

屈云波 主编

HIGH-PROFIT SELLING

Win the Sale Without Compromising on Price

高利润销售

美国销售达人的销售秘笈

【美】Mark Hunter / 著
刘彤 夏金彪 / 译

亚马逊网站★★★★★级好评

美国管理协会经典图书

AMACOM

拥有 18 年财富 500 强企业销售经验的“销售达人”马克·亨特教您
可口可乐、三星、歌蒂梵、雅培、喜力、联合利华、都乐、美泰、诺华
等世界巨头公司已经验证过的成功的销售理念和销售秘笈

 企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

Pilot 派力营销图书

中国销售大学唯一指定教材

屈云波 主编

HIGH-PROFIT SELLING

Win the Sale Without Compromising on Price

高利润销售

美国销售达人的销售秘笈

【美】Mark Hunter / 著
刘彤 夏金彪 / 译



 **企业管理出版社**
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

高利润销售 : 美国销售达人的销售秘笈 / (美) 亨特 (Hunter, M.) 著;
刘彤, 夏金彪译.

—北京: 企业管理出版社, 2013.6

书名原文: High-Profit Selling: Win the Sale Without Compromising on Price

ISBN 978-7-5164-0397-6

I. ①高… II. ①亨… ②刘… ③夏… III. ①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第123960号

High-Profit Selling: Win the Sale Without Compromising on Price

By Mark Hunter

Copyright:©2012 Mark Hunter

This Edition Arranged With AMACOM.

Through Big Apple Agency, Inc., Labuan, Malaysia

Simplified Chinese Edition Copyright:

2013 ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

All rights reserved.

本书中文简体字版由企业管理出版社出版。

未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

北京市版权局著作权合同登记图字01-2013-3851号

书 名: 高利润销售 : 美国销售达人的销售秘笈

作 者: 马克·亨特

译 者: 刘彤 夏金彪

责任编辑: 杜敏

书 号: ISBN 978-7-5164-0397-6

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路17号

邮 编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68701816 编辑部 (010) 68414643

电子信箱: 80147@sina.com

印 刷: 香河闻泰印刷包装有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 168毫米×235毫米 16开本 18印张 235千字

版 次: 2013年9月第1版 2013年9月第1次印刷

定 价: 50.00元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

想长存，须读书

中国人读书现状

据中国出版科学研究所进行的一项《全国国民阅读调查》显示，中国人“识字者阅读率”从1999年的60.4%至2009年下降到50.1%；我国国民每年人均阅读图书仅为4.5本，远低于韩国的11本、法国的20本、日本的40本、俄罗斯的55本、以色列的64本……而读书的认真程度恐怕也大不如前了。

究其原因，主要是当今中国处于重金主义时代，没时间阅读、认为读书的投入产出比太低、多媒体时代获取信息的方式多元化以及图书质量下滑等。

营销人读书现状

据派力对近十年来开卷市场营销类图书销量排行榜等相关数据统计分析，每年总计近万种在销的市场营销类图书中排名在前400名的品种单册平均销量十年来下降了5倍之多；而在两大图书网络书店——当当网和卓越网上，虽然市场营销类品类在经营管理大类图书中总销量保持首位但单册平均销量也远不及大众畅销图书和投资理财等泛财经类畅销图书；而17年来单册平均销量或销额一直排名在市场营销品类第一的《派力营销图书》，单册平均销量同样也大不如前。

想长存，须读书

首先，我们要先说清楚“想长存，须学习”的道理。从企业营销进步水平的角度看，虽然中国企业市场意识和营销能力十多年来取得了很大进步，但跟世界发达国家领先企业相比，恐怕不会有几个人会认为中国企业的营销水平已经勇立潮头、可以高枕无忧了吧？如果经济低潮周期来临，那就会检验出我们中国企业市场意识和营销能力到底处于何种发展阶段；从营销人员个人职业发展角度看，因为十多年来甚至三十多年来，中国经济快速发展，不少行业和企业好像“傻瓜都能把货卖出去”，不需要什么专业精深的营销知识和体系，但殊不知近十年来，就是那些受过良好教育及专业训练的营销经理人越来越受到中国领先企业

