



销售人员自我提升必读

销售

应该这样做

SALES

快速提升业绩的
销售圣经



乔梁◎主编

即学即会、即学即用的销售理念和技巧，
帮助销售新人建立起一套完善的知识体系，使之从一个初窥门径的新人
快速成为产品专家和客户专家。



中国纺织出版社

销售人员自我提升必读

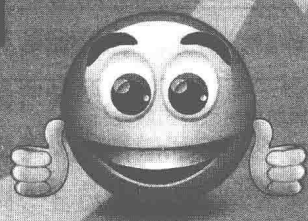


销售

应该这样做

常州大学图书馆
藏书章

快速提升业绩的
销售圣经



乔梁◎主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

销售人员在销售过程中会遇到各种难题,那么,该如何解决从而成为一名顶尖的销售高手呢?为了让销售人员掌握一系列可以立刻派上用场的销售技巧和策略,使销售人员能够迅速、轻松地提高销售业绩,本书归纳总结了销售人员应该学习的销售知识,浓缩了众多销售精英的成功之道,涉及的内容涵盖了销售领域的各个方面。

本书内容通俗易懂,超实用的销售技巧和策略加上经典的案例分析,可令读者即学即通、即学即用。本书不仅是销售人员必备的销售圣经,还适合培训师、高校相关专业师生阅读。

图书在版编目(CIP)数据

销售应该这样做 / 乔梁主编. —2版. —北京:中国纺织出版社, 2015. 1

ISBN 978-7-5180-0935-0

I. ①销… II. ①乔… III. ①销售 IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第211880号

编委会: 唐运富 孙智超 段旭武 贺 卓 王亚龙 王 瑜 苏宁宁
叶会林 王 旭 孙 超 江 玥 刘长江 秦 琳 黄丽华
马湘宁 刘良玉 李 强 刘苗森 郎晓芳 万定丽

策划编辑: 向连英 特约编辑: 邓艳丽 责任印制: 储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010—67004422 传真: 010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博<http://weibo.com/2119887771>

北京佳信达欣艺术印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2010年6月第1版 2015年1月第2版 2015年1月第3次印刷

开本: 710×1000 1/16 印张: 17

字数: 226千字 定价: 32.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

前言

Foreword

销售工作是世界上最有挑战性的工作之一，也是赚钱最快的一种工作。如果你选择了做一名销售员，那么你选择的就是一条不同寻常的路，一份充满机遇和挑战的职业，一个能够获得巨大财富的人生。

然而，如何成功有效地提高销售业绩一直以来都是销售人员所面临的一道难题。因此，如何深刻了解客户需求，敏锐地洞察市场动态，变被动为主动，抓住每一个可能实现的销售机会，成为了销售人员的生存之本。

也许很多销售人员都遭遇过如下情景：纵使自己费尽唇舌，不停地介绍产品的优点及好处，客户还是坚决地摇头说“不”；上门拜访时，刚一开口说明来意，就被“砰”的一声关在门外；进行电话销售时，对方一听到你的开场白就给你留下一片无情的忙音……面对此类令人沮丧的回应，销售人员要如何应对呢？难道就真的要承认自己不是做这一行的料，自己就是一个销售失败者吗？不！世界上没有不动心的客户，真正原因不是客户不讲礼貌，也并不是客户不愿意继续听你说下去，一切的问题只是源于你还没有掌握销售的奥妙！

俗话说“没有卖不出去的产品，只有不会卖的人”，不是产品不好，而是方法不对。那销售人员如何才能练就精准绝活，让客户跟着你的思维走？如何察言观色、如何号准顾客的脉搏，对症下药开方呢？



本书是针对销售人员在销售过程中可能遇到的各种实际难题而编写的。内容涵盖了销售心态修炼、销售技巧以及实战话术中的各种心理策略，旨在帮助销售人员掌握一系列可以立刻派上用场的理念、技巧和策略，能够迅速和轻松地提高销售业绩。

