

让销售业绩和成交率倍增的10个高效方程式

销售

其实可以套公式

HEART
AND
SELL

信任方程式

抗挫方程式

情感方程式

询问方程式

乐观方程式

品德方程式

决策方程式

接纳方程式

自由方程式

成长方程式

[美] 莎莉·列维京——著

花火——译

你卖的不是东西，而是客户的需求。

读懂客户的需求，客户就会心甘情愿下单，
你就再也不用担心做不好销售。

天津出版传媒集团

天津科学技术出版社

销售其实可以套公式

**HEART
AND
SELL**

[美] 莎莉·列维京——著

花火——译

天津出版传媒集团

 天津科学技术出版社

著作权合同登记号：图字 02-2018-76

Heart and Sell © 2017 by Shari Levitin. Original English language edition published by The Career Press, Inc., 12 Parish Drive, Wayne, NJ 07470, USA. All rights reserved.

图书在版编目 (CIP) 数据

销售其实可以套公式 / (美) 莎莉·列维京著 ; 花火译. — 天津 : 天津科学技术出版社, 2018.9

书名原文: Heart and Sell

ISBN 978-7-5576-4846-6

I. ①销… II. ①莎… ②花… III. ①销售—方法
IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第049033号

责任编辑：布亚楠

天津出版传媒集团

 天津科学技术出版社出版

出版人：蔡 颢

天津市西康路35号 邮编：300051

电话 (022) 23332695 (编辑部)

网址：www.tjkjcs.com.cn

新华书店经销

大厂回族自治县彩虹印刷有限公司印刷

开本 710 × 1000 1/16 印张 15 字数 210 000

2018年9月第1版第1次印刷

定价：42.00元

致谢

他们告诉我写作的过程如同生孩子。我可不想错过这样的宝贵体验。撰写《销售其实可以套公式》可以说是我一生中最痛苦、最彷徨、最低落，却又最精彩、最有趣、回报最丰厚的经历。同样，创作这本书不是单凭我一人之力就能完成的。

首先，我要感谢亲爱的家人。自从我的丈夫李和他的儿子（现在是我的继子）泰勒走进我的生活之后，我的黑白人生就充满了色彩。谢谢你们的爱和理解，你们在过去一年中，每天16个小时，一直鼓励我进行创作，与我讨论文章内容，帮我完善细节。

感谢我的父亲，他一直告诉我凡事只要用心去做就一定能成功，可以达到我那堪称谦谦君子的兄弟丹尼尔的高度。

我还要衷心感谢我的朋友兼导师吉尔·康耐斯。谢谢您为我指点迷津，让我没有半途而废，坚持完成了一本真正的著作。您的专业指导和慷慨大方为“倾囊相助”这个成语注入了新的内涵。

感谢斯坦福大学的学者兼知己李·艾斯勒和玛丽莎·汉德勒，谢谢你们帮助我找到真正的自己，让我学会畅谈心声。

我还要感谢诸多一起在销售、顾问和领导力培训方面摸爬滚打的朋友和同事。他们阅读了本书早期版本的章节，并提供了很多有益的意见和建议，使《销售其实可以套公式》这本书更贴近当今需求不断变化的客户以及专业销售员的需要。

尤其感谢以下诸位：

凯蒂·霍夫曼·艾比、肯·阿尔里德、丹·贝克博士、特里什·贝尔图齐、朱丽叶·贝森、特里·科特、李·艾斯勒、帕特里夏·弗里普、卡洛琳·盖尔文、艾丽卡·加西亚、迈克尔·格里克、梅丽莎·戈登、丹尼尔·格林、希恩·哈里森、罗恩·亨塞尔、吉姆·马德里、玛利亚·玛格丽特、艾莉森·罗宾斯、凯蒂·罗伯特斯、亚当·罗伯特森、道格·桑德斯、格伦·泽宁格、威尔·斯彭德洛夫、科琳·斯坦利、瓦尔多·沃尔德曼、杰克·沃勒、安德里亚·华尔兹。

我对所有的员工、合伙人、客户都深怀感激之情，他们在过去20年中为列维京集团做出了卓越的贡献。尤其是肯特·克兹摩尔、特里·费拉拉、大卫·施特略夫、埃里克·怀特、杰夫·巴洛特利、凯丽·宝地利、珍妮·奥特拉·戴维林、菲奥纳·唐宁、哈佛·努斯鲍姆、琳达·克莱蒙斯、乔·麦克格里夫、布鲁斯·波兰斯基、肯·梅、弗朗茨·汉宁、戈登·格尼克、瓦莱丽·伊克斯、安吉拉·安德鲁斯。