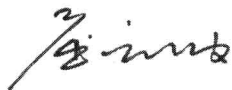
的猎请和重用，而大量缺乏学习意识和学习能力的“经验型老手”却陆续被淘汰出局。

如果多数中国营销人能够认同“想长存，须学习”的道理，那么接下来我们该选择何种学习途径呢？我们知道学习和培训确实有多种方式，但每种方式都有其优缺点，比如互联网和报刊，优点是文章实时且简短，缺点是没有图书的系统性、工具性和教材性；而通过在职学历教育、咨询和培训专业机构服务等学习途径，优点是能比较好地解决系统性甚至针对性问题，但其学习的方便性、时间和资金投入成本却无法与图书对比；而图书既系统专业，又阅读方便、省时省钱。简而言之，图书是您投入产出比最大的一种学习途径！

以上所述，与您共勉。

北京派力营销管理咨询有限公司

《派力营销图书》主编



2013年1月1日



对本书的赞誉

“如果你从事的是销售工作，那么千万不可轻易放弃自己应得的利润。你应当为自己和自己所从事的职业负责，赶快购买本书来看吧！马克·亨特给你指明了成功之路。”

——克里斯·怀德纳 (Chris Widener)，著有《影响力艺术与领袖法则》
(*The Art of Influence and Leadership Rules*)

“读了马克·亨特的新书，我不但赶快把它加到了我的销售类藏书当中，还建议你也把它加到销售培训课程当中。我建议所有销售人员都读一读这本书，并且每周在销售会议中讨论书中的章节，用来指导、改善销售流程。相信你的销售会突飞猛进地发展！”

——肯·索森 (Ken Thoreson)，阿库曼管理集团 (Acumen Management Group)，著有《销售管理：领导高效销售队伍的权威指南》(*Your Sales Management: Guru's Guide to Leading High Performance Sales Teams*)



高利润销售

美国销售达人的销售秘笈

“B2B销售有一些重要的基本法则，不懂它们你就无法立于不败之地。懂得并且能够传授这些基本法则则需要具备特殊的知识和技巧。马克·亨特不仅掌握了相关的知识和技巧，而且具有教人采纳和运用它们提高销售业绩的独特才华。现在，你和你的销售团队可以从本书中汲取精髓；如果你想提高自己的营业收入和净利润，马克的著作是必不可少的指南。”

——蒂伯·尚托 (Tibor Shanto), 雷伯销售方案公司 (Renbor Sales Solutions), 与人合著有《把握契机开发新客户》(*SHIFT: Harness the Trigger Events that Turn Prospects into Customers*)

“在如今的商业环境下实现高利润销售是一大难事，马克·亨特在这本书里把赚取利润、走向成功的所有必要方法都教给了你！”

——乔·布兰 (Joe Bourland), 金佰利公司北美品类管理 (Category Management, North America, Kimberly-Clark Corporation) 主任

“终于有一本书点破了销售行业的玄机。经济环境也罢，所在区域和客户也罢，都无法妨碍你前进。一切都取决于你。马克把提高业绩、增加利润、对销售工作信心百倍的方法明明白白地教给了你。对每一位销售人员和老板来说，本书都是真正的经典和必读书目。”

——“内部销售大师” (Mr. Inside Sales) 麦克·布鲁克斯 (Mike Brooks), 著有《跻身佼佼者行列的秘密：电话销售如何实现收入倍增》(*The Real Secrets of the Top 20%: How to Double Your Income Selling Over the Phone*)

对本书的赞誉

“在经济不景气的大背景下，销售人员必须用尽各种方法从每笔销售中获取最高利润。如果你的销售策略有些过时，效果尔尔，请采用本书中的方法使之旧貌换新颜吧。马克·亨特提供了真正物有所值的内容！”

