



主编
营销大智慧丛书



高目 文洁 编著

谁能把斧子 卖给总统

海天出版社



中国美术学院美术考级教材
素描分册



中国美术学院美术考级教材

素描教程 素描教程

中国美术学院美术考级教材



2008

主编

营销大智慧丛书



高目 文洁 编著

谁能把凳子 卖给总统

海天出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

谁能把斧子卖给总统/赖丹声主编. - 深圳: 海天出版社, 2002.9

(九颂营销大智慧丛书)

ISBN 7 - 80654 - 792 - 4

I. 谁... II. 赖... III. 市场营销学 - 案例 - 世界
IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 050609 号

海天出版社出版发行

(深圳市彩田南路海天大厦 518033)

[http://www. htph. com](http://www.htph.com)

责任编辑: 杨月进 封面设计: 珠 峰

责任技编: 陈 炯

深圳市宣发印刷厂印刷 海天出版社经销

2002 年 9 月第 1 版 2002 年 9 月第 1 次印刷

开本: 889mm×1194mm 1/32 印张: 5.75

字数: 110 千字 印数: 1 - 8000 册

定价: 13.8 元

海天版图书版权所有, 侵权必究。

海天版图书凡有印装质量问题, 请随时向承印厂调换。



赖丹声，南开大学 MBA，曾任政府秘书，并在国企、外企从事过产品质量、市场营销和项目投资等方面的管理工作，曾任金融早报营销传播周刊主编，现为记者部主任。主编出版过《投资热点丛书》，出版有《寿险营销新思维》、《温柔一刀》、《期货投资指南》和《把梳子卖给和尚》等著作，在报刊上发表过大量的财经评论文章，文笔简练幽默，耐人寻味。2001年底，作为中央电视台特约撰稿人，参与《商战2001》节目制作，根据作者脚本《啤酒三国演义》拍摄的电视专题片引起社会的极大反响。

E-mail: Songsnine@163.com

Songsnine@263.net

专业品质 创新精神

九颂图书

郑咏

主编



九颂营销经典100系列

《营销模式100》

《营销兵法100》

《奥运营销100》

《体育营销100》

《银行营销100》

《城市营销100》

《个人品牌100》

九颂营销大智慧丛书

《谁能把斧子卖给总统》

《谁能把梳子卖给和尚》

《谁能把鞋子卖到非洲》

最著名的营销大师
最卓越的营销智慧
最精彩的营销故事

风靡全球之百年营销精华 中国营销人成功必备宝典



目 录

序 (1)

谁能把斧子卖给总统

1. 谁能把斧子卖给总统	(5)
2. 三个销售代表的境遇	(7)
3. 足球赛场上的草皮	(8)
4. 只贷一美元的犹太商人	(9)
5. 一加一大于二	(11)
6. 心中的金矿	(13)
7. 价值百万元的一课	(15)



Who can sell an axe to the president

世界上最伟大的推销员

8. 世界上最伟大的推销员 (19)
9. 艾柯卡的智慧营销 (21)
10. 戴尔善待年轻人 (23)
11. 郑周永的神奇旧钞 (25)
12. 本田辞职的启示 (26)
13. 藤田田创业传奇 (28)
14. 洛克菲勒的远见 (31)
15. 松下的惊人之举 (33)
16. 哈默铅笔致富术 (34)
17. 福特之意不在“酒” (36)

卖点究竟在哪里

18. 卖点究竟在哪里 (39)
19. 出卖“落后” (40)
20. 市场的真理 (42)
21. “恐怖”成为卖点 (44)
22. 钻市场缝隙 (45)
23. 笑话也可以卖 (46)
24. 谜语罐头 (48)
25. 彩色电扇 (49)



26. 婴儿酒店 (51)
27. 有心和无意之间 (53)
28. 食客成为“股东” (54)
29. 营销哲学 (55)
30. 猜猜哪位名人会来 (57)

营销的点睛之笔

31. 营销的点睛之笔 (61)
32. 让顾客有参与感 (63)
33. 售货员的推销术 (64)
34. 利用星星大发其财 (65)
35. 流水声音卖高价 (66)
36. 减肥创意 (67)
37. 毛姆卖书 (68)
38. 聪明的报童 (69)
39. 两家小店 (70)
40. 市场永远是对的 (71)
41. 印度商人卖画怪招 (72)
42. 重要的少数 (74)



Who can sell an axe to the president

每个人都是推销员

- 43. 每个人都是推销员 (77)
- 44. 与众不同的自我推销 (78)
- 45. 推销自己的两种方法 (79)
- 46. 先把根留住 (80)
- 47. 不要削足适履 (82)
- 48. “上帝”也要推销自己 (84)