感谢我最亲爱的朋友科琳·舒格曼和苏珊·弗雷兹顿·赫曼给予的热忱支持。

我当然不会忘记不知疲倦工作的编辑们：迈克尔·列文，他帮助我找到了内心的灵感，给我带来了智慧和幽默；萨拉·拉伊诺内，帮助我设计了全书的内容结构。此外，我还要感谢凯尔西·弗雷兹顿·赫曼提供的真知灼见。

同时，我向洛丽·理查德森以及销售职业协会的诸位女士们表达深深的谢意，感谢你们接纳我加入这个强大的组织。职场女性们在这里相互帮助，为女性职业销售员创造更加美好的明天。

最后，我要感谢数以千计勤奋工作的销售员及其领导，谢谢他们通过我的培训找到了价值。当你全身心地投入与客户的每一次接触中时，你的事业将会大有不同。当你被拒绝时，你要让自己振作起来，用真情实感去对待每一个人。总而言之，感谢所有为我提供帮助的人！

莎莉·列维京

心灵与销售的平衡

下面的这个故事，我已经记不清究竟发生在何时了，但当时的情景至今历历在目。

当时，我在墨西哥的一个销售研讨会上做演讲，经过5个小时的发言，我自以为在座的每一个人都已经折服了。我通过15年的销售员经历总结出一套自己的销售方法。虽然我对培训工作还比较生疏，但我的听众们认为我已经做得非常出色了。我的引经据典让他们捧腹大笑，让他们对我的观点、意见不断点头。我感觉棒极了！

在演讲的末尾，我围绕“第三层次问题”的重要性谈了自己的看法——在客户做出购买决定的背后，还隐藏着深层次的情感方面的原因，销售员应该朝这个方面深入挖掘。这时，站在房间最后边的一位销售员举手发问。

“我非常喜欢你所讲的内容，”他说，“但是，客户会不会觉得这些销售方法不过是‘奇技淫巧’，进而产生自己正在被人操纵的感觉呢？”

整个房间顿时鸦雀无声。

我之前从未遇到过这样的问题，顿时感到措手不及。我的全部使命就是教习符合道德要求的销售行为。在销售员与客户之间建立可靠、有效的联系，是

我的销售方法的核心要点。

我千方百计想让自己保持自信满满的样子，可是根本做不到。在这个问题上，我是不是一无所知？或者，我面临一个更加可怕的备选答案——我的教学内容不过是戏弄客户的小把戏？这绝非我本意！

我的大脑瞬间一片空白。

在思忖片刻之后，我说：“这个问题容我今晚思考一下，咱们明天上午再谈。”

非常凑巧，当天晚上我应邀参加了一个晚宴，在研讨会上的高级销售员都出席了。一位年长的绅士自称叫作“阿帕帕科”。

“阿帕帕科？”我惊讶地问。这样奇怪的名字我还是头一回听到。

“这只是一个绰号，”他解释道，“意思是‘拥抱者’，或者是‘热情的人’。”

阿帕帕科给我讲了一些他自己的故事，他已经在一家公司工作25年了，是一名顶级的销售员，而且……

“我不得不承认，”他说，“我从来没有接受过正式的销售培训。我只不过是热爱我的客户，在他们面前我永远是一名学生。”阿帕帕科一直与许多最早的客户保持联络，客户的孩子们当时在上小学。现在，那些孩子都已经大学毕业，甚至开始生养自己的孩子了。阿帕帕科已经成为客户们生活中的一分子，每年感恩节后，他都会给自己的3只狗拍照，并做成贺卡发给客户。

“对客户而言，我就是阿帕帕科！”他笑道。

就在那一刻，我对于房间最后面那个人提出的问题已经有了答案。因此，第二天早上，我一开场就直奔主题。

“我想和你谈谈昨天你提出的问题，”我说，“我认为你是对的。如果你仅仅是单纯地使用销售技巧，而不去关注客户的实际需求并与客户进行心灵交流，你注定要失败。你的言行看起来就像是作秀，甚至让人感觉自己被人玩弄于股掌之间。事实上，如果你只是一味地追求销售技巧，那么我建议你还是改行，别做销售了。”

