

Limbeck Laws:  
Das Gesetzbuch des Erfolgs  
in Vertrieb und Verkauf

# 顶级销售的 111 条军规

【德】马丁·林贝克（Martin Limbeck）著 杨耘硕 译

销售是一门

讨好客户。

打造好你的原则、态度、形象、谈话力、行动力、洞察力、领导力……你就能高效成交！

被誉为“销售界的保时捷”的  
销售专家马丁·林贝克30年实战经验凝铸

**世界500强企业争相运用的销售法则**

16个国家，10000000销售员推崇的教科书式销售兵法

 北京联合出版公司  
Beijing United Publishing Co., Ltd.

# 顶级销售的 111 条军规

【德】马丁·林贝克 (Martin Linbeck) 著 杨耘硕 译

## 图书在版编目 (CIP) 数据

顶级销售的111条军规 / (德) 马丁·林贝克著; 杨耘硕译. — 北京: 北京联合出版公司, 2018.8  
ISBN 978-7-5596-2310-2

I. ①顶… II. ①马… ②杨… III. ①销售学 - 通俗读物 IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第154315号

著作权合同登记号: 01-2018-3688

Published in its Original Edition with the title  
Limbeck Laws: Das Gesetzbuch des Erfolgs in Vertrieb und Verkauf

Author: Martin Limbeck

By GABAL Verlag GmbH

Copyright © GABAL Verlag GmbH, Offenbach

This edition arranged by Beijing ZONESBRIDGE Culture and Media Co., Ltd.  
Simplified Chinese edition copyright © 2017 by Beijing Mediatime Books CO., LTD.  
All Rights Reserved.

### 顶级销售的111条军规

著 者: (德) 马丁·林贝克

译 者: 杨耘硕

总 发 行: 北京时代华语国际传媒股份有限公司

责任编辑: 楼淑敏

封面设计: 仙境

版式设计: 胡玉冰

责任校对: 韩雨

---

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街83号楼9层 100088)

北京市艺辉印刷有限公司印刷 新华书店经销

字数157千字 880毫米×1230毫米 1/32 8印张

2018年8月第1版 2018年8月第1次印刷

ISBN: 978-7-5596-2310-2

定价: 42.00元

---

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容  
版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本社图书销售中心联系调换。电话: 010-63783806

## 推荐序

“我是销售员，我想把产品卖给您。”

如果有什么令马丁与众不同的话，那一定是他的坚持。我们是一个正宗的鲁尔区<sup>①</sup>家庭，日子过得不错，但却从未想到过“富有”这个概念。马丁和我们不一样，他从小就确信，自己一定能成为百万富翁，一定可以开上保时捷，即便他当时还不知道该如何做起。马丁儿时就对尝试新鲜事物有一种令人难以置信的渴望，然而这在学校里却并不吃香。学校那一套，对他来说还是挺难应付的。马丁在学生中绝对算不上是榜样，可我们真的不知道还有谁像他那么爱学习。他总是参加各类课程，对新知识和新体验的好奇心似乎无穷无尽，特别是当这些与销售和新媒体有关的时候。另外对于神经语言程序学和精神体验，马丁的好奇心也同样不减。他的汽车就是一个“移动图书馆”。那个曾经堆满磁带和空易拉罐的地方，如今却放了大量涵盖各类主题的有声书。

---

<sup>①</sup> 鲁尔区(Ruhrgebiet)位于德国北莱茵-威斯特法伦州(Nordrhein-Westfalen)境内，是典型的传统工业地域，有“德国工业的心脏”之称。——译者注

毕业后，让他成为百万富翁的那份工作对他来说已经是板上钉钉了。他想成为销售员，而不是去干别的。当然，我们也曾好心地建议他去其他领域试试水，因为在销售工作中，拒绝总会一个接一个地到来，但马丁并没有动摇。现在看来，这是他取得成功的决定性因素。即便有时一切并不是那么顺利，他也从未放弃，而是不断地尝试。最终，他在复印机行业拿到了作为销售员的第一张聘书。在当时，这个产业中蕴藏着巨大的商机，但同时市场中的竞争也异常激烈。我们很清楚，如果我们的孩子学会了如何销售复印机，他往后便可以销售一切产品，而之后的故事也证实了的确如此。