身价百万的人

- 49. 身价百万的人 (87)
- 50. 千万富翁的秘密 (89)
- 51. 这是谁的错误 (92)
- 52. 差在哪里 (93)
- 53. 营销无处不在 (95)
- 54. 每桶四美元 (96)
- 55. 记住别人的名字 (97)
- 56. 副总统之路 (99)
- 57. 与人为善天地宽 (100)
- 58. 成功是一本厚厚的名片簿 (101)
- 59. 价值 3.5 万美元的观念 (102)



什么东西最珍贵

- 60. 什么东西最珍贵..... (105)
- 61. 两辆中巴..... (107)
- 62. 花店的传统..... (109)
- 63. 黄金名片..... (111)
- 64. 5块钱的故事..... (113)
- 65. 仁者无敌..... (115)
- 66. 诚实无价..... (116)
- 67. 出卖纯净..... (117)
- 68. 傅雷德的账单..... (118)
- 69. 金币的诱惑..... (120)
- 70. 得失之间..... (122)
- 71. 三个人的秘密..... (124)
- 72. 英国商人的圈套..... (126)

先有鸡还是先有蛋

- 73. 先有鸡还是先有蛋..... (129)
- 74. 三个煮熟的鸡蛋..... (130)
- 75. 两只小白鼠..... (132)
- 76. 倒过来试试..... (133)



77. 如此推销····· (134)
78. 开店选址的学问····· (135)
79. 让通缉犯作推销员····· (137)
80. 花小钱请名人····· (139)
81. 开店前的“婆婆妈妈”····· (141)
82. 俄罗斯套娃····· (144)
83. 一只唐朝的花边碗····· (145)

谁会进入神秘之门

84. 谁会进入神秘之门····· (149)
85. 意见领袖····· (151)
86. 女人生意好做····· (153)
87. 企业就是细节····· (155)
88. 一碗汤的学问····· (156)
89. 小店里的餐巾纸····· (157)
90. 奥运是棵摇钱树····· (159)
91. 35次紧急电话····· (162)
92. 沉默是金····· (164)
93. 柯达的反击····· (165)
94. 麦当劳的秘密····· (166)
95. 堡垒从哪里攻破····· (167)
96. 一美元与八颗牙····· (168)

97. 逐步降价销商品	(170)
98. 一流的推销员并非天生	(171)
99. 先予后取	(173)
100. 金表的骗局	(174)





序

营销类图书一直受到读者的追捧。不过，在这浩如烟海的营销类图书中，绝大多数是理论教科书，文字枯燥、晦涩，给读者极大的阅读压力。虽然也有不少案例分析方面的书籍，但又缺乏较强的系统性，且大部分案例背景材料显得过于冗长，读者阅读起来同样感到不便。

有鉴于此，我们编写了这套《九颂营销大智慧丛书》。

“九颂”是我们的品牌。作为一个致力于编写营销类专业图书的机构，“九颂”将以独特的视角、全新的思维来观察营销世界所发生的一切，并愿与广大读者一起去追寻营销的真谛。已经出版的《九颂营销经典 100 系列》和呈现在您面前的这套《九颂营销大智慧丛书》，正是我们追寻营销真谛征程的开端。

《九颂营销大智慧丛书》由《谁能把梳子卖给和尚》、《谁能把斧子卖给总统》、《谁能把鞋子卖到非洲》等书构成。每本书精选了国内外最经典的 100 例营销故事并给予营销专业点评，以便读者在欣赏故事的过程中体味卓越的营销智慧。这些精彩的故事，有的已历经百年，许



Who can sell an axe to the president

多营销大师都在这些故事中获益匪浅，并在自己的实践中创造出新的营销奇迹。卡内基、艾柯卡、戴尔、福特……这些闪光的名字和那些精彩的营销故事一起，在时间的长河中散发出夺目的光芒，给一代又一代营销人以莫大的启迪。

如今，我们将这些闪光的名字和精彩的故事一并奉献在您的面前。让我们一起循着智慧的轨迹，去体味营销世界的神奇。

《九颂营销大智慧丛书》主编 赖丹声

2002年8月于深圳

谁能把斧子卖给总统

1. 谁能把斧子卖给总统
2. 三个推销代表的境遇
3. 足球赛场上的草皮
4. 只贷一美元的犹太商人
5. 一加一大于二
6. 心中的金矿
7. 价值百万元的一课