

绝对成交

能让产品“卖出去”和“卖上价”的销售秘籍

克林顿首席谈判顾问

〔美〕罗杰·道森 ©著

(Roger Dawson)

刘祥亚 ©译

SECRETS OF
POWER
NEGOTIATING
FOR SALESPeOPLE

全世界赚钱速度最快的就是谈判

罗杰·道森特别奉献给销售和采购人员的谈判圣经

全球畅销16年

重庆出版集团  重庆出版社

绝对成交

能让产品「卖出去」和
「卖上价」的销售秘籍

SECRETS OF
POWER
NEGOTIATING
FOR SALESPeOPLE

〔美〕罗杰·道森
(Roger Dawson)
刘祥亚 译

◎著

重庆出版集团  重庆出版社

SECRETS OF POWER NEGOTIATING FOR SALESPEOPLE © 1999 Roger Dawson
Original English language edition Published by Career Press, 220 West Parkway, Unit 12,
Pompton Plains, NJ0744 USA.
Simplified Chinese edition copyright © 2015 by **Grand China Publishing House**
All rights reserved.

No part of this book may be used or reproduced in any manner whatever without written permission except in the case of brief quotations embodied in critical articles or reviews.

版贸核渝字 (2015) 第118号

图书在版编目(CIP)数据

绝对成交 / (美) 道森著; 刘祥亚译. —重庆: 重庆出版社, 2015.5
书名原文: Secrets of Power Negotiating for Salespeople

ISBN 978-7-229-09783-7

I. ①绝… II. ①道…②刘… III. ①商务谈判 IV. ①F715.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第086634号

绝对成交

JUEDUI CHENGJIAO

(美) 罗杰·道森 著
刘祥亚 译

出版人: 罗小卫

策 划: 中资海派·重庆科韵文化传播有限公司

执行策划: 黄河 桂林

责任编辑: 肖化化

特约编辑: 涂玉香

版式设计: 王 芳

封面设计: 张 英



重庆出版集团
重庆出版社 出版

(重庆市南岸区南滨路162号1幢 邮政编码: 400061)

深圳市彩美印刷有限公司制版印刷

重庆出版集团图书发行有限公司发行

邮购电话: 023-61520646

E-MAIL: fxchu@cqph.com



重庆出版社天猫旗舰店
cqchs.tmall.com

全国新华书店经销

开本: 787×1092mm 1/16 印张: 20 插页: 4 字数: 238千

2015年7月第1版 2015年7月第1次印刷

定价: 65.00元(精)

如有印装质量问题, 请致电: 023-61520678

本书中文简体字版通过**Grand China Publishing House(中资出版社)**授权重庆出版社在
中国大陆地区出版并独家发行。未经出版者书面许可, 本书的任何部分不得以任何方式抄
袭、节录或翻印。

版权所有, 侵权必究

推荐序

SECRETS of POWER
NEGOTIATING for SALESPEOPLE



武向阳

“世界大师中国行”创始人
亚太国际谈判学院院长
罗杰·道森中国区总代理人
畅销书《谈判兵法》作者

优势谈判，方能绝对成交

如果你没有听过罗杰·道森的名字，那么你一定还未深切懂得谈判的优势及重要性；如果你没有看过《优势谈判》，那么你一定还未能娴熟应对外来一切的规则与要求；如果你连《绝对成交》都还没有看过，那么你一定是一个不懂得如何在这个时代与他人竞赛的人！

做过销售的人都知道，客户的性格千差万别，交易的环境变幻无穷，沟通的深度及最佳时机更实属难求……销售正变得越来越艰难，竞争也比以前更为激烈。于是，有人开始诉说销售的不易，抱怨客户就是一个刁难的主。

相比以前，现在客户了解信息的渠道更广泛，谈判水平也逐日提高，因此销售的难度系数也随之上升。道森在本书中说，“销售的过程就是一种说服竞赛”。谈判就是为了更好地成交，以一种最佳的结果达成合作。而如何赢得成交这场比赛，就取决于你手中技

艺的高超程度。正如我在《谈判兵法》一书中所提出的谈判 3.0 思维模式，其实消费者买的不是我们的产品，而是产品带来的好处及在购买过程中带给消费者的感受。产品带来的好处满足了客户的显性需求，购买过程带给消费者的感受则会影响隐性需求，而隐性需求恰巧就是客户的真实需求。因此，通过谈判满足客户的显性需求和隐性需求就显得尤为重要。