本书浓缩了众多销售精英的成功之道，内容涵盖了销售领域的各个方面，为读者提供了即学即通、即学即用的销售知识，可以说是销售员必备的销售圣经。

阅读本书，可帮助销售员快速提升业务能力，准确、有效地与客户交往，切实提高自身的销售业绩。

编者

目录

Contents

第1章 销售人员必备的职业心态和素质 1

俗话说“态度决定一切”，态度是一个人对事物的内驱力，不同的态度会产生不同的驱动作用。好的态度会产生好的驱动，从而产生好的结果，反之则会产生不好的结果。对待任何事物都不仅仅是某一单纯的态度决定的，而是各种不同心态的综合。对于销售人员而言，需要具备什么样的心态呢？

第1节 保持乐观向上的心态	2
第2节 要有专注于一的精神	3
第3节 打破思维定式的束缚	5
第4节 不断致力于学习	6
第5节 情商比智商更重要	8
第6节 销售的过程比结果更重要	9

第2章 成功销售不可不知的定律 11

成功是可以复制的！在无数的实践中，人们总结出了很多能让人成功的定律，而其中一些定律非常适用于销售行业。不要把成功当做无法攀登的高峰，当我们能灵活运用那些帮助很多人成功的销售定律时，我们每个人都可能成为世界上顶尖的销售员！

第1节 首因效应：给客户留下美好的第一印象	12
第2节 阿尔巴德定理：了解你的客户	13
第3节 斯通定理：态度决定结果	15
第4节 墨菲定律：重视每一位客户	16
第5节 刺猬定律：与客户保持适当的距离	17
第6节 高效销售的“250定律”	19
第7节 销售中的“二八定律”	21

第3章 销售人员必修的礼仪 25

公司员工的个人形象蕴含着公司的企业文化，折射出企业的形象，在某种程度上也代表着产品的形象。其中，销售人员的形象最为重要。良好的个人形象能够提高销售人员的亲和力，拉近销售人员

与客户的距离，减少客户的疑虑，进而促使客户产生购买欲望，达成交易。因此，销售人员应有整洁的仪表、亲和力较强的仪容；有主动积极、亲切诚恳的态度；有进退有序的规范礼仪；有收放自如的沟通能力等。

■第1节	得体的谈吐更具魅力	26
■第2节	着装必须遵循的“TOP”原则	27
■第3节	必不可少的名片礼仪	29
■第4节	以优雅的仪态吸引客户	32
■第5节	倾听的礼仪与技巧	34
■第6节	把微笑和快乐带给客户	36

第4章 人际关系就是财富..... 39

美国成功学大师卡耐基经过长期的研究得出这样一个结论：“专业知识在一个人成功中的作用只占15%，而其余的85%则取决于人际关系。”然而人际关系的经营不能操之过急。如果你想要与某个人维持不错的关系，至少要长期地、不间断地与之联络。

许多人总是想着赚大钱，到外寻求快速致富的方法。殊不知人际关系资源越丰富，也就越容易赚钱；你的人际关系网络越通达，你的财富积累之路也就越顺畅。人际关系是人们事业发展最重要的因素，而且通常是成功与否的关键。

■第1节	给自己一张“人际关系存折”	40
■第2节	仅仅把产品卖出去还远远不够	42
■第3节	扩大交际范围是机遇的催产术	43
■第4节	信任是进一步交往的基础	45
■第5节	借力使力，助人即助己	47
■第6节	与客户的关系要用心维护	49

第5章 成功销售离不开好口才..... 51

一个人要想在与别人的交往中取得成功，离不开一副好口才，销售工作尤其如此。推销之神原一平说过：“培养能言善辩的优秀口才，塑造专业的职业魅力。”