如果要用三个词来描述他的话，我们会选择：专注、坚定、以目标为导向。马丁在少年时期便展现出了这些特质。他十几岁的时候曾下决心去美国生活一年，决定作出后，他便从未考虑放弃。马丁一次又一次地试图说服我们、他的祖母以及当时的老师，他不知疲倦地找我们谈话，直到达成目标为止。毫无疑问，他的身上有一种伟大销售员特有的气质。从那时起，“完成目标”对他而言就是件十分重要的事了。

过去的二十五年中，我们通过马丁认识了很多演讲者、培训师和顾问。但是，将自己讲过的东西在生活中付诸实践，这一点没有谁能做得像马丁一样好。不仅在客户和生意伙伴面前，马丁始终会耐心地倾听一切，对待朋友，他亦是如此。他记着每个人的生日，不疏忽与任何人的联系，而准时对他来说也是理所当然的。

马丁永远都可以相信我们，无论发生什么，我们都会全力支持他，尤其是当事情进展不顺利、阻力特别大的时候。马丁喜欢坦率地、毫不掩饰地说出自己内心的想法，因此，人们对他的看法也构成了两个极端。他的坦率对我们而言当然不足为奇，但总会有一些人对此颇有微词。诚实是美德，而很多人却不知道如何面对诚实。尽管马丁在很多层面上都已经提升了自己，但“硬式推销员”的名声，他至今都挥之不去。他直接的甚至有时显得激进的行为，常常导致他被强行归入一个与实情完全不符的类别中。他明显突出的下巴，以及一些放肆的话语，很快就会让别人对他做出错误的论断，就如同儿时露天营地上，马丁总是第一个被恶作剧捉弄。

在我们看来，“刀子嘴，豆腐心”这个描述更符合他的性格。因为马丁不像很多人认为的那样，仅仅是一位冷酷的商人。在我们的交际圈中，还没发现谁能像我们一样，和自己的孩子保持如此良好的、互相尊重的关系。仅仅是他邀请我们为书代写序言这件事就足以说明，我们一家人是多么紧密地团结在一起。这件事对我们来说是一个绝对的惊喜。这个无与伦比的好点子，令我们非常感动。尽管马丁一直在世界各国的道路上不停奔波，他却总能找出时间来看望我们，并和我们共度那些传统节日。当其他孩子正努力和父母保持尽可能大的距离时，马丁却做了相反的事：他很多年前就在我们住所旁的湖边拥有了一套度假屋。这种亲密友善的关系，让我们在生活的很多方面都更加充实和富有，对此

我们真的是感激不尽。比如，马丁总是走在技术的最前沿，他目前新开的在线学院就是个好例子。正是得益于他的热情和孜孜不倦，我们才会在这个年纪还在 Face book 上注册，并给彼此发送视频。

2005 年，马丁出版了第一本书。如果现在我们回首往昔，会看到马丁无论作为一名作者、销售员、商人，还是一个普通的个人，在过去的十年中都取得了不可思议的进步。在此期间，他甚至在美国出版了两本书，这可是他多年来的梦想，如今终于实现了。他在生命中取得的成就是梦幻般的。我们赞叹马丁的意志，即他那种渴望在自己从事的领域中能前进一步，然后再前进一步的心态。马丁为自己制定了属于他个人的规则，这在我们那一代是不可能做到的，所以我们更加为他感到骄傲。有些准则，比如诚实、准时和尊重，我们在孩童时期便教给了他。现在您手中已经拥有了马丁的 111 条准则。在此，我们祝您在阅读这本书的时候能获得更多的快乐。

格里·林贝克 (Geli Limbeck)

阿洛伊斯·林贝克 (Alois Limbeck)

## 第一章 对于销售员来说，销售就是生命

1. 销售是为客户提供服务的艺术 002
2. 销售是一份高尚的职业 004
3. 没有人生下来就是销售员 006
4. 优秀的销售员注重长期合作 008
5. 让你的客户开心，你的佣金就少不了 010
6. 坚持与渴望是一切销售的源泉 012
7. 没有“梦想清单”，就没有梦想 014
8. 维系客户关系，比挽回客户要容易 015