——“陌生拜访女王” (Queen of Cold Calling) 温迪·韦斯 (Wendy Weiss), 著有《女性陌生拜访: 登堂入室达成销售》(*Cold Calling for Women: Opening Doors and Closing Sales*) 和《销售赢家手册: 销售业绩直线上升的技巧和策略》(*The Sales Winner's Handbook: Essential Scripts & Strategies to Skyrocket Sales Performance*)

“马克·亨特让成功销售充满了智慧。他没有空讲大道理，而是给出了成为超级明星的必要启发。”

——丹·瓦尔德施密特 (Dan Waldschmidt), EdgyConversations.com

“本书精辟地阐明了价格的一个重要性质。单纯靠价格取胜几乎是不可能的，这一点马克·亨特讲得很清楚，很明白。”

——肯尼·赫布斯特 (Kenny Herbst), 维克森林大学 (Wake Forest University) 商学院营销学教授

“本书说明，客户愿意为价值掏钱。现在，你为马克的价值（这本书）掏了钱，你会在书中看到他成功的秘诀。”

——汤姆·格雷科 (Tom Greco), 益普索广告与品牌研究 (Ipsos ASI)
业务开发高级副总裁



高利润销售

美国销售达人的销售秘笈

“作者的工作是说真话，马克·亨特做到了。请把你学会的其他东西抛在脑后，把关注的焦点集中在净利润上，关心投资收益率，永远不要打价格战。”

——乔安妮·S·布莱克 (Joanne S. Black)， “告别陌生拜访” (No More Cold Calling) 的创办人，著有《告别陌生拜访：直销不再遇冷》 (*No More Cold Calling: The Breakthrough System That Will Leave Your Competition in the Dust*)

“如果你希望自己的更多业务利润率达到峰值（这难道不是每个人的愿望吗），本书就是你马到成功的敲门砖。马克·亨特在销售这个重要环节的专业水准无人企及。看了这本书，你也许会给他寄一封感谢信，感谢他把更多收入装进你的腰包。”

——罗伯特·特森 (Robert Terson)， SellingFearlessly.com

“在这个利润率普遍缩减的时代，马克对如何提高利润率给出了切实可行的见解和忠告。很受启发！”

——斯蒂芬·罗森 (Steven Rosen)， 销售领导艺术、培训和咨询公司
STAR Results的创办人和总裁

“马克深刻独到、依据扎实的见解不仅适用于大公司，而且对许多误以为必须参与价格竞争的小公司同样具有重要价值。马克在这本书里说明了高明的销售何以不是为了达成销售而达成销售，而是旨在提高你与客户双方的净利润。”

——戴尔·T·伊斯利 (Dr. Dale T. Easley) 博士， 内布拉斯加大学奥马哈分校创业精神和特许权以及创新中心主任

对本书的赞誉

“马克·亨特在本书中一语道破玄机！书中谈到了作者亲身经历的许多故事和经得起考验的成功达成销售的方法。这是一本极好的销售参考书！”

——凯利·麦考密克 (Kelly McCormick), 著有《旗开得胜: 达成合乎道德的销售业务》(*Out-Sell Yourself: Go from Hello to Sold with Ethical Business and Sales Techniques!*)

“目前的销售类书籍充斥着天花乱坠的吹嘘和目光短浅的老生常谈。所幸我们几位思想先进的评论人士，他们从事过一线销售工作，能够从亲身经历中汲取经验和教训教育他人。马克就属于这一小部分人，这本书就是明证。”

——乔纳森·法林顿 (Jonathan Farrington), JF公司 (The JF Corporation) 董事会主席, 销售精英协会 (Top Sales Associations) 和销售精英世界 (Top Sales World) CEO

“对于想要发展业务、实现利润最大化的公司和销售人员，这是一本必读书。”

——安杰洛·乔亚 (Angelo Gioia), Agents of America.org 执行总监

“销售人员只有了解和采用新的销售模式，才可以拥有竞争优势。你在参加竞争前，不妨请先读一读本书。”

