斓。

这本书写的就是我的这些顿悟，即把 80/20 法则应用到推销和营销中的种种方法，也就是我的生意如何扩张了十几倍。这些新想法成为我职业生涯中的力量。

I 花了整整五年时间解读搜索网站的广告系统，比大多数人都要早，这对于我来说太重要了，在高度竞争的关键词广告这一课题中，我能成为全球畅销书的作者，80/20 法则起着重要作用。

80/20 法则最大限度地帮助我们 I 把广告活动的每一个可能的部分最优化，让我们知道下一步该做什么。后来在解读 Facebook 广告的时候，80/20 法则也提供了帮助。我把 80/20 法则写进了每一本商业类书籍，差不多每一次培训都进行讲解。我无法想象没有 80/20 法则该怎么做商业顾问。它导致了一种工具的诞生，这种工具从根本上颠覆了我关于推销和营销的理念。本书中也列出了这种工具。

如果你刚刚开始从事推销或者营销工作，而又喜欢挖掘数据，那么这本书对你来说就是第二本圣经。它会讲述在推销、营销、销路拓展、宣传及电子商务中，哪些因素起作用，哪些因素没那么重要。在今后的生活中，80/20 法则会成为你的首选方式，把你学到的销售知识系统化。你挣钱的速度会提高一倍，甚至六倍。你的腰包也会更鼓。

如果你是一个经验丰富的销售员，或者是营销能手，并且你知道自己还没发挥全部潜能，那么这本书就能为你的每次进步提供全新的框架。它可以把你迄今所学的所有技能进行放大。

在销售的过程中，你能快速并可靠地估计，你在每一张“桌子”上扔了多少钱。你会发现杠杆之内有杠杆，因而产出的能力会不止提高 2 倍，而是 100 倍。你就能对未开发市场进行 X 光扫描，纵观全局，让你的同事和竞争者唏嘘不已。你能轻松地达到最高效的境界。

最终,你就能运用 80/20 法则来阅读这本书。你可以只阅读这本书的 20%, 而获得 80% 的收益, 因为书中标注了一些特殊的部分, 即“小结”和如图 0-1 这个图标所标记的内容。



图 0-1

阅读的时候要留意这个图标, 它表示这部分内容极为重要。

另外, 你也可以访问 [www.perrymarshall.com/8020supplement](http://www.perrymarshall.com/8020supplement), 打印“双帕累托页面”——包含本书中位列前 1% 的策略, 把它们浓缩在了一页纸上。

我相信, 你会发现这些捷径非常有价值, 然后想要阅读其他篇幅及在线附加内容, 最后会重新阅读所有内容。因为如果最好的 1% 能以 10 万美元或者更大的幅度影响你的收入, 那么整本书很轻松就能达到 25 万美元。这本书能改变你的生活。

是的, 我知道这是大胆的说法。但是你可以对这个说法进行测试, 看看我说的是否属实。因为我在剩余的篇幅中, 收录了很多策略和强大的技巧。

迄今为止, 我已经向我的“佩里星球”成员传授 80/20 法则达十年之久了。他们都订阅我的邮件, 加入我的智多星行列, 参加各种活动。成千上万的专业销售人员和企业家消化吸收了这些技巧, 创造了成功繁荣的公司, 开启了辉煌的销售和顾问生涯。现在, 我把这些展示给你。

# 目录

第 1 章	80/20 法则是如何发挥作用的？为什么它会发挥作用？ .....	1
	80/20 法则是自然法则，而非经验法则.....	5
	80/20 法则的杠杆作用： $(80/20)^2=250 : 1$ .....	6
第 2 章	“拉响枪栓” .....	15
	控制 80/20 法则的方式：拉枪栓.....	16
	用 80/20 法则对信息进行分类整理.....	17
第 3 章	你可以做得更好 .....	19
	靠 80/20 法则赢得更多尊重.....	20
	工具定位：我们是专家.....	21
第 4 章	如何利用 80/20 法则寻找客户 .....	23
	80/20 销售能手的七条主要规则.....	25
	媒体和流量中的阴阳理论.....	29