口才好不好直接关系到能否将产品销售出去。拥有一副好口才，会让你的销售之路越来越平坦，越来越宽广。

■第1节	训练口才的八大方法	52
■第2节	向客户提问的技巧	54
■第3节	不能向客户说的九种话	56
■第4节	赞美的力量和原则	58
■第5节	幽默是一种智慧	59
■第6节	从细节上培养语言的魅力	62



第6章 成功销售的沟通方法..... 65

销售人员必须能够洞悉顾客的需求，这样双方才能灵犀相通、顺利沟通，才能实现成功销售。销售人员必须掌握有效的沟通技巧，学会发送和接收各类信息，解决销售中的各种问题，并与客户建立互相受益的关系，运用成功销售的沟通方法与客户达成交易。

- 第1节 尽情袒露你的真诚 66
- 第2节 用眼神拉住客户 68
- 第3节 破译客户的肢体语言密码 69
- 第4节 沟通的艺术在于委婉含蓄 72
- 第5节 打好“倾听”这张牌 74
- 第6节 说服客户的四个方法 75

第7章 销售中的心理学策略..... 79

每个人都有自己的“闪光点”，也都拥有着自己的影响力，只不过是或大或小而已。销售人员的工作就是与客户进行心与心的较量。销售人员不仅要洞察客户的心理，了解客户的愿望，还要灵活掌握各种心理的应对方式，以达到销售的目的。

要想提高销售业绩，销售人员就要善于在销售中运用心理学，了解客户的心理，带着快乐而自信的心情工作，这样才能获得出色的成绩，成为优秀的销售人员。

- 第1节 按照客户的需求思考 80
- 第2节 巧妙利用怀旧心理 81
- 第3节 把“是”销售给客户 83
- 第4节 让客户主动成为你的忠实客户 85
- 第5节 适时后退是为了更好地前进 86
- 第6节 销售人员怎样调整心态 88

第8章 销售目标和计划..... 91

只有当一个人有了目标，有了理想，他才会有前进的动力。在现代的销售活动中，销售人员作为销售活动的主体，担当着重要的责任。因此，如何去做？怎样才能做得更好？这些都是销售人员需要认真思考的问题。所以，销售人员在销售之前要有一个销售的目标和计划，这样才能一步步走向成功！

- 第1节 目标至关重要 92
- 第2节 要有强烈的愿望 94
- 第3节 好的计划令你事半功倍 95
- 第4节 说得再好不如做得好 97
- 第5节 销售人员要做时间的主人 99

第9章 如何挖掘客户的需求..... 101

如今的销售是销售人员主动出击的时代，如果客户没有需求就放弃销售，那么销售人员无疑是处于被动的。在目前的市场经济环境下，销售人员要做的，就是充分运用各种技巧挖掘客户的需求，从而达到完成销售的目的。

- 第1节 挖掘客户的潜在需求 102
- 第2节 挖掘客户需求的提问技巧 105
- 第3节 挑起客户的购买欲望 107
- 第4节 主动为客户创造需求 109
- 第5节 了解客户购买的动机 110

第10章 如何找到属于你的客户 113

茫茫人海，客户究竟在哪里？

一位著名的营销专家曾经说过：“你所遇到的每一个人都有可能为你带来至少250个潜在的顾客。生活中不是缺少商机，而是缺少发现商机的眼睛。”

- 第1节 利用自己的人际关系寻找客户 114
- 第2节 发掘你的潜在客户 115
- 第3节 抓住细节中的成功机会 116
- 第4节 建立客户信息系统 118

第11章 如何预约客户 121

约见客户是销售人员与客户协商确定访问对象、访问事由、访问时间和访问地点的过程。约见在推销过程中起着非常重要的作用，它是推销准备过程的延伸，是实质性接触客户的开始。

- 第1节 预约客户的常用方法及技巧 122
- 第2节 了解客户拒绝约见的理由 124
- 第3节 打通中间环节，接近成交的决策者 125
- 第4节 电话约见客户的13个技巧 126
- 第5节 针对客户前次拒绝的理由制定对策 129