那个提问者点头表示同意，我的观点显然正中要害。

我和大家分享了昨天晚上自己的重大收获，然后接着说：“但在这个方面也应当适可而止。如果你只有阿帕帕科对客户的热情，却不善于运用那些实用的销售技巧，就算取得些许成绩，也绝对达不到自己期望的高度。”

“如果你能够将销售技巧和阿帕帕科融会贯通，”我说，“就能够找到成功之路。”

本书的精髓在于建立良好的人际关系。你要学会用阿帕帕科般的热情与客户打成一片——也包括你认识的所有人。你要学会不失真诚地运用有效的销售技巧。

有很多书可以帮助你实现利润最大化，使你在同事之中脱颖而出。这类书能教给你销售技巧，点燃和激发你投身销售事业的动力，从而使你在世界各地广受欢迎。

但本书与这类书籍不同。

相反，这本书会改变你的思维方式，让你换一个角度去思考如何全身心地投入销售工作中。本书提倡的哲学理念是做一个改变游戏规则的人：转变观念，学习世界上很多成功的领导人士——无论是销售行业、政治领域，还是其他方面，像他们那样对自己深信不疑。现在，你也可以做到。

如何才能做到用心销售呢？当然，你必须行为规范、举止得体。但更重要的是，你必须发自肺腑地去关心如何改善客户的生活和事业。这意味着你必须善解人意，并借此与客户建立相互信任的关系，而不是为了销售而销售；这也意味着你必须为倾听对方的心声而留下余地，而不是通过会议来强制推行你的方式；这还意味着你必须善于发现对方的弦外之音、所隐藏的情感。总之，你要把这些原则灵活地运用到生活中的方方面面。

如果你处于领导地位，本书可以帮助你提高整个团队的工作满意度和营销能力。用心去做销售的团队会变得更加包容，更善于接纳他人，更加具有责任感，也更能发挥自己的热情和才华。

关于10个真理的简介

在过去20年里，我和同事们有幸在许多世界500强公司工作，它们拥有令人羡慕的企业文化和出类拔萃的产品。哪怕在市场最萧条的时候，我们依然帮助很多房地产公司存活下来，而且还能使它们重新获得市场竞争力。通过帮这些公司培训销售代表，我们让他们明白不能只拿对话模板照本宣科，而是要关注对方的心理，这大大提高了电话中心的利润。我们的培训帮助成百上千的销售员和年轻企业家们取得了不俗的业绩——无论是新入职的菜鸟，还是希望掌控局面的职场老手，都是如此。

我花费大量时间去思考，为什么不同的销售员按照相同的工作程序来销售同样的产品，最终业绩却相差甚远。同一个汽车4S店的销售员，同一片区域的房地产经纪人的，相似软件产品的推销员，他们的销售业绩为何有天壤之别？为什么有的人一年挣5万美元，而另一个做同样业务的人一年却能挣到40万美元？

我苦苦追寻答案，并将此作为自己的使命。为此，我走访了各行各业的顶级销售员和销售部门的领导。

在与每一个人的交谈中，我都会问自己：他们如何讲述自己的故事？还有哪些东西他们没有讲到？他们是如何成功的？他们是不是还有一些绝招或最佳方案可以分享？

访谈结果显示，除了销售的产品和所处的行业之外，这些顶级的销售员还存在诸多差别：一些人接受过良好的教育，而另一些人却是凭市井经验立身；一些人性格非常外向开朗，而另一些人却沉默寡言；一些人出身显贵，而另一些却出自草根阶层。但是，他们有一个重要的共同点：

最优秀的销售员知道自己该如何说话以及为什么要这样说，还明白其他一些更深刻、更敏锐、更具有可持续性的知识。

与这些成功的销售员进行交流时，你会发现他们在一点上殊途同归：他们不但遵从内心的召唤与其他人建立联系，而且也没忘记与自己的内心进行沟通，追寻自己的目标和梦想。换言之，他们非常清楚自己是一个什么样的人，明白自己想过什么样的生活。无论他们销售的产品是什么，居住在何地，或者客户是什么人，最优秀的销售员都带着一颗真诚的心，而且始终不忘初心。

这份真诚比任何东西都珍贵。如果我们销售员不具备正直的品德，客户马上就会看穿。如今的买家比任何时候都聪明，他们一眼就能识破你的花言巧语和拙劣表演，我相信你肯定会同意这一点。