<b>第 5 章</b>	<b>如何探测出看不见的资金</b> .....	<b>31</b>
	80/20 动力曲线 ( www.8020curve.com ) .....	31
	体育爱好者中的 80/20.....	35
	人们为什么会毫无顾忌地花钱? .....	36
<b>第 6 章</b>	<b>使用动力三角来简化你的生活</b> .....	<b>42</b>
	动力三角: 流量, 转化, 经济效益.....	43
	让动力三角为你工作.....	45
	重整你的销售漏斗.....	47
	你愿意付出多少来赢得客户.....	49
	哪里可以获得名录.....	52
<b>第 7 章</b>	<b>80/20 转化——既然拉响了枪栓, 就更进一步</b> .....	<b>54</b>
	去伪存真五步法®.....	56
	成功的 B2B 销售信息研究 .....	60
<b>第 8 章</b>	<b>你的个人独特销售主张</b> .....	<b>64</b>
	业务独特销售主张与个人独特销售主张.....	66
	现有独特销售主张与天生独特销售主张.....	66
<b>第 9 章</b>	<b>拆分测试区分了新手和行家</b> .....	<b>68</b>
	为什么选择关键词搜索? .....	69
	把 80/20 法则跟拆分测试结合, 从而使销售收入 提高 2 倍、 5 倍、20 倍.....	71
	所有事情的秘诀就是拆分测试.....	72
<b>第 10 章</b>	<b>扩大范围</b> .....	<b>75</b>
	增加另一种媒体: 从胜者通吃现象中获利.....	75

通过 10 个步骤把销售收入提高 50 倍 .....	76
现在你有了终极销售流程，接下来干什么呢？ .....	79
谷歌类似于黄页，Facebook 类似于咖啡店.....	81
<b>第 11 章 扩大、多样化然后征服全世界 .....</b>	<b>83</b>
经销商和代理商：外来的力量 .....	85
把你的销售人员当做有价值的经销商 .....	85
<b>第 12 章 挖掘所有客户的潜力.....</b>	<b>89</b>
2 700 美元的速溶咖啡机原理 .....	91
动力曲线是多层面的 .....	94
<b>第 13 章 有力的保证.....</b>	<b>98</b>
强力保证的无穷吸引力 .....	100
强力的独特销售主张的大师级公式 .....	102
人们都只会为肯定发生的事付钱 .....	103
<b>第 14 章 80/20=利用自然的力量 .....</b>	<b>106</b>
80/20 法则的指数级力量来自何处 .....	107
正反馈与负反馈的奇妙力量 .....	109
<b>第 15 章 你想一小时挣 10 美元，还是 1 000 美元、10 000 美元？ ..</b>	<b>112</b>
“可以给我涨薪吗？我要 1 000 美元一小时” .....	114
把简单的事情外包 .....	117
赢回你的生活！ .....	118
<b>第 16 章 从事你热爱的工作并如何做到时薪 1 000 美元.....</b>	<b>120</b>
利用你的天赋：专注于你擅长的领域 .....	120



认识你自己 .....	123
作业：特有能力和调查 .....	125
<b>第 17 章 在招聘与外包中利用 80/20 法则：不要面试，而要海选！</b> .....	<b>129</b>
反向销售漏斗 .....	131
管理分包商 .....	132
<b>第 18 章 如何通过个人助理来赚取每小时 1 000 美元</b> .....	<b>135</b>
外包是破解 80/20 法则的灵魂 .....	136
一个优秀个人助理的力量 .....	139
<b>第 19 章 炒掉排名最后的 10%</b> .....	<b>142</b>
有时，你必须炒掉一个客户 .....	144
你也需要炒掉排名最后的 10% 的员工 .....	144
<b>第 20 章 对 80/20 法则的争议因市场两极化而成名</b> .....	<b>147</b>
亚马逊超级响应的“三星评级”现象 .....	148
爱你的人 VS 恨你的人——你很难向正常和理性的人推销 产品 .....	151
<b>第 21 章 花一个下午的时间，用 80/20 法则做一份市场调查</b> .....	<b>157</b>
仅靠电脑和网络，如何在慵懒的星期天下午免费获取价值 25 万美元的关键市场数据！（格伦·利文斯顿 费城） .....	158
获取超敏感情报的 80/20 调查技巧 .....	162
<b>第 22 章 千头万绪，现在仅仅需要抓住其中 3~4 个要点</b> .....	<b>165</b>
评估事项、追踪事项及该忽略的事项 .....	168
销售矩形图中，什么因素最重要？ .....	170