第12章 如何拜访客户 131

许多销售人员把拜访客户当做是一种普通的见面，认为只是和客户碰碰面，然后坐下来介绍产品的用途。其实不然，拜访客户是需要技巧的。从本质上来说，拜访的技巧不仅是现代化的商业技巧，更是为人处世的永恒艺术。



第1节	做好准备工作，充分了解客户	132
第2节	拜访客户的关键步骤	133
第3节	用开场白赢得客户的好感	135
第4节	把握好接近客户的分寸	137

第13章 如何进行产品展示 141

产品展示是指对客户进行产品的详细展示，包括产品的规格、款式、颜色等所有有关产品的详细信息。做到让客户更直观地去了解所展示的产品，让客户在看到产品的同时，对产品的每一个信息都有一定的了解。在对产品进行展示的过程中，销售人员应针对不同的客户有所侧重地进行解说。

第1节	充分了解自己所销售的产品	142
第2节	巧妙回答有关竞争对手产品的问题	144
第3节	巧妙地介绍产品的特色	146
第4节	掌握产品报价的技巧	147
第5节	应对客户不同反应的策略	150

第14章 如何进行产品劝购 153

美国营销学家卡塞尔说：“生意场上，无论买卖大小，出卖的都是智慧。”销售人员要将产品出售给客户，就要掌握专业的推销技巧。如何进行劝购，是销售技巧中非常重要的一个环节。

第1节	相信自己产品的实力	154
第2节	先谈价值，后谈价格	155
第3节	找准购买产品的决策人	156
第4节	满足客户的特殊需求	158
第5节	让节假日促销事半功倍	159

第15章 如何化解客户的拒绝 163

每个销售人员在销售过程中都有过被拒绝的经历。“我现在很忙，没时间”“我们刚刚进了一批货，现在不需要了”“不感兴趣”……尤其是在上门销售时，遭拒绝的情况就更多了。一扇冷冰冰的门会使销售人员高昂的斗志一泻千里，如果事先没有充分的心理和言辞准备，只一味地认为单凭热情就能成功，一旦失败就容易垂头丧气。

有这样一句名言：“推销由遭到拒绝而开始。”当我们认识到这一点之后，我们就能想办法化解客户的拒绝，赢得客户了。

第1节	设法了解客户拒绝的真正意图	164
第2节	把握处理异议的时机	165
第3节	化解客户“买不起”的借口	167



第4节	客户要“考虑考虑”怎么办	168
第5节	客户说“用不上”时应如何应对	170
第6节	客户表示“产品不好”怎么办	171

第16章 如何与客户达成交易 175

著名销售人埃里希·诺贝特·德托依说过：“获得签约其实是目标明确、令人信服的推销技巧工作产生的结果。客户本来就是被一步步地引向签订合约的，所以最后签下他名字的这一步，当然应该走得和其他步伐没什么两样！”

第1节	及时把握成交的信号	176
第2节	急于求成签单难	178
第3节	适时替客户做主	179
第4节	促成成交的魔术签约法	180

第17章 如何做好售后服务 183

常言道：“金无足赤，人无完人。”要保证客户在使用产品过程中100%的不出现问题是是不可能的。然而，在市场经济的要求下，任何一种产品、任何一个企业，要想取得绝对性的胜利，产品的售后服务可以说是一个极为重要的环节。

第1节	成交后客户的信任依然很重要	184
第2节	做好售后服务的基本要求	185
第3节	售后服务的目的是让客户满意	187
第4节	“跟进”是“成交”的延续	188
第5节	用最好的态度面对客户售后的异议	189
第6节	处理客户投诉的程序与方法	191

第18章 如何获得转介绍 195

1位满意的客户会引发8笔潜在的生意，其中至少有1笔成交；1位不满意的客户会影响25个人的购买意向。如果每完成一份订单后，都能获得客户的转介绍，那么，你的潜在客户将成几何倍数增长……