——梅斯·霍罗夫 (Mace Horoff), 掌握医疗销售 (Mastering Medical Sales) 的“销售导航员” (Sales Pilot)



高利润销售

美国销售达人的销售秘笈

“书中提出了一套新颖而实用的观点，把价格讨论纳入实现最高利润的框架下。本书是探讨一个重要主题的重要著作。”

——理查德·拉夫 (Richard Ruff), 博士, 销售地平线 (Sales Horizons) 的合作经理, 与人合著《管理大客户销售》(Managing Major Sales)

“马克·亨特能把复杂棘手的销售难题简单化，这种抽丝剥茧、循序渐进的能力无人能比。凭着他的正直和对销售工作的热爱，他可以用强有力、可重复的流程真正增加你公司的盈利性。”

——格斯·古斯塔夫森 (Gus Gustafson), FullyArmed.com

“在当前的经济环境下，本书的出现恰逢其时，它提供了大量经过检验的销售策略和技巧。”

——迈克尔·盖格 (Michael Geiger), JET设备工具公司 (JET Equipment & Tools Ltd.)

“马克·亨特是真正的激励和销售专家，我愿意在销售一线与他并肩工作。”

——丹·博施克 (Dan Borschke), 美国特许经销商协会 (National Association of Concessionaires) 执行总监

“降低价格可以增加销量……但也减少了利润。本书巧妙地教我们如何摆脱这种疯狂的营销手段。”

——弗兰克·盖梅兹 (Frank Gamez), Ideas Nuevas创立者

对本书的赞誉

“在当今竞争激烈的市场环境下，价格成了我们与客户讨论的越来越普遍的话题。这本书不仅提供了帮助你避免只谈价格的实用指南，而且还告诉你如何向客户交付高盈利的解决方案，并实现长远价值和忠诚。”

——史蒂夫·加瓦托塔 (Steve Gavatorta)，史蒂夫·加瓦托塔集团 (Steve Gavatorta Group) 总裁，著有《主动出击：建立互惠关系的沟通方法》(*The Reach Out Approach: A Communication Process for Initiating, Developing and Leveraging Mutually Rewarding Relationships*)

“马克·亨特是一位高明的销售指导者，他的所言与所行完全一致。他的方法和培训资料来自于其在销售领域取得的成功。”

——巴特·麦科伊 (Bart McCoy)，Lee Hecht Harrison
业务开发副总裁

“马克·亨特教给我的销售方法让我在就业前的实习期获得了飞速成长。现在，销售人员和管理人员也可以从这本书里学到马克的销售技能专长，把它们辅之于应用，显著地把业务发展壮大。”

——迈克尔·默瑟 (Michael Mercer) 博士，著有《聘用优秀人才……避开其余的》(*Hire the Best... & Avoid the Rest*)

“马克具有特殊的才能，可以把复杂的问题分解成简单可行的步骤，产生立竿见影的效果。”

——乔恩·哈尔彭 (Jon Halpern)，坎塔零售 (Kantar Retail) 副总裁



内容简介

多年来，有不少销售人员问我，怎样在避免降低价格的情况下达成销售，人数之多让我惊诧。每逢有人提出这个问题，我就知道，正在为这个问题而苦恼的销售人员还有许许多多。用降价的方法促成交易并不新鲜。事实上，这种做法可谓历史悠久，自从有人想把东西卖给别人以来，就一直存在这种行为。让我惊诧的是，用降低价格来促成销售的做法好像存在于各行各业中，不管要销售的商品是昂贵之极还是价格低廉。客户想要划算的交易，而不少销售人员往往心甘情愿地达成这类交易，完全不考虑降价销售的负面效果，致使这种做法泛滥成灾。

可是，如果不降价，客户还会不会购买？如果你想实现销售，这是一个关键问题。遗憾的是，许多销售人员没有花足够的心思去寻找这个问题的答案。结果，只是简单地采用了降低价格的策略。



