

电话销售

实战案例精选

精彩案例层出不穷，绝妙话术信手拈来
一点就通举一反三，快速提升销售业绩



著名电话销售培训专家 舒冰冰 著



2 本电话销售畅销书作者

8 年电话销售培训辅导经验

10 年一线电话销售实战经验

5 万封学员课后亲笔感恩信

8 万条各行各业

30 万通电话外拨实战经验

1 000 万每年电话销售惊人业绩纪录

舒冰冰是谁？



机械工业出版社
China Machine Press

电话销售 实战案例精选

精彩案例层出不穷，绝妙话术信手拈来
一点就通举一反三，快速提升销售业绩



著名电话销售培训专家
舒冰冰 著



机械工业出版社
China Machine Press

本书从实战角度,运用经典而独特的电话销售案例,系统而详尽地剖析了电话销售人员实用的技巧和方法,总结并具体讲解了电话销售必须熟练掌握的沟通技能、销售技巧。这些技巧和方法实用有效,读者可以拿来即用,迅速提升销售业绩。

本书适合使用电话进行销售的人员、服务人员、技术支持人员,以及所有销售人员和销售管理人员阅读,也适合对电话营销模式感兴趣,准备或正在使用电话营销模式的人员阅读。本书可以作为团队培训教材,也可以作为电话营销领域研究人员的参考资料。

图书在版编目(CIP)数据

电话销售实战案例精选/舒冰冰著. —北京:机械工业出版社, 2011.6
ISBN 978-7-111-35061-3

I. ①电… II. ①舒… III. ①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 113853 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑:侯振锋 责任编辑:侯振锋 罗子超

责任校对:侯 灵 责任印制:李 妍

北京振兴源印务有限公司印刷

2011 年 7 月第 1 版·第 1 次印刷

170mm×242mm·18.25 印张·3 插页·280 千字

标准书号:ISBN 978-7-111-35061-3

定价:39.80 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066

门户网:<http://www.cmpbook.com>

销售一部:(010) 68326294

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售二部:(010) 88379649

读者购书热线:(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

营销的本质是什么

著名电话销售培训专家 李向阳

目前，中国从事营销工作的人数已经超过 7 000 万。在这 7 000 万大军之中，每一个营销人都有自己对营销的理解，每一个营销人都可以结合自己的营销生涯经历，对营销侃侃而谈。但是残酷的现实却是：在从事营销工作的 7 000 万人当中，只有不足 1% 的人因为选择营销而实现了财富自由；绝大多数人虽然手里捧着营销这只金碗，但还是不知如何获得财富。

为什么差别会有那么巨大？即使是在同一家公司，销售同样的产品，巨大的差别依然存在。在营销领域，只有不到 1% 的幸运儿，他们理解了营销的真谛，因而采取了正确的行动；而 99% 的人却走在错误的营销道路上，无论怎样努力，美好的结局都没有出现，而且越是努力离最终的目标越是遥远。

有一个故事，能够很形象地说明这种尴尬。

在一个偏远的深山之中，有一个平和安乐的小村庄。

某一天，一个奇特的老人来到了这个村庄。这个奇特的老人在众目睽睽之下，点燃了一堆火，并在火堆上架起一个陶瓷罐。然后，他用一根棍子在陶瓷罐里不停地搅拌。搅着搅着，不一会儿，这位奇特的老人竟然从中掏出金块来了。

村里的人十分惊讶。老人告诉村里的人，他已经掌握了传说中的炼金术，其实非常简单：只要把一些泥土和水在陶瓷罐中搅一搅，再用火烧，就会炼出金子来。

村里的长老请求老人告诉他们炼金的秘诀。

经不住村民一再地恳求，老人终于点头答应了。老人说：“只是在炼金的过程中，千万不可以想树上的猴子，否则就炼不出金块来。”

全村的男女老少都觉得这事太容易了，不要想树上的猴子，就可以从陶瓷罐中炼出金子，从此，全村的人可以快步走向小康生活了。

奇特的老人走之前，最后一次叮嘱“炼金时千万别想树上的猴子”。老人走了之后，村长便开始迫不及待地炼起金子来。他反复告诉自己，不可以想树上的猴子。越是强迫自己不去想那只该死的猴子，偏偏猴子不断浮现在他的脑海中。自然，村长无功而返。