第1节	成功获得转介绍的方法	196
第2节	老客户满意，客人就能源源不断	197
第3节	善待你的客户，使之成为介绍人	198
第4节	占了你便宜的人会给你拉生意	200



第19章 如何打销售电话 203

电话销售有一句非常振奋人心的话：“电话一响，黄金万两！”有的销售人员确实能印证这句话，而现实生活中却有更多的销售人员对其谈而色变，因为在电话销售过程中的拒绝率太高了，这对他们的打击很大！那么，销售人员要如何才能成为前者而不沦为后者呢？

- 第1节 打销售电话需要注意的内容 204
- 第2节 抓住电话接通后的30秒黄金时间 205
- 第3节 准备无须过度，积极的态度更重要 206
- 第4节 如何减少客户的拒绝 208
- 第5节 毫不吝啬地给予赞美 209
- 第6节 每天都要有足够的电话量 210

第20章 如何催账收款 213

兵法中有“上兵伐谋，其次伐交，其次伐兵，其下攻城，攻城之法为不得已”的话，而销售人员的催账收款正是需要不战而屈人之兵的上兵之策才能成功的。当然，商场没有硝烟弥漫，但动辄唇枪舌剑，还是显现出隐藏在背后更为残酷、更为微妙、更为惊心动魄的心理之战。因此，如何才能在这场“战争”中无须鱼死网破就能取得胜利，是企业和销售人员一直以来努力寻求的答案。

- 第1节 催账中的谈判心理 214
- 第2节 催账，坚持比什么都重要 216
- 第3节 常见的几种催款方式 218
- 第4节 特殊的催款方式——电话催款 219
- 第5节 催账收款的说话技巧 221

第21章 自我激励 225

卡耐基说过：“生活得快乐与否，完全决定于个人对人和事物的看法如何，因为，生活是由思想造成的。如果你要的是二流或三流的结果，你就不会去寻找获得一流的方法，你也永远与一流无缘。如果你坚持要最好的，你会留心观察一流事物，模仿一流的表现，探询一流的解决方法。”为什么销售人员不找一个平时可以偷懒、没有压力的工作呢？为什么他们可以选择避免拒绝，却还是甘于经常忍受拒绝呢？这都源于销售人员具备超强的自我激励能力！

- 第1节 永远与“胆怯”二字隔绝 226
- 第2节 相信自己，做最优秀的销售人员 227
- 第3节 成功始于最后一次拒绝 229
- 第4节 给自己立个“军令状” 231



第22章 销售人员常犯的错误 233

千里之堤，溃于蚁穴。有时，一个小小的错误都足以毁掉销售人员辛苦付出的所有努力。在销售人员的职业生涯中常常潜伏着一些小小的“蚁穴”，如果你不能及时发现并有效避免，那么你的销售之路将充满艰辛。

- 第1节 担心“不行”的心理障碍 234
- 第2节 总是用那些千篇一律的方法 235
- 第3节 不要忽略客户身边的“小人物” 236
- 第4节 总是倚仗专业性术语 238
- 第5节 轻易地给客户下结论 240

第23章 营销大师给销售员的启示 243

天才不是与生俱来的，这个真理同样可以运用到销售上来。如果没有销售人员的付出，销售就不会获得成功。世界上每一个获得成功的营销大师都有着其他人所不具备的闪光的特质，而正是因为这些特质才让他们比一般人更容易获得成功！

- 第1节 推销之神原一平的成功密码 244
- 第2节 营销学之父科特勒的10PS法则 245
- 第3节 田中道信：实践出真知，勤奋有回报 247
- 第4节 乔·吉拉德：热爱自己的职业 248