高利润销售

美国销售达人的销售秘笈

一旦销售人员在价格上让了步，交易流程往往就变成了一场较量，客户等着看自己究竟能在价格以及其他一切条件上把销售人员逼到哪一步。利润持续受到侵蚀，利润率减少的比例越来越大，直到产生损害（即使到了这个时候，有些销售人员还是认识不到损害的严重程度）。

本书的目的就是告诉你如何避免用降低价格的方法来促成销售。还会告诉你，在许多情况下，你非但无需降低价格，甚至可以抬高价格！对于一些人来说，这是从来没有听说过的概念，因为在他们的职业销售生涯中，每个星期都会遇到降价销售的事情，不管降价销售对其个人和公司会造成什么后果。

我专门研究和培训销售人员如何避免养成这种打折销售的习惯。要在价格上毫不妥协（甚至抬高价格）是完全可以做到的，不过并不容易。如果你想走捷径，学几个简单易行的窍门，那么这本书不适合你。但是，如果你想对自己的销售流程进行妥善的改变，达到高利润销售的目的，那么本书对你再合适不过。它会引领你完成销售流程的各个环节，从寻找合适的潜在客户，直至达成销售。你会学到许多技巧和概念，并经过适当调整，把它们应用到自己的工作当中。

如何达成销售问题的症结很少在于客户不愿意多掏钱。相反，我认为，首先在于销售人员对要价没有自信。如果销售人员对价格没有信心，那么客户就绝对不可能在不打折的情况下购买。如果销售人员自己心里对价格打着问号，那么这个问号必会影响到他的销

售能力，更重要的是，会影响到他保证利润率的能力。

在这本书里，我会分享几个自己的故事，有成功的，也有不成功的，讲的都是我解决销售问题的经历。其中涉及到我从事销售25年多以及现在从事销售咨询和演讲的履历。我的专长是解决定价问题。我相信，你一定会觉得我的故事和你以前或者现在面临的问题十分相似。

许多销售人员声称，价格是他们进行销售时遇到的一个大问题。在我看来，究竟价格果真是个大问题，还是只是我们认为它是个大问题，这一点很可质疑。我将在本书里用大量篇幅来帮助你搞清楚，价格是真实的妨碍达成销售的隐性问题呢，还是客户只在口头上说它是个问题。更重要的是，我会告诉你怎样答复客户的质疑，以及怎样避免让价格成为关注重点。你听了也许会觉得奇怪：如果销售过程变成了双方没完没了的讨价还价，这种情况往往意味着销售人员在和错误的客户周旋。你希望客户不要只盯着价格，而是更多地关注你的产品或者服务能否满足对方的需求，能否实现对方预期的利益。

高利润销售讨论的问题，其实是如何改变你的思路。如果改变了思路，你就可以改变与客户交流的方法。改变了与客户交流的方法，你就控制了销售流程，也就不必靠打折来促成销售了。

从事销售多年来，我见过客户用数不清的策略和手段迫使销售人员压低价格。我会让你看到更多的此类情形，包括怎样应对职业买家，回绝对方提出的降价销售的要求。我的目的是帮助你



高利润销售

美国销售达人的销售秘笈

妥善地解决所面临的问题。读完本书，你就可以信心满满地进入下一次销售，而不必依靠打折来达成交易了。最后，我还会与你分享必须采取的几个具体步骤，避免公司想要提高价格时可能遇到的某些问题。

高利润销售听起来很合你的意，是吧？我也觉得合我的意！我会告诉你，只要你和客户实现了双赢，高利润一点儿错都没有。

目录

C ONTENTS

第一章

你在损失利润

本书对你有何价值	/5
要想实现利润最大化，必须改变看待客户的方式	/6
到自我反思的时候了	/6
自信改变态度	/8
要价高的公司能否胜出	/8
人们不是在购买，而是在投资	/10
忘掉竞争对手	/11

第二章

“利润”并无不光彩

你在追逐华而不实的东西吗	/15
你认为“利润”不光彩吗	/17
怎样定义“利润”	/18
“直接利润”的含义	/18
客户的长远价值是多少	/21
计算客户的利润可持续因子	/23