他只好让位给另一个人，并一再叮咛此人不可以去想树上的猴子。

这个人也失败了。

就这样，全村的人都试过了，却没有一个人能炼出金子，因为没有一个人能够做到不去想树上的猴子。

绝大多数的营销人在从事营销工作时，满脑子想的都是“树上的猴子”——快点成交，但结果从来都是“炼不出真金”。

那么，99%的做得非常辛苦又没有很好业绩的营销人不免要问：如果做销售不想成交，想什么？

答案就在那些做得非常优秀的1%的营销人的手里，他们一定知道答案是什么。

在告知最终的答案之前，我们先回答另一个问题：营销的本质究竟是什么？

也许你的答案是：

“营销的本质就是卖出产品。”

“营销的本质就是服务客户。”

“营销的本质就是感动客户，然后成交。”

“营销的本质就是解决客户的问题。”

还会有很多答案。以上这些答案其实都只答对了一半，就像你拿到手的只是半张寻宝图，如果不知道另外半张寻宝图，其结果是你永远也别想找到宝藏。

营销的本质就是“与客户进行价值交换”。

客户就是与我们进行价值交换的那一群人。而要让客户愿意和我们进行价值交换，作为营销人必须首先付出，首先为客户创造价值，在为客户提供价值的过程中建立彼此的信任，然后价值交换才会变得轻松自然。

一切以成交为导向的营销无疑都是非常自私的，就像脑袋里离不开树上的

猴子一样，自然无法炼出金子。

电话营销只是多种营销模式中的一种，离不开对营销本质的理解和运用。如果打电话的目的就是销售产品，对任何人来说工作难度都很大。

打电话不要一开始就销售产品，而是要思考我这通电话给客户提供了怎样的价值？客户为什么要花间接听我的电话？不能为客户带来价值的电话就是一种变相骚扰。

每一通电话都要为客户创造价值，否则就不要打电话给你的客户。

我是如何成为电话销售冠军的

我曾读过一个非常感人的故事。

有一个小男孩，出生在海边的一个渔民家里，长到三岁时才能开口说一些简单的话，幼儿园也读了三年。在上小学、初中时，他的成绩总是排在年级的最末尾。每次考试成绩出来后，他都会拿着成绩单问他妈妈：“妈妈，为什么我和其他同学一样努力，可是我的成绩却总是没有他们好？”没有受过太多教育的妈妈不知道怎样安慰自己的孩子。妈妈怎么可能告诉自己的孩子，他天生就没有别人聪明呢，更何况自己的孩子已经承受了太多不公平的歧视。所以每当这个时候，妈妈总是保持沉默。

一个夏天的傍晚，妈妈带着长大的孩子准备出海去打鱼。来到海边，潮水刚刚退去，沙滩上留下了很多小鱼，引来了成群的海鸥和灰雀。这时一阵海浪打来，那些灰雀便迅速起飞，只扑腾了一两下翅膀，就飞得无影无踪了。而那些海鸥总是显得如此迟钝，等到海水将自己的翅膀打湿了，才慢慢起飞。看到此情此景，妈妈突然明白了一个道理，那个一直以来她不敢面对的问题，今天终于有了答案。她回过头去，看着已经读到高中的孩子，对他说：“儿呀，你刚才看到那些海鸥和灰雀了吗？他们外表看起来没什么差别，但那些小灰雀似乎要比海鸥聪明、灵敏得多。可是，你知道吗，孩子，能够翱翔大海、飞过大洋的是海鸥，不是灰雀。”

儿子听懂了妈妈的话，留下了两行滚烫的泪水。三年后，他以全省第一的优异成绩考上了中国一流的高等学府——清华大学。

这是一个曾感动过千千万万天下父母的真实故事。我不敢自诩就是一只海鸥，因为我目前的状况离心中的理想还很远。但是，曾几何时，我却真真实实地扮演过灰雀的角色：看起来很棒——思维敏捷、行动迅速、聪明过人，但最终却成了一只怎么也飞不高的小小鸟。直到后来，当我将自己所有的骄傲、所有的虚荣、所有的聪明统统碾碎，将之踩到脚下，真正放下，重新起飞时，才