第24章 顶尖销售员的销售智慧和职业风范 251

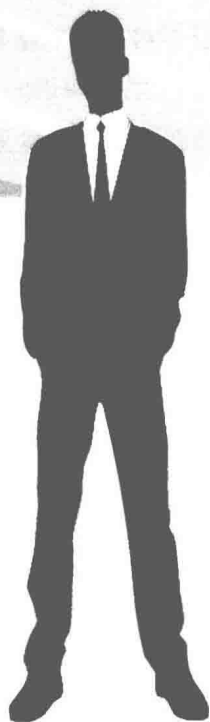
为什么有的汽车销售人员一天能卖出去6辆车，而有的销售人员6个月也卖不出一辆？他们的差别在哪里？是什么造就了顶尖的销售人员？而要成为顶级销售人员需要哪些关键的销售智慧和职业风范？

- 第1节 顶尖销售人员的工作态度 252
- 第2节 优秀销售员必备的好习惯 253
- 第3节 开启自己无限的潜能 254
- 第4节 一定要“一诺千金” 256
- 第5节 销售事业值得奋斗一生 257

参考文献 260

第1章

销售人员必备的 职业心态和素质



俗话说“态度决定一切”，态度是一个人对事物的内驱力，不同的态度会产生不同的驱动作用。好的态度会产生好的驱动，从而产生好的结果，反之则会产生不好的结果。对待任何事物都不仅仅是某一单纯的态度决定的，而是各种不同心态的综合。对于销售人员而言，需要具备什么样的心态呢？



第1节 保持乐观向上的心态

对销售人员而言：积极的心态、迅速的行动，是销售活动成功的关键。

销售活动与体育比赛有异曲同工之处：参与者都希望最先到达终点，都渴望成为最终的赢家，而赢家——冠军只有一个。如果说技能是夺冠的基础，那么在势均力敌的情况下，心态就变成了至关重要的条件。同样，销售者的心态，也是左右一个销售活动成功与失败的关键因素。

大部分的销售人员都会对销售技巧的提高投入大量的精力。然而在实际情况中，一个销售人员所产生的问题中占80%是来自其自身心态的问题，纵使解决了销售技巧的欠缺也无从改变其根本。要成为一名优秀的销售人员，最重要的是如何使自己建立乐观向上的积极心态。

下面先从销售人员常有的不良心态入手，为其找到对策。

首先，一般的销售人员会产生畏惧心态。一些销售人员往往一开始都兴致高昂地开始做销售工作，但连续几天都只收到拒绝的反馈，渐渐地，他们被客户的拒绝所征服了，开始不愿意接打电话。这就是销售初期销售人员最容易产生的一种畏惧心态。毫无疑问，这种心理反应是完全正常的，然而它却是销售人员不应有的心态。

调整畏惧心态的最佳策略是：每次当你遭受拒绝后，立即进行适当的“自我提示”。例如，被拒绝后，你可以想：“这个人不是我的客户，我又节约了时间，赶紧寻找需要我的客户吧。”当然光靠“自我提示”也不能持久，我们还可以寻求积极的帮助。有些人销售能够成功，在于他们有与之有共生关系的搭档存在。如果你能找到一位与你拥有同样志向的搭档，两人可以相互支持、相互监督、相互鼓励，这样你的斗志会因此增加很多倍。

其次，一些销售人员会有自卑心态。比如某个销售代表，每次他拜访客户与之交谈的时候，总是情不自禁地在话语中干笑几声；或是一与客户交谈就会不断地带



上口头禅，如“比方说…… 那么…… 嗯……”等。为什么会出现这样的状况呢？答案就是他们的自卑心态在作祟。

销售人员在客户面前过于谦卑的情况非常普遍，但我们需要认识到：我们是来帮助客户解决问题的。所以我们大可不必过于谦卑。要想克服自卑心态，重拾信心无疑是最好的方法。信心来源于充分的准备。如果能在拜访客户前进行充分的准备，那将奇迹般地给你信心，让你游刃有余，控制大局。