## 第二章 销售的第一要诀——正确的态度

9. “态度”让销售员拿到 100 分 020
10. 消除“你打扰到别人”的顾虑 022



11. 要想签单，先去喜欢你的客户 024
12. 找到“出路”，您就入门了 026
13. “操纵”意味着说服 028
14. 幻想情境的人停滞不前，寻找对策的人做出成绩 030
15. 不清楚目标，便找不到出路 032
16. 良好的规划能激发好点子 034
17. 拥有非同寻常的主意，才能留住客户 036
18. 没有自我激励，就没有能量和成就 037
19. 只有拥有热情，才能让人信服 039
20. 拥有直面“拒绝”的强大内心 041
21. 顶级销售员专注于能做成的事 043
22. 你曾经给予别人的，最终都会回来 045
23. 销售员不必处处讨好客户 047
24. 只管去做，订单自然到来 049
25. 失败可以被转化成机会 050
26. 悲观是唯一一坨永远也长不出鲜花的牛粪 053
27. 客户只会与胜者交易 054
28. 基本工资越高，销售热情越低 056
29. 您只能销售自己坚定支持的产品 058
30. 销售不等于提供咨询 059
31. 销售员不能当哀求者 061
32. 情境预想可以帮助您信心十足地进入销售谈话 063
33. 不做家庭作业，便无法一鸣惊人 065

34. 不要害怕打电话 067
35. 女助理并非不可逾越的障碍 070
36. 好的开始是成功的一半 072
37. 不要在缺少应对拒绝的策略时，就开始电话销售 074
38. 没有销售谈话前的准备工作，便什么事也谈不成 077
39. 迟到就是惩罚自己 079
40. 顽强让优秀的销售员实现目标 081

### 第三章 你就是你自己的品牌设计师

41. 无法引人注目，注定要被淘汰 084
42. 找到属于自己的品牌商标 086
43. 如果您能跻身专家的行列，您在客户心中就是第一 088
44. 没有社交媒体，便无法跻身专家行列 090
45. 推荐是为您赢得新客户最好的方式 091
46. 口头宣传并不是一匹不需要吃草的马 093
47. 细节并非意味着很多，而是意味着全部 095
48. 想赚别人钱的人，自己看起来也得值钱 096

### 第四章 销售的成败在于你与客户的关系

49. 行事坚决，待人公平 100
50. 销售员好比助产士 102
51. 客户脑海中有多个抽屉 104

- 52. 好的想法固然好，但好的行动更有价值 106
- 53. 好奇心和解读他人的能力，将为您打开通向客户的那扇门 108
- 54. 好朋友，明算账 110
- 55. 您散发的光芒，最终也会照回到自己身上 112
- 56. 有时候真正的巨人也只能放弃 114
- 57. 先施与，后索取 116
- 58. 销售意味着让客户快乐 118
- 59. 您的工作是用客户的视角看世界 120
- 60. 第一印象会被铭记，临别印象会保持到底 122

## 第五章 客户交流的原则：直言不讳、亲切有礼

- 61. 嗓音就是音乐 126
- 62. 保持放松！尤其是在打电话的时候 128
- 63. 您的身体不会说谎 130
- 64. 清晰准确地描述，是交流的前提 132
- 65. 顶级销售员只会谈论客户感兴趣的内容 135
- 66. 巧妙地应答意味着充分地准备 136
- 67. 闲聊只能由客户发起 139
- 68. 客户会喜欢您直奔主题 141
- 69. 让对话代替独白 143
- 70. 用“倾听”来代替“听” 146
- 71. 客户希望听到自己的名字 148

72. 不提问的人，永远都是愚人 150
73. 反馈是一件礼物 152

## 第六章 领导者的领袖气质

74. 领导者就是榜样 156
75. 领导意味着将他人带向成功 158
76. 每个销售经理的梦幻团队都是由“狩猎者”和“采集者”组成的 160
77. 以身作则，方可赢得信任 162
78. 领导的 4R 法则 164
79. 不要隐藏批评，要一针见血 167

## 第七章 信心十足地运用谈话技巧

80. 谁能认清客户的购买动机，谁就能让客户开心 170
81. 电话营销是最高级别的舞台 172
82. 异议是通向成功的路标 174
83. 借口是异议前面的一道防护墙 176
84. 异议处理 = 收集信息 + 提供信息 178
85. “不”，意味着还需要一点鼓励 181
86. 价格不变 182
87. 价格谈判中最重要的感觉是自尊 184
88. 为价格而自豪，就是为自己的工作而自豪 186
89. 报价函属于您的客户 188