道森先生在本书中慷慨解囊，将他多年的宝贵经验与你分享，商场上的所有独门秘籍、技巧艺术以及方法策略都在书中一一展现。掌握这些神奇的谈判方式，你将成功取得客户的信赖，从而达到完美成交。

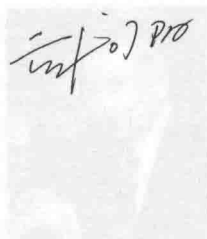
作为世界级的谈判大师，在本书中，道森向你娓娓道来所有谈判技巧，告诉你如何分析谁是你的客户，如何培养自己的影响力，与客户达成交易。他结合自身经验，对谈判的“策略”和“技巧”进行了详尽的阐述。

作为道森在中国的总代理人，我于 2008 年开始邀请他来中国进行演讲，至今合作已达数十次，我每次都被他的人格魅力所折服。他时而沉着冷静，时而幽默风趣，时而凝神沉思，时而谈笑风生。他对谈判的理解之深、之透让人惊诧；他对谈判技能的娴熟运用更让人望尘莫及。

曾有一位名家说过，“使你受益最多的人，并不是告诉你以前所不知道的东西，而是把你一知半解却又不明就里的东西一语道破的人”。这或许就是道森这么受人尊敬的原因：大多数人其实已在实践中不自觉地运用了优势谈判技巧，但只有他一人系统地总结了出来，让众人如醍醐灌顶。

当然，能当面聆听道森多年的实践经验固然是好，而若没遇到此等机会，那么看道森的谈判书籍也是不错的选择。无论是《优势谈判》还是这本《绝对成交》，字里行间无不渗透着道森对谈判技能的热爱与研究，无不显露着他的用心与博爱！学谈判，这两本

书必定让你开卷有益。本书不但方法简单易学,而且效果立竿见影,能让你轻松迅速地达到共赢。无论你是纵横商场多年的资深人士,还是刚踏入职场的初生牛犊,本书绝对值得你一看!



备 注  世界大师中国行

“世界大师中国行”致力于挖掘全球商业大师资源,构建大师、企业、教育培训三方沟通渠道。目前,已成功引进了世界营销大师杰·亚伯拉罕、世界谈判大师罗杰·道森、世界客户服务大师大卫·弗曼多、2008年度诺贝尔经济学奖获得者保罗·克鲁格曼、世界第一畅销书《心灵鸡汤》作者马克·汉森、世界犹太人理事会主席杰克·罗森和美国前总统乔治·W. 布什、比尔·克林顿等众多享有广泛国际声誉的商业大师及政要走进中国,并迅速引爆了旋风式的影响力,形成良好的社会与市场双重效应,引进领域涉及市场营销、管理、品牌、领导力、客户关系管理、组织战略、犹太智慧、商业谈判、资本运作等几十个商业范畴。“世界大师中国行”目前已成为中国高端教育培训业最具专业性及影响力的大师经纪代言人,被誉为“世界大师的幕后推手”。

作者介绍

SECRETS of POWER
NEGOTIATING for SALESPEOPLE

罗杰·道森

克林顿总统首席谈判顾问
畅销书《优势谈判》《绝对成交》作者
亚太国际谈判学院名誉院长



罗杰·道森是谁？

有些人生来就注定不会成为平凡人，而如果这个人曾经与总统大选、中东和谈、国会弹劾案等重大事件联系在一起，那就更不会与平凡沾边了！这个人就是罗杰·道森！

罗杰·道森是美国总统顾问、内阁高参、地产公司总裁、美国 POWER 谈判协会首席谈判顾问、畅销书作家、教授、演讲大师、谈判训练大师……没有人知道他到底有多少头衔。

政治高参 罗杰·道森

“他直视着我的眼睛，说：‘罗杰，如果你支持我，我会坚持。’我说：‘有我在呢，总统先生。’”多年以后，罗杰·道森回忆起1996年美国总统大选最重要的一场电视辩论，依然历历在目。面对来势汹汹的共和党人罗伯特·多尔，克林顿犹豫了，是罗杰·道森让克林顿重新回到讲坛并赢得了选民的支持。

众所周知，罗杰·道森是美国前总统克林顿的首席谈判顾问，在其长达8年的总统顾问生涯中，经历了众多著名的历史事件，

包括 1996 美国总统大选、巴以和谈、巴尔干冲突、莱温斯基性丑闻案、美国总统弹劾案等。一般认为，在美国政治谈判领域，有两座高峰，会让妄想超越的后来者胆战心惊。一位是联邦调查局反恐谈判顾问赫布·科恩，而另一位，就是罗杰·道森。