另外，一些销售人员并没有前面所说的那两种不良心态，但是他们的问题却在于过分自满。比起前两种不良心态，自满心态的改变更加困难。这涉及自我认识不清的难题，因此，有此心态的销售人员最好能趁自己还没有自以为是时，先找个销售方面的前辈作为你追逐的目标，防止自己掉入孤芳自赏的陷阱。接着在心里树起帮助顾客的“大旗”，被拒绝了要为没有能帮到他而感到遗憾。

最后，每当做成了生意，记得要及时奖励一下自己，但第二天就要告诫自己，一切要从头开始，还有很多客户等着去拜访。

“积极的人像太阳，走到哪里哪里亮；消极的人像月亮，初一十五不一样。”要想成为一名优秀的销售人员，就必须变成一个充满活力、充满激情和充满热情的人。积极的心态不但使自己充满奋斗的力量，也会给你身边的人带来阳光。如此一来，销售人员必定能更轻松地获得客户的信赖。

第2节 要有专注于一的精神

成功的根本在于人的心理素质、人生态度和才能。当然，一个人想成功，仅靠这些还不够，还必须兼具高远的志向以及实现目标的毅力，特别是专注于一的精神，更有利于助人成功。

我们小时候都听过“狗熊掰棒子，掰一个丢一个”的故事。听故事时我们会笑狗熊真笨，然而现实生活中我们会发现，这种状况似乎更容易在聪明人身上发生。可见，狗熊最终一无所获并非智力问题，而是心态问题。

这个世界上并没有绝对的聪明人和笨人，人与人的成就之所以有很大的差

别，很大一部分原因在于是否具备专注精神。世界上看起来可做的事情很多，但我们真正能够抓住的却很少。一生专注一项事业，每天专注本职工作——这就是专注精神。

现实社会中有很多人，他们总是在不断地变换行业或公司，总是在做着一件事情的同时想着其他更多的事情，因而无法集中精力和资源做好眼前的事。结果，多年之后，这些人一事无成，而当初与他们同一起点，且坚持下去的人却已成为某个领域的专家。

成功者必定是拥有专注精神的人，因为在社会分工越来越细的今天，没有一个人可以做到行行通、样样精。要想在当今社会中有所建树，必须要专注于一行一职，去创造尽可能大的成绩。任何一个大师级的人物，都只是某一个领域内的大师。任何行业及职业都是博大精深的，够一个人花一辈子的精力去钻研和奋斗。

在2006年的博鳌亚洲论坛年会上，有记者问中文搜索引擎“百度”（baidu）的创始人和当家人李彦宏，他的成功秘诀是什么，李彦宏只回答了两个字：专注。

世界财富排名仅次于比尔·盖茨的巴菲特从11岁开始买第一只股票，至今没有改行的迹象。以巴菲特的才智，肯定了解很多赚钱的行业，但他没有去做，而是坚持“吊”在股票这棵“树”上，因此他成了股神。

专注精神是个人或企业成功的必要条件。对于销售员自然也是如此。现如今，做市场更需要你的专业和专注精神，要能为客户确实解答问题，做他们的指导老师，让他们的投资风险降到最低。否则，你就是有再厉害的口才，再厉害的策划，你不专业，不了解本行业动态，客户也不会选择你的。

有人形容“销售就像打仗”。在上战场之前，士兵一定要勤练习，熟悉武器，这样才能在战争中保护自己。否则，你一枪未发，可能就壮烈牺牲了。销售也是同样的道理。

一个优秀的销售员要想实现事业的成功，必须具备专注和执着的品质，要让专注和执着渗透到你的灵魂深处。只有这种心无旁骛的坚定信仰和十年磨一剑的专注精神，才有可能在有生之年成就一番事业，实现自己的理想和人生价值。

缺乏智慧的人，是不可能做到专注和执着的；而空有智慧缺乏毅力的人，所获得的成功也一样来源于侥幸，而且不会持久。一个销售员，应该通过不断的自我管