90. 最好的价格谈判，就是无须谈判 190
91. 两次报价之后就要收手了 192
92. 情景决定价格 194
93. 失去订单的恐惧导致降价 196
94. 缺乏自信是一张“打折许可证” 198
95. 禁止打折 200
96. 单纯围绕价格展开销售，定会毫无优势可言 202
97. 客户关系会帮助您留住优质客户 204
98. 会做生意的人，不会白白送礼 206
99. 面对攥着价格不放的客户，您同样可以开价 208
100. “太贵了”意思是“目前来看太贵了” 211
101. 价格压力一旦瓦解，交易便会自然达成 213
102. “竞争对手”不是干扰因素 215
103. 交易是优质的销售谈话必然的结果 216
104. 客户希望自己被带到终点 218

## 第八章 售后服务和售前服务同样重要

105. 在交易刚刚达成的那一刻，您的客户需要安全感 222
106. 交易的达成，是客户关系的开始 223
107. 过失也是团结客户的机会 225
108. 客户的投诉是重中之重 227
109. 良好的危机沟通将起到决定性的作用 229

## 第九章 通向销售精英之路

- |                           |     |
|---------------------------|-----|
| <b>110.</b> 失败者的准则        | 234 |
| <b>111.</b> 一次当管家，一辈子都是管家 | 236 |
| <b>致 谢</b>                | 239 |

---

# 第一章

---

对于销售员来说，销售就是生命

## 1. 销售是为客户提供服务的艺术

下面这些您应该不陌生吧？露齿的微笑、卡地亚香水、至少价值 600 欧的博斯西服、桥牌公文包、意大利皮鞋……这一系列得体的搭配让销售员显得风度翩翩，可他算得上真正的销售员吗？

毫无疑问，搭配协调的装束和友善迷人的谈吐，绝对可以为销售员在客户面前加分。除此之外，完美地掌握新客户问询、客户需求评估、产品展示、异议处理、成交和售后服务等方面的技能，同样能为销售员加分。

这些因素听起来都很棒，也都非常重要，这一点毋庸置疑。然而，销售员如果无法专注于自己工作的最终目标——销售的话，这一切都没有任何意义。优秀的销售员之所以优秀，是因为他们永远不会在交谈时忘记自己为什么要给客户打电话，为什么要驱车几百公里去拜访客户，为什么会坐在客户的办公室里，为什么要写那些详尽的产品介绍。答案就是，他们想要把东西卖出去。

着装、谈吐、推销及交流技巧仅仅是实现计划的必要前提，或者说是达到目的的手段而已。那销售的目的又是什么呢？是的，就是即刻达成交易，抓住一切机会，不是以后，而是现在！因为



只有达成交易才能为公司带来销售额，并为销售员带来佣金。

顺便补充一点：对金钱的正确认识亦是销售的一部分。请您想象一个场景，销售员正坐下来和客户谈话，但客户说什么，他并没有真正听进去，因为他正在琢磨自己的销售提成。接下来会发生什么？他的双眼中浮现出金钱的标志，这一切全被客户看得清清楚楚。客户看到眼里散发金钱光芒的销售员后，就会用那句“我回头联系您”来道别了。这位销售员的结局可想而知：客户一定会尽快远离他，并坚决地回绝他今后所有的联系请求。

对销售这行来说，“贪婪”是您能想到的最差劲的导师，因为成功的销售绝不等同于丰厚的佣金结算。出色的销售员一定会谨记这一点：销售时不要惦记着钱。因为完成交易是获得佣金的前提，佣金仅仅是成功交易的后续。想象一下，当一名足球前锋只身一人冲向对手的球门，最后只需攻破对方门将的十指关时，他会在射门的瞬间去思考向他招手的奖金吗？一定不会！他只会想着获胜，想着把球射进球门。

坚持不懈地寻求交易的达成，绝不会将您带上“宰客”这条路。这种坚持并不意味着欺骗客户。恰恰相反，基于规范可靠的客户需求分析，销售员为客户提供了契合其个体需求的理想产品。这一切对交易双方来说都再好不过了：客户得到了针对自己问题的最佳答案，而销售员则依靠卓越的表现完成了交易，这个交易让他觉得自己为客户做了一件好事，并因此获得了合适的佣金。

优秀销售员的五星公式：销售 = 寻找目标客户 + 寻求交易达