依靠其对国际政治的谙熟，对政治局势的敏锐嗅觉以及他那似乎与生俱来的无与伦比的谈判技巧，当他无数次突然与米洛舍维奇或者沙龙坐在谈判桌旁之后，他总是会带着一份值得《纽约时报》或 CNN 拼命炫耀的胜利飞回华盛顿复命！

尽管罗杰·道森保持了美国政府智囊团一贯以来的低调和神秘作风，但媒体从不放过他，就算克林顿潇洒卸任，他也功成身退，但依然有无数好奇的记者整天对他“围追堵截”。

演讲大师 罗杰·道森

CPAE (Council of Peers Award of Excellence) 奖是美国国家演讲人协会所颁发的最高荣誉奖项，象征着公众演讲的最高水平。这项由美国国家演讲人协会全体会员投票评选出来的演说界最高奖项，在其上百年的历史中，一共只颁发给了 61 位演说家！而罗杰·道森就是其中之一！

罗杰·道森过去 18 年来在美国 39 个州举行过个人演讲，在欧美各地举行巡回演讲和研讨会不下千场，其“有效谈判”“有效说服”“自信决策”早已成为不朽的经典。罗杰·道森还是 POWER 谈判协会的创始人。这个协会致力于推动商务谈判发展，与 1/3 的美国排名前 500 位超级企业保持了密切的业务往来。

实业家 罗杰·道森

在进入政坛之前，罗杰·道森更广为人知的身份是企业家。他先后创办了多个企业实体，产业涉及地产、教育、休闲服务等，年营业额超过上亿美元，是美国企业界一颗耀眼的明星。

20世纪80年代初，罗杰·道森受聘于加州最大的房产公司任总裁。在罗杰·道森掌门该地产公司期间，他把业务扩大到了全美各地，拥有数十个地产项目，建立了28家分公司，雇员上千人，年营业额高达4.5亿美元！

商务谈判训练大师 罗杰·道森

如果你问是谁训练出了美国战后最多的销售部门主管和职业经理人，那么答案毫不犹豫只有一个，那就是罗杰·道森！

这位被《福布斯》评选出的“全美最佳商业谈判教练”，与同样举世闻名的爱丁堡首席谈判专家盖温·肯尼迪一样，也热衷于为企业领袖和主管进行商务谈判技能的培训，如今许多活跃在国际商场上的跨国企业谈判高手，都师出罗杰·道森。

罗杰·道森所著《优势谈判》，是除了赫布·科恩所著的《谈判无处不在》外，最受商务人士推崇的谈判书籍。这本凝聚了罗杰·道森毕生心血的旷世佳作，全球发行量与《谈判无处不在》一样超过了1000万册，并曾连续数周占据《纽约时报》畅销书排行榜榜首位置，被列入耶鲁大学、普林斯顿大学等美国名校的指定阅读书目！

备注

亚太国际谈判学院由“世界大师中国行”创始人、谈判3.0理论体系创始人武向阳先生于2012年发起并成立，由世界谈判大师罗杰·道森担任名誉院长。学院自成立以来，一直推动谈判3.0理论体系的发展与应用，传播谈判正能量，致力于成为谈判领袖及谈判型组织的孵化基地。