我在职业生涯的大部分时间中都在构建属于自己的销售体系、范式和模板，但我从来不会跟你说这是放之四海而皆准的道理。人有各种各样的，产品也五花八门，市场又在不断变化。虽然我不相信世界上真有什么放之四海而皆准的道理，但有一点我深信不疑：

有一些强而有力的准则能够规范人的行为，无论何时、何地、何人都可以适用。有一些真理不仅能帮助你与人沟通，还可以促进自我交流，让你学会听从内心的声音。这些道理不仅可以帮助你更加科学有效地工作，还能指引你过上更加富足和充实的生活。

顶级销售员们懂得怎样在内心和工作之间维持平衡。他们深知，只有真正了解自己，才能与客户以及其他他人更好地沟通。他们知道你关心何事、关心何人。

这些普遍的真理关注的是如何实现平衡，如何与真正的自我进行交流。

请不要认为，我创作此书是为了炫耀自己的成就，恰恰相反，我的生活充满挫折、失败与痛苦。毫无疑问，成功与失败相辅相成，缺一不可。我对生活始终饱含热情，一直全身心地投入自己的事业之中。世界不会依我的喜好而改变，但我没有太多的遗憾。我真诚地希望自己可以帮助你发现人生的意义，释

放那些促使你做出决定的热情。

销售是一个非常困难的游戏，充满了拒绝、压力和自我怀疑。但是当你的梦想超越了恐惧时，你会发现自己的收获远远大于挫折。

本书与我打算分享的10个真理可以真正教会你怎样卖出更多产品，怎样朝着荣耀和目标不断前进。我希望你能发现这本书刺激、有趣、给人启迪、有理有据，最重要的是，它倾注了我的真情实感。

10个普遍的真理

1. 成功始于成长方程式

顶尖的销售员愿意与他人分享自己的成功心得——包括勇于正视不足的责任感、对客户和整个世界怀有浓厚的好奇心、渴望获得卓越成就的雄心壮志。他们会不断运用所学知识来提升自己的实力。当你掌握这个“成长方程式”之后，你不但可以提高自己的销售业绩，更可以改变自己的人生。

2. 情感驱动决策

得到大家的爱戴，与他人建立亲密关系，与人为善，被世人铭记，融入他人的生活，这些美好的心愿能促使你做出正确的决定。如果你能察觉客户行为产生的感情动机，你就离成功不远了。

3. 自由源于体系

飞行员在起飞前必须查阅飞行手册；篮球运动员必须不断重复习惯动作，才能提高罚球命中率；面包师必须遵守那些经过时间检验的食谱。销售又怎会有什么不同呢？成功的销售员都有一套自己的销售方法，并且每次都会执行这一方法。这听起来违反直觉，但是你在已经建构好的体系中会获得极大的自由度，能够充分展示自己的本色，与客户建立真正的密切关系。

4. 在销售中，说“不”并不代表着拒绝

你是不是被恐惧吓破了胆？好吧。顶尖的销售员深知，一个人越是感到恐惧，就越需要及时应对恐惧。你所担心的事，正是你必须做的事。你越是担心发问，就越应该提出自己的问题。在第四章，我们会审视人们脱胎换骨的过程。失败是不可避免的，快速从失败中恢复是一项生存技能。这项技能可以充实你的心灵，让你的钱包鼓起来。

5. 信任从引发共鸣开始

信任诞生于共鸣、诚实、可靠以及能力。你应该具备全部四项品质，但如果无法与客户在交往的过程中产生共鸣，你就没有机会展示另外三项品质。共鸣是建立信任的首要条件。共鸣感无法伪装，不是让你在谈话时想怎么说就怎么说，也不是一味地迎合客户，而是让对方全身心地享受交流，尽情地表达自己的感想。

6. 诚信的品德

我们一旦和客户之间有了真真切切的共鸣感，就会发现自己无法再说谎或者欺骗客户了，对其他任何人和我们自己也都一样。“销售”这个词语起源于一个古老的英文单词“给予”。当我们销售产品时，我们必须把某样东西给予对方。当我们拥有诸如可靠、能干、诚实之类的优秀品质后，我们就能维持与客户之间的信任关系，享受长久的成就感。最终，这些好品质都会成为我们性格的一部分。

7. 可谈之事就是可问之事

当我们正确地提出问题时，我们就可以揭开事情的本来面目。“发现问题”就可以知晓客户的需求，引导他们沿着我们选择的方向去思考，对相关事

物产生好奇心，并最终做出决定。这些问题有助于建立融洽的人际关系，获得对方的信任，帮助你实现自己的期望。提出好问题能帮我们清晰地展示自己的观点，而不必去声嘶力竭地大喊大叫。好问题可以扭转局面，也可以改变世界。