发觉没有这些包袱的飞行是如此轻松。正因为飞得轻松，所以才能够飞得更高、更远。

我出生在四川内江一个偏僻的小乡村，兄弟姐妹四个，父母是农民。因为经济能力有限，最后只有我很幸运地读完了中专，其他三个只读完了初中。在大家看来，当今这个批量生产大学生的时代，一个中专生实在不足挂齿。然而，如果您有机会到我的家乡去看看，也许就不会下这样的结论了。我的家乡，还是一个靠砍柴来烧火做饭的地方，一个家庭一年到头能够填饱肚子就是一件很令人羡慕的事情；如果哪个家庭能够供自己孩子上完初中就被认为是有钱的人家——那里还是一个贫穷落后的地方。正是在这样的环境里，五六岁的时候，我就得背着背篓去砍柴，七八岁时就得帮父母做一些农活。1997年，读中专时，因为学费昂贵，父母能给我的生活费每月不到100元，我不得不靠在宿舍里卖方便面来维持学业。

时过境迁，往事历历在目。回想过去，我心中充满的却是说不尽的感激！
感谢父母的养育之恩！

感谢兄弟姐妹的手足情深！

感谢家乡那艰难的环境给予我的磨炼！

感谢上苍——我依然还活着。

一定要感谢自己还活着，因为只有活着，未来才有希望。

我于2000年6月来到广州，来到这个据说“遍地是黄金”的国际大都市，开始寻找我的梦。然而在广州工作的第一年，我那美丽的梦就被现实无情地粉碎了。我先后换了六份工作：做过保险、做过洗发水直销、做过保健器材推广、做过建筑工地发电机的销售、做过团体制服拉订单的业务、做过酒店服务生。每个工作最长时间不超过3个月，最短的只有不到10天，最终都以失败告终。最后，我向自己的亲戚朋友借钱，租了一个门面做生意，还是失败。折腾到这个时候，我已经筋疲力尽，不但没有挣到钱，还欠了一屁股债。更可怕的是，这时我的精神状况非常糟糕。我对未来失去了信心，感觉前途一片迷茫，不知道自己适合做什么、能够做什么。

就是在这个时候，我认识了生命中的贵人李向阳老师，他当时在一家世界500强公司做营销总监。李向阳老师为人坦荡，心地善良，待人真诚，进取心强，且饱读圣贤书。最宝贵的是他有一双犀利的眼睛，特别善于发现人才。一次偶然的机，李向阳老师公司招聘省区经理，我尝试去应聘，因此得到了一次与

李老师畅聊的机会。李老师在了解了我的情况后，当时就开玩笑地对我说：“您绝对是一只超级黑马股，我决定投资您这只潜力股。”

在李老师的建议下，我最终选择了改变我一生的工作机会——电话营销。

在正式从事电话营销前，李向阳老师帮我分析了以往失败的原因：虚荣心强、骄傲自大、自以为是，也就是前面所说的灰雀的特征。他说得很尖锐，毫不留情，但是每一句都点到我的要害。想想自己每进一家公司，就迫不及待地表现自己：学得比别人快、理解比别人快、思维比别人快、行动比别人快。在所有人眼里，我看起来绝对是最棒的。我的虚荣心得到了极大地满足。然而，快乐时光总是如此短暂。一段时间后，当其他同事——那些看起来很普通的员工一个一个做出了业绩时，我这个看起来最棒的却因为种种原因还没有做出业绩。巨大的压力开始向我袭来。为了保住自己的面子，我最终不得不选择辞职。这便是我当初失败的真正原因：看起来很棒，却不肯下苦工夫。针对这种情况，李老师送了我一句话，直到现在，我还时时刻刻铭记在心：“如果某一天，别人把您当傻瓜的时候，那就是您成功的开始。”

当时，我有点犯迷糊，“成功之前要看起来像个傻瓜？”这是什么成功学逻辑？难道李老师在糊弄我？但看着李老师真诚的眼神，我相信了李老师的话，我决定接受这条暂时还不能完全领悟的建议。

对，我要学会做一只海鸥！

痛定思痛，当我开始新的工作——电话营销工作时，我开始刻意隐藏自己的锋芒：不炫耀、不争辩、不张扬，踏踏实实做事，老老实实做人。现在这样说很轻松，但我当初这样做却不是一件轻松的事，特别是在电话营销这个以女性为主的行业。我是2001年8月开始接触电话营销的。最初我是在一家人才市场工作，主要工作是打电话邀约客户到公司的场地租摊位、招聘人才。广州恐怕是全国人才流动最活跃的城市之一，所以广州的几家大型人才市场的竞争也异常激烈。当时为了应对激烈的竞争，公司特地外请了一位培训师，对公司30多名新招来的业务员进行了为期30多天的电话营销技巧培训。