目 录

SECRETS of POWER
NEGOTIATING for
SALESPeOPLE

第●部分

优势销售谈判 一场有章可循的游戏

一旦了解谈判规则，你基本上就可以预测客户的下一步反应和行动，包括他掏钱包和刷信用卡的时间。

第 1 章 从销售员向谈判专家的转变 3

客户的谈判水平正变得越来越高 4

你的客户比以前懂得更多 5

销售员角色大转变 6

第 2 章 玩一场有章可循的双赢游戏 9

双赢销售谈判 10

预测客户的反应 11

第●部分

步步为营 把控全程，势在必得

客户说：“我只付得起 500 美元。”家具销售员没有控制成本，也没有降价，反而让客户主动提价 10%，他用了什么方法？



SECRETS of POW
NEGOTIATING B
SALESPeOPLE

SECRETS of POW
NEGOTIATING B
SALESPeOPLE



SECRETS of POWER
NEGOTIATING for
PEOPLE

SECRETS of POWER
NEGOTIATING for
PEOPLE

第3章 开场销售谈判策略 17

大胆开价 18

界定目标 27

绝不接受第一次报价 30

装做大吃一惊 37

扮演不情愿的卖家 42

锁定眼前的问题 47

钳子策略 52

第4章 中场销售谈判策略 57

诉诸更高权威 58

避免对抗性谈判 69

服务价值迅速贬值 73

永远不要折中 75

烫山芋 78

一定要索取回报 84

第5章 终场销售谈判策略 89

白脸—黑脸策略 90

蚕食策略 96

让步模式 104

收回报价 107

欣然接受 110

起草协议 112

第 ③ 部分

绝对成交 给客户一个非你不买的理由

对方开价 24 万美元，罗杰·道森报价 18 万美元，这么低的报价简直让他羞愧得无地自容。最终，双方在悄无声息中达成了交易。沉默也能成交吗？

第 6 章 钱并没有你想象的那么重要 121

客户愿意多付钱 122

比钱更重要的东西 126

如何确定一位客户愿意付多少钱 129

第 7 章 绝对成交策略 133

销售的 4 个阶段 134

24 种绝对成交策略 135

让人质疑的成交策略 160

第 ④ 部分

知己知彼 了解对手，掌控谈判

客户订购了一大批齿轮，但要求 90 天交货，增加的 2.8 万美元固定成本和空运费由销售方承担。为了拿下这笔大订单，销售员一口答应，最后发现客户根本不急着要货，这不过是他耍的一个花招。



SECRETS of POW
NEGOTIATING TO
SALESPEOPLE

SECRETS of POW
NEGOTIATING TO
SALESPEOPLE



第 8 章 | 如何控制谈判 165

谈判驱动力 166

识破谈判诈术 172

与非美国人谈判 184

谈判压力点 193

第 9 章 | 应对棘手的局面与愤怒的对手 211

处理问题谈判 212

应对一个愤怒的人 223

第 10 章 | 理解你的对手 229

培养个人影响力 230

理解客户的性格特点 248

双赢销售谈判 260

译后记 | 让对手成为你的“待宰羔羊” 265

案例分享 269

读者评论 281

学员见证 297

ETS of POWER
HEATING for
SPEOPLE

ETS of POWER
HEATING for
SPEOPLE

第一部分

优势销售谈判

一场有章可循的游戏

一个橙子，你和对方都想要，如何让双方都得偿所愿、皆大欢喜？

一旦了解谈判规则，你基本上就可以预测客户的下一步反应和行动，包括他掏钱包和刷信用卡的时间。

几年前，我曾录过一盘名为《优势谈判》的录音带。让我感到惊喜的是，这盘录音带居然成了美国有史以来最畅销的录音带之一。听了录音带后，全国各地的众多销售经理纷纷给我打来电话，邀请我给他们公司的销售人员做培训，告诉销售人员该如何使用优势谈判策略来提高产品的实际利润，并在对手低价竞争的压力下抢到订单。

如今我的客户已遍及全国，既有像 IBM、施乐、宝洁、默克制药、Abbott 药业、通用食品这样的全球巨头，也有那些刚刚起步的创业公司。对我来说，讲课本身就是一种享受，但更加重要的是，在这个过程中，我开始对销售人员、客户以及如今交易过程中的难关等有了更深刻的了解。在这段时间里，销售人员们教会了我很多关于这个行业的新知识。他们告诉我销售工作正在变得越来越难。按照他们的说法，在 21 世纪，只有那些最聪明、最优秀的销售人员才能有所发展。



SELLING IN THE NEW MILLENNIUM

第1章

从销售员向谈判专家的转变

要想提高利润，最好的选择就是更成功地跟客户谈判，这种方式要比设法提高市场份额或拼命压低运营成本容易得多。

销售这个职业本身在 21 世纪会经历许多重要的变革。以下就是我所感受到的一些新挑战：

客户的谈判水平正变得越来越高

几乎我遇到的所有销售人员和销售经理都在告诉我同一件事情：如今的客户要比 10 年或 20 年前的客户谈判水平高得多，并且这个趋势还将继续发展下去。

事实上，在我看来，客户要想又快又省地买到自己想要的东西，最理想的方式就是直接砍掉你的利润！

要想提高公司的利润，你的客户只有 3 种方式：

卖掉更多产品。这也就意味着他们要么与竞争对手来场肉搏战（从对手那里抢走客户，从而扩大自己的市场份额），要么推出一些新产品，开辟一块新市场（通常来说，这种做法的风险会比较大，而且成本也会比较高）。