8. 满足情感需求先于做出经济承诺

许多销售员误以为利用饥饿营销或者人们的贪小便宜心理，就能令客户产生迫切消费的冲动。但是，如果客户根本不需要你的产品，则他们才不会在乎你是否只剩下了两件产品，或者你会赠送什么礼品。（有人需要马车吗？只有今天有售！而且免费赠送马靴！）在第八章，我将会讨论如何通过讲故事的方式与客户打交道，并将产品与客户的动机精准地结合在一起，以此来激发他们的消费需求。

9. 唯有耐心，才可消除销售阻力

一旦客户表现出抵触情绪，很多销售员就会降低价格、修改合同条款，或者干脆更换其他产品。但真相是，只有当客户在感情上接纳你时，你才能真正接近他们。这部分内容讲述了让客户接纳产品的策略，消除那些最难对付的客户的抵触心理，找出那些最终真正要拒绝你的客户，确保你可以又快又多地完成销售。

10. 总盯着错误，就永远无法踏上正途

面对每一天，面对每一次际遇，你都可以做出选择。你可以看到一个人或一次经历中积极的一面——有价值或者建设性的东西，你也可以看到其中消极的一面。当你与伙伴或者客户打交道时，你不要总去找他们不买你产品的原因；相反，你应该看到他们购买产品的原因。无论寻找什么东西，你都一定要确保能够找到它！

真理中的真理

多年前，我主讲的某次培训课程结束后，一位老者从前排走到我身边说，他已经连续参加我的讲座好几年了。

“我听了你所有的CD，”他说，“还每周都看你的DVD培训课……”

我微笑着，想知道下面他会说些什么。如果一个人持续关注和收听我的培训，我猜自己一定会得到他的赞扬。对吗？

大错特错！

“但我不得不告诉你，”他接着说，“你的培训没有任何作用。”

我非常吃惊，不知道他为何告诉我这些。假如我的课毫无用处，他为什么还要坚持听那些内容呢？

我非常好奇，请他给我讲一讲他的销售方法，并让他描述一下自己的销售过程。我不得不说：在我的课程中，他真是一个差学生。（令人惊奇的是，他对我课程内容的熟悉程度甚至超过了我本人）初听起来，他似乎掌握了我所传授的销售方法，他在与客户沟通的过程中，表达方式没有问题，提出的问题也都非常正确。

接着，我请他详细讲一讲自己的销售过程——突然，问题出现了。

很显然，从最开始，他就缺少某些东西。他知道如何去说、去做，但是在落实能力上有所欠缺。随后，我们又谈了一会儿，我发现了他的问题所在。他对自己的产品似乎并不自信——更重要的是，他对自己的客户缺乏感情。无论他说什么，都会让人觉得他不是一个人值得信赖的人。

我遇到过很多重理论而轻实践的人，我会对这些人说我告诉上面这位朋友的话：

“你知道并不代表你可以有效执行。”

我从事攀岩运动多年了，每一次攀岩之前，我都研究好路线，了解每一块

岩石的特点。但是，相信我，当你腰上系着绳子，悬在几百英尺的空中，知道怎么做和如何做完全是两码事。真的！

要提升业绩，唯一的办法就是缩小理论和实践之间的差距。

你可能已经读过了10个普遍真理的摘要，并且想：这些东西我都知道啊！我当然知道要建立信任、提出问题和承担责任。

但下面才是最重要的：你是如何做的？你每一次行动或者大部分时候都是如此做的吗？

如果不是，那么为什么没有做到？

有一个非常好的理由，那就是人的惯性。

克服自己的惯性

当从事一项困难甚至是维持温饱的任务时，人类会和其他动物一样陷入“默认模式”。默认模式可以视为最省力的成功路径，它能让我们用最少的精力和最小的工作量完成任何事情。那些光顾我们后院的驼鹿不会掉头离开长满嫩绿鲜草的草地。为什么？因为在其他地方，它们必须付出更多的努力才能获得这么好的东西，而现在，脚边就是丰盛的食物。