然而恶习难改，我又犯了与以往相同的错误：好表现。因为接受能力强，反应速度又快，培训师刚说完，我就积极发言，宣告自己完全理解了，让那些看起来有些内向腼腆的新同事特别羡慕。几乎所有的同事和公司领导都认为我将是业绩最好的一个，我自己也特有信心。我告诉自己，“我一定是最棒的”！然而天不遂人意，我连续两个月没有业绩，尽管自己使用了培训师所讲的所有

技巧，而且当时的培训师和公司领导还特地分析了 my 的电话录音，一致认为我的说话方式和表达没有问题。一切都没有问题，但没有业绩就是最大的问题！那些在接受培训时反应不那么敏捷的“海鸥”们，一个一个签了订单，出了业绩，而我这只“灰雀”此时风光不再。我情绪一落千丈，自感“无颜面对江东父老”，最后灰溜溜地辞职了。

几个月后，我加入了当时在国内数一数二的一家商旅公司，现在这家公司已经上市。我当初刚加入这家公司在广州的分公司时，其电话营销部门只有9个人，且全都是女性，其主要工作是通过电话推广一种可以在出差旅游时享受到优惠和折扣的商务旅行卡。因为以前的工作经历，这一次，我开始刻意保持低调。但万万没有想到的是，正是由于这种低调的表现，我立即受到了来自同事们的特别“礼遇”。因为初来乍到，又因为看起来工作不出色，当时的主管和老员工开会时就用一种那时我还听不懂的语言——粤语进行交流。每次开会和总结工作时我都不知道她们在讲什么。我提出“希望她们用普通话交流”的建议也根本没用，老员工似乎都喜欢看到我很困惑和无所适从的样子。每天早上上班，我面带微笑地和她们打招呼，也得不到友善的回应；吃中饭和下班时，也从来没有谁会叫上我。

真是寂寞呀！但这对我来说却是好事，因为没有谁在意我的存在，所以也就没有干扰。我赢得了很多时间，同时也赢得了一个很宽松的环境——因为没有谁愿意把我这只不起眼的“海鸥”作为竞争对象。因此，我可以一心一意地思考我的工作，复习以往培训过的电话营销技巧课程笔记，检讨以往的工作，踏踏实实地做好工作中的每一个环节，并斟酌每一句话的表达方式，包括语气、语调，甚至用词。我每天至少要给200个陌生人打电话。

功夫不负有心人，付出总有回报。两个月后，我的个人业绩占到整个部门业绩的80%。这时，主管和同事们对我的态度发生了180°的转弯：开会时统一使用普通话；同事们开始争着坐在我的旁边，想知道我是如何与客户交流的，好取点儿经；下班和周末也有同事找我玩了。

这种现象的确很有趣，也是我至今难以理解的人性奥秘。也许像中国的一句俗话说的那样，“枪打出头鸟”，但如果您飞得够高，枪就打不到您了，想打您的人也只好抬头仰望着您了。呵呵，这样说似乎太“灰雀”了。

但最终我还是选择了离开，因为这时我对自己的人生有了新的规划，决定将电话营销作为自己终生追求的事业。离开这家公司后，我选择了一家做培训

咨询业务的公司，其所有的业务都是通过一部电话来完成的。在这家培训公司里，我工作得很开心，与同事的关系也非常好，同时还结识了一大批移动、电信、联通、IT、金融、保险、咨询等行业的精英。除了工作关系之外，我还同他们建立了深厚的友谊。而且，通过努力，我的个人业绩占到整个公司业绩的98%以上。

如果您打算进入电话营销这个行业，现在正是大好时机。因为在美国、日本等发达国家，从事电话营销工作的人数占到总就业人口的3%，而中国的电话营销刚刚起步，从业人员还不到总就业人员的万分之一，电话营销的潜力和空间非常巨大。毫无疑问，未来十年里，电话营销行业将造就大批的精英。

