

HOW TO BECOME A RAINMAKER

杰弗瑞·福克斯告诉你

如何成为

造雨人

50 条搞定顾客的成功秘诀

推销赢家手册

EMBA 学不到



JEFFREY J. FOX

世纪出版集团上海人民出版社

如何成为造雨人

50 条搞定顾客的成功秘诀

推销赢家手册

EMBA 学不到



【美】杰弗瑞·福克斯 著

刘永毅 译

世纪出版集团上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

如何成为造雨人:50条搞定顾客的成功秘诀;/(美)福克斯(Fox, J. J.)著 刘永毅译.

—上海:上海人民出版社,2003

书名原文:How to Become a Rainmaker

ISBN 7-208-04456-2

I. 如... II. ①福...②刘... III. 企业管理:销售管理

IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 093974 号

特约编辑 耿 静

责任编辑 秦爱华

封面装帧 李洪波



世纪文景

如何成为造雨人

——50条搞定顾客的成功秘诀

[美]杰弗瑞·福克斯 著

刘永毅 译

出版发行 世纪出版集团 上海人民出版社出版、发行
(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

经 销 新华书店上海发行所
印 刷 商务印书馆上海印刷股份有限公司

开 本 787×1092 毫米 1/32

印 张 5.5

插 页 2

字 数 68,000

版 次 2003 年 1 月第 1 版

印 次 2003 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-208-04456-2/F·956

定 价 16.80 元

HOW TO BECOME A RAINMAKER:

The Rules For Getting And Keeping Customers and Clients

by Jeffrey J. Fox

Copyright © 1999 by Jeffrey J. Fox

Published by arrangement with

Doris S. Michaels Literary Agency, Inc.

Simplified Chinese translation copyright©2003

By Century Publishing Group of Shanghai

ALL RIGHTS RESERVED

致

凯瑟琳·M. 福克斯
多萝西和莫德斯托·布鲁诺尼

“因为造雨人有时也需要雨伞”

目 录

开场白 1

• 一 •

造雨人守则 4

• 二 •

为什么顾客要和我们做生意? 6

• 三 •

遵从行销的第一戒律 8

• 四 •

顾客才不在乎你呢 10

• 五 •

商业拜访前先备妥计划 13

• 六 •

到大鱼的地方钓鱼 17

如何成为造雨人

• 七 •

“秀”钱给他们看 20

• 八 •

地震也不管 24

• 九 •

销售必胜绝技（一） 26

• 十 •

挑餐厅最舒服的椅子坐 28

• 十一 •

在销售会面时千万别喝咖啡 31

• 十二 •

午餐约会不是去吃午餐的 34

• 十三 •

衬衫口袋里别放笔 36

如何成为造雨人

• 十四 •

销售必胜绝技(二) 39

• 十五 •

造雨人把顾客的异议变为共同目标 42

• 十六 •

把现在的工作变成下一件工作的起点 45

• 十七 •

将每一个人都视为潜在客户 47

• 十八 •

注意最明显的成交信号 51

• 十九 •

销售必胜绝技(三) 53

• 二十 •

每天尽可能地回电 57

• 二十一 •

了解交易成功的算式 60

• 二十二 •

小心时间和区域管理的迷思 64

• 二十三 •

品酒会前先尝酒 66

• 二十四 •

敢当傻瓜 69

• 二十五 •

始终作投资回报分析 72

• 二十六 •

别忘记：每个人都有关系 75

• 二十七 •

听出话中话 78

• 二十八 •

“洋葱化”的目的 81

• 二十九 •

不想知道答案，就不要提问题 85

• 三十 •

没有在开会 87

• 三十一 •

报告像作秀，拍案才有钱 89

• 三十二 •

对保姆的忠告 91

• 三十三 •

销售必胜绝技（四） 94

• 三十四 •

施与取 97

• 三十五 •

周五下午的销售 101

• 三十六 •

在商业会谈结束前“破冰” 104

• 三十七 •

每天都用点数系统进行规划 107

• 三十八 •

能往球门射球就是好事 109

• 三十九 •

不要冷拜访 113

• 四十 •

看要全面，卖要从头 115

• 四十一 •

口有食，请勿言 118

• 四十二 •

销售必胜绝技（五） 121

• 四十三 •

我爱语音信箱 123

• 四十四 •

把车停到后面 127

• 四十五 •

立志成为今天的“最佳服饰先生（女士）” 130

• 四十六 •

早餐会钓钱 132

• 四十七 •

这是我的名片 135

• 四十八 •

销售必胜绝技（六） 139

• 四十九 •

成功交易前的十件必做之事 141

• 五十 •

如何认出造雨人 143

附录：如何货币化 147

个案研究：K 先生 152

收场白 161

开场白



如果贵机构要有所收益，
请好好读这本书。

美国印地安人对造雨人特别尊崇。造雨人运用神奇的力量，使甘霖普降，滋养万物，民有所养。缺乏雨水，人民将羸弱衰竭、濒临死亡，或者被迫迁徙、流离失所。

而在现代，“造雨人”是指能为他所服务的机构带来收入的人——不论这个机构是营利机构还是非营利组织。收入来自于顾客及捐赠者，它是一个组织的活水源头，少了它，这个机构就会衰亡。

顾客的钱，就是雨水。

“造雨人”这个名词常被服务业的专业人士所引用，例如律师、会计师、咨询员以及从事金融投资业、广告业和建筑业等行业的专业人士。在这些行业中，造雨人是公司中负责带进新顾客、创造新生意的少数成员。

最出色的造雨人，也是每一行业中公司以最高薪聘用的员工。他们可能有各种头衔：业主、合伙人、校长、推销员、执行经理、经纪人、总监以及募款人。如果你以成为造雨人为个人职业生涯的志向，这本书可以帮你达到这一目标。

还有另外一种造雨人，他可能是一名员工、一名助理、一位同事或一名团队成员。每位员工在某种程度上都会参与发掘、吸引、获得及维持顾客的工作。本书所提供的忠告比较偏向于针对推销员，但如果你的工作也会接触到顾客，或是和接触顾客的同事一起合作，本书会使你的工作更有效率。你也可以将你的想法先行在内部沟通，将你的构想“兜售”给你的组织。

在任何行业或组织中，最重要的成功因素就是要顾客。这比商业概念、产品、设备、建筑、财务或是员工等都重要。因为顾客的钱支付了每个人的薪水，以及退休金、工会会费、红利、带薪休假、健康保险、电脑和办公室家具等的支出。顾客可能有着不同的面貌：会员、学生、追星族、士兵、社区居民及病人等。不管你如何称呼顾客，没有他们，任何组织都无法存活。

因此，在一个组织中，每名员工不变的工作，是以直接或间接的方式获得和维持顾客。这是没有例外的事实！

每名员工的工作是协助组织赚到钱，使顾客不断上门，让他们不断光顾。

本书就是如何销售、如何造雨的秘方，它可能带来倾盆大雨或毛毛雨，也可能是微风细雨或暴风雨。如果你的组织需要收入，如果你想变成组织中至尊的头号人物，那么，就请仔细阅读这本书吧。

造雨人守则



- 任何时候都要重视顾客。
- 把顾客当作你最好的朋友。
- 倾听顾客的需求，查明他们最细微的需要。
- 制造顾客所需要的东西。
- 把你的产品价值货币化。
- 将顾客能得到的东西货币化，并展示给顾客看。
- 鼓励顾客要求他们需要的东西。
- 使你的产品呈现出顾客想要的样子。
- 在顾客需要的时候，将产品交给顾客。
- 给顾客期望之外的东西。