我是在自己的阿奴萨拉瑜伽课上第一次听到“默认模式”这个词的。老师告诉我们，每一个人都有自己的惯性，当我们不能保持专注的时候，就很容易陷入这些惯性。为什么？因为这更容易做到。比如，我们的身体会自然而然地倾向于最舒服的姿势，或耷拉着肩膀，或低垂着脑袋，或长吁短叹。当我们无法关注于一件事情时，我们会倾向于进入惯性模式。随着时间的推移，这些惯性会给我们的日常工作带来巨大的负面影响。

有一门比较晦涩的科学可以用来解释其中的原因。神经科学家们已经发现大脑的一部分在起作用，他们称之为“默认模式网状物”。当我们进入众所周知的“休闲状态”时，这些物质会变得异常活跃。在工作之余，比如休息时或

在周末，这的确是件好事，可以让我们在悠闲的时光中放松大脑。然而，当你与未来的客户打交道时，使用大脑的这部分功能，就会限制你能力的发挥。为了真正搞好与客户的关系，你必须“苏醒”过来，走出这种状态。你必须在销售的过程中用真心实意去打动客户。然而，不知何故，每个人在无法集中精力做事的时候，都乐于退回到这种清醒的休闲状态。

我们每个人都需要克服自己的惯性。这种具有重复性和破坏性的行为有时是不自觉的，它会阻止你做好销售工作。有时，当你疲惫或者分心时，惯性就会出来作祟。还有其他几个原因会导致“默认模式”出现，我用“HELL”（地狱）这个词语进行了总结。

你是否已经陷入销售“地狱”之中

H=Habits（习惯）

E=Ego（自以为是）

L=Lack of knowledge（知识储备不足）

L=Laziness（懒惰）

1. 习惯

我们常常被习惯左右，连许多销售老手都为此感到自责。你已经在错误的道路上走得很远，却依然没有发现它严重影响了你的表现。或者说，你的习惯如此不起眼，以至于你根本无法认识到它在妨碍你的行动。

查尔斯·都希格在《习惯的力量》一书中写道：当我们不断重复看似平凡无奇的行为（比如刷牙、冲咖啡、侧方位停车）时，我们的神经就会建立一种逻辑上的范式。重复的次数越多，习惯就越牢固。如果你不能坐等每天表现出善意，你就无法成为一个善良的人；如果你没有倾听别人的意见，你就会变得以自我为中心；如果你总是体会他人的感受，你就会变成一个善解人意的人。

如格言所讲：重复的行为造就了我们。好习惯和坏习惯一样，“润物细无声”。

习惯是人类天性的一部分。当然，问题在于，养成的若是坏习惯，就对我们不利了。一个好消息是，你可以改掉坏习惯——如果你已经意识到了这一点。如果我们能够严于律己，用新的习惯代替旧习惯，我们就可以改变自己的行为，变成自己希望成为的样子。

2. 自以为是

根据大卫·梅尔和赫伯特·M.格林伯格的研究成果可知，优秀的销售员都有征服欲。在这种典型的自以为是的动力的驱使下，我们会变得非常自负，宣称：“我要做到第一，我要让自己平步青云。”

但是另外一方面，自以为是会让人们总是把失败的原因推给别人，而不愿意承担自己的责任。过度自负还会阻碍我们学习掌握新技术的发展和客户需求的变化，而这些都需要你通过与客户互动来实现。

我听到很多销售员在抱怨自己的糟糕业绩。他们举例说最新研究表明一个人保持注意力的平均时间从12秒下降到了8秒，于是，感叹金鱼保持注意力的时间都比人长！他们抱怨：“如果你们不相信我的话，可以就近去家宠物店，对金鱼做一个注意力测试。如果每个客户都这样，我恐怕只能从鱼身上挣钱了。”

问题就在于：许多销售员把自己业绩不佳归咎于无法吸引客户的注意力，而不是想方设法去改进自己的不足。

借用创意写作大师罗伯特·麦基的一句格言：“你的问题不在于专注的时间长度，而在于感兴趣的时间长度。”我们的客户并不是不关注我们的产品，而是不关注我们本身。换言之，我们没有抓住他们的注意力。如果你一直在追剧，比如《广告狂人》《纸牌屋》《权力的游戏》，我敢肯定你一定会同意，你对每一集的播出时间肯定比对放袜子的抽屉的关注程度高。当你在做销售时，你是想成为《纸牌屋》中的凯文·史派西，还是打算靠穿一双不成对的袜子来增添自己的魅力呢？不要让自以为是夺走你为业绩下滑承担责任的勇气！