我不是天才，也谈不上绝顶聪明，我和千千万万正在从事与电话营销相关工作的人一样普通。但我非常幸运，因为我找到了一把钥匙，一把打开“电话营销”这个拥有无限宝藏的宫殿大门的钥匙。因为有了这把钥匙，我在不到两年的时间内，个人销售业绩就从0突破到1000万元/年。在这本书里，我没有隐瞒什么，也没有虚夸什么。我是怎么想的、怎么做的，我就是怎么写的。钥匙就在这本书里。打开这本书，找到这把钥匙，您就可以拥有属于您的宝藏。

祝您好运！

另外，如果这本书的出版，还能够为中国电话营销行业的发展、繁荣起到一点点的推动作用，那便是意外惊喜了。

孟子曰：“独乐乐，与人乐乐，孰乐？”曰：“不若与人”。

在中国电话营销世界的旷野中，期待与您一起飞翔！

您永远的好朋友：舒冰冰

2011年3月10日

· 目录

CONTENTS

- 推荐序 营销的本质是什么
前言 我是如何成为电话销售冠军的

第一篇 专业的电话沟通技能

第一章 必备核心技能——微笑

- 案例1-1 必须做到言简意赅 / 3
案例1-2 别用“专业词汇”来唬人 / 6
案例1-3 微笑的力量 / 8
案例1-4 时刻为好结果做好准备 / 10
案例1-5 绕圈子的自作聪明者 / 12
案例1-6 电话沟通综合技能 / 14

第二章 必备核心技能——提问

- 案例2-1 移动增值业务案例分析 / 18
案例2-2 保险公司案例分析 / 22
案例2-3 咨询公司案例分析 / 24
案例2-4 旅游公司案例分析 / 27
案例2-5 IT行业案例分析 / 30
案例2-6 汽车行业案例分析 / 34

第三章 必备核心技能——倾听

- 案例3-1 急躁的接线员 / 40
案例3-2 数字确认很关键 / 41
案例3-3 不该发生的悲剧 / 43
案例3-4 抽奖都是骗人的 / 45

案例3-5 我已经把你们的卡丢掉了 / 48

案例3-6 把你们领导的电话告诉我 / 49

第四章 必备核心技能——引导

案例4-1 引出产品 / 54

案例4-2 需求挖掘 / 56

案例4-3 需求创造 / 58

案例4-4 交叉销售 / 60

第五章 必备核心技能——同理

案例5-1 肯定对方 / 65

案例5-2 安慰对方 / 68

案例5-3 支持对方 / 70

案例5-4 同理自己 / 73

案例5-5 示弱 / 75

案例5-6 书面同理 / 77

第六章 必备核心技能——赞美

案例6-1 您的声音真美 / 81

案例6-2 您是这个行业的高手 / 83

案例6-3 忙代表您能干呀 / 85

案例6-4 我要感谢您的严厉 / 87

案例6-5 您是一个思想家 / 89

第二篇 专业的电话销售技巧

第七章 必备核心技巧——轻松过关

案例7-1 直呼其名 / 95

案例7-2 甜言蜜语的威力 / 97

案例7-3 同理对方 / 99

案例7-4 事先约定的电话 / 101

案例7-5 高姿态过关 / 103

案例7-6 客户身份 / 104

案例7-7 关怀电话 / 107

案例7-8 请求电话 / 109

案例7-9 关系电话 / 110

案例7-10 顾问电话 / 112

第八章 必备核心技巧——挖掘需求

案例8-1 没有需求创造需求 / 115

案例8-2 挖掘客户潜在需求 / 118

第九章 必备核心技巧——卖点提炼

案例9-1 独特卖点提炼——服务 / 121

案例9-2 独特卖点提炼——方便 / 123

案例9-3 独特卖点提炼——吉祥 / 126

案例9-4 独特卖点提炼——感觉 / 129

第十章 必备核心技巧——异议处理

案例10-1 价格太高了 / 134

案例10-2 不需要 / 137

案例10-3 考虑考虑 / 139

案例10-4 现在很忙 / 141

案例10-5 领导还没同意 / 143

案例10-6 我们已经有其他供应商了 / 144

第十一章 必备核心技巧——促成成交

案例11-1 不确定成交法 / 147

案例11-2 直接促成法 / 149

案例11-3 危机成交法 / 151

案例11-4 最后期限成交法 / 153

案例11-5 少量试用成交法 / 155

案例11-6 “最后一个问题”成交法 / 158

第十二章 必备核心技巧——关系维护

- 案例12-1 关系维护工具之一——电话 / 161
- 案例12-2 关系维护工具之二——短信 / 165
- 案例12-3 关系维护工具之三——邮件 / 167
- 案例12-4 关系维护工具之四——书信 / 169
- 案例12-5 关系维护工具之五——礼物 / 172
- 案例12-6 关系维护工具之六——服务 / 174

第三篇 电话销售实战分享

第十三章 客户常见拒绝应对策略

- 情景1 “我不需要” / 179
- 情景2 “先发份传真过来吧” / 184
- 情景3 “这事我不负责，谁负责我不清楚” / 187
- 情景4 “我现在忙，没时间，以后再说吧” / 190
- 情景5 “把电话留下，我们需要的时候再跟您联系吧” / 193
- 情景6 “我们现在还没有这个需求” / 198
- 情景7 “我们已经有了其他供应商了” / 200
- 情景8 “你们都是骗子” / 204
- 情景9 “你们的产品没什么效果” / 207
- 情景10 “你们的价格太高了” / 210
- 情景11 “让我考虑考虑/我需要时间考虑” / 214
- 情景12 “××公司不错，我们打算跟他们合作了” / 217
- 情景13 “今年我们公司亏损很严重，没钱” / 221
- 情景14 “领导还没有决定，等决定好了再给您电话吧” / 224
- 情景15 “你们已经打过很多次电话了，以后不要再打过来了” / 226
- 情景16 客户一言不发或以“嗯、嗯”声代替 / 229
- 情景17 几种特殊电话的处理 / 230

第十四章 经典电话销售案例分享

- 案例14-1 “你们的刘总近来还好吗” / 236
- 案例14-2 “是最受欢迎的课程” / 238
- 案例14-3 “您现在暂时不要购买” / 240
- 案例14-4 “您公司现在缺敬业的人吗” / 243
- 案例14-5 “您几位?” “我两位” / 245
- 案例14-6 “这是个秘密” / 247
- 案例14-7 “等我能力提高了再说吧” / 249
- 案例14-8 “您应该姓‘牛’才对” / 251
- 案例14-9 “我发现了您成功的秘密” / 253
- 案例14-10 “打电话给您是特意来感谢您的” / 256

附录

- 附录A 舒冰冰经典语录 / 259
- 附录B 舒冰冰经典电话营销感悟 / 261
- 附录C 最新的应对客户拒绝的经典话术——舒冰冰设计 / 264
- 附录D 测测您的倾听与回应水平 / 268
- 附录E 电话销售人员亲和力测试 / 269

第一篇

专业的电话沟通技能

在当今信息大爆炸的年代，机会无处不在。我们不是要学会怎样选择机会，而是要学会拒绝机会。只有学会拒绝，才可能学会聚焦。

聚焦就是专精。做电话营销工作不难，难的是不断提升自己的各项专业技能。

在湖南一个偏远的农村，有一个小姑娘因为家里很穷，没有读完初中就不得不辍学。因为没有文化，又长得不够漂亮，出去找工作就成了一件非常困难的事。后来，她好不容易在一家湘菜馆找到了一份在厨房里打杂的工作。

小姑娘非常珍惜这来之不易的工作机会，工作特别卖力，也很主动，常常在完成自己分内的工作后，主动帮厨房里的师傅雕一些萝卜花。这些萝卜花主要是放在装菜的盘子里作装饰品用。久而久之，小姑娘迷上了这份业余工作，经常买一些萝卜放到宿舍里，一到下班，就躲在宿舍里如痴如醉地研究如何雕萝卜花。这样，三年时间在不知不觉中就过去了，小姑娘雕萝卜花的水平已经达到了出神入化的境界。一个小小的萝卜，她轻易地就可以雕出 100 多种样式的花。

有一天，一个外商到小姑娘打工的湘菜馆吃饭，被桌上美妙绝伦的萝卜花深深吸引。吃完饭后，这位外商执意要见雕萝卜花的人。

小姑娘的好运气终于来了。这位外商特地为小姑娘的独特手艺开了一家很有创意的星级酒店。小姑娘只负责雕花，并享有整个酒店 20% 的股份。酒店开张后，前来会客吃饭的人络绎不绝，这些人大都是很有名望的成功人士。酒店生意异常火爆，当记者争相采访小姑娘时，小姑娘只说了一句话：“上帝对我其实非常偏心，因为他只给了我一个萝卜。”

白沙集团老总在接受媒体采访时，也说了一句非常经典的话：“白沙集团