

屈云波 主编

SELLING IS EVERYONE'S BUSINESS

打造销售精英

美国51万人使用过的销售精英教练手册

2位美国顶级销售培训专家合著

50年销售和培训领域经验提炼

500000多名销售人员、10000多名销售经理和销售教练聆听过作者的培训

找个安静的地方，聚精会神地读上2小时，你会感激作者

Steve Johnson Adam Shaivitz 著

胡利杰 王林建 刘辉 译

WHAT IT TAKES TO CREATE
A GREAT SALESPERSON



SALES TRAINING IN
THE 21ST CENTURY

打造销售精英

美国近千万人使用过的销售精英训练手册

《销售精英训练手册》作者

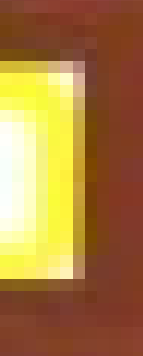
《销售精英训练手册》作者

《销售精英训练手册》作者

《销售精英训练手册》作者

《销售精英训练手册》作者

《销售精英训练手册》作者



机械工业出版社

Plmkt 执行力销售图书
www.plmkt.com
中国最棒的人力资源培训机构

屈云波 主编

SELLING IS
EVERYONE'S BUSINESS

打造销售精英

美国51万人使用过的销售精英教练手册

2位美国顶级销售培训专家合著

50年销售和培训领域经验提炼

500000多名销售人员、10000多名销售经理和销售教练聆听过作者的培训

找个安静的地方，聚精会神地读上2小时，你会感激作者

Steve Johnson Adam Shaivitz 著

胡利杰 王林建 刘辉 译

WHAT IT TAKES TO CREATE
A GREAT SALESPERSON



企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



WILEY

图书在版编目(CIP)数据

打造销售精英:美国 51 万人使用过的销售精英教练手册/(美)约翰逊,(美)谢维茨著;胡利杰,王林建,刘辉译. —北京:企业管理出版社,2007.8

ISBN 978-7-80197-799-1

I.打… II.①约…②谢…③胡…④王…⑤刘… III.销售-方法-手册 IV.F713.3-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 115435 号

Selling is Everyone's Business: What it Takes to Create a Great Salesperson

ISBN 978-0-471-77673-4

Copyright © 2007 by Steve Johnson and Adam Shaivitz. All rights reserved.

John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

The Simplified Chinese Translation edition Copyright © 2007 by The Enterprise Management Publishing House. For sale in the People's Republic of China only.

No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, or stored in a data base or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

All Rights Reserved. This translation published under license

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号图字 01-2007-3627 号

书 名:打造销售精英——美国 51 万人使用过的销售精英教练手册

作 者:史蒂夫·约翰逊(Steve Johnson),亚当·谢维茨(Adam Shaivitz)

译 者:胡利杰 王林建 刘 辉

责任编辑:张 蕾

书 号:ISBN 978-7-80197-799-1

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:100044

网 址:<http://www.emph.cn>

电 话:出版部 68414643 发行部 68414644 编辑部 68428387

电子信箱:80147@sina.com zbs@emph.cn

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 13.5 印张 180 千字

版 次:2007 年 10 月第 1 版 2007 年 10 月第 1 次印刷

定 价:35.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

派力营销——

中国营销知识传播和专业营销服务的领航者

引言：屈云波回到派力营销

因为多年身体透支的原因，从科龙合约到期回京后，我给自己彻底放假了4年多，至去年年初身体恢复正常后，才开始认真研究我个人及派力营销的二次创业该怎么做。认真研究后的结论是：作为中国营销知识传播和专业营销服务13年的领航者，派力营销在中国营销界有着非常好的商誉、品牌和客户积累，而且仍然保持着中国领先的、深厚扎实的营销技术积累和超前的营销理念，我们应该继续专注营销并继续向中国营销人员倡导专业务实和持续成长，但需要做较大的、更具使命感的战略升级！因为中国专业营销服务市场已经进入成长期，总体上中国企业和营销人员对专业营销人才、知识和信息的市场需求既扩大了又加深加宽了，质量要求也逐步提高了，但派力营销应该、也完全有能力迅速回到中国营销知识传播和专业营销服务行业领导者的位置！

过去：派力营销曾是中国营销的启蒙者

派力营销创办13年来，始终不忘自己的立业宗旨和经营理念，那就是“传播专业营销，伴您健康成长”和“踏踏实实做人、扎扎实实做事”（现在是“等价交换，互信互敬”）。正是靠着这一信念的支撑和鼓励，一代又一代派力人在中国营销进步带来的动力和压力下，以铺路石的精神和领航者的定



位发展到了今天,以一个小公司力所能及的营销知识传播方式(图书、多媒体、文章、讲座、培训、咨询等),赢得了500万个中国营销同仁“中国营销的启蒙者”的肯定和鼓励;同时,派力营销及派力营销历届同仁也赢得了与品牌和能力相匹配的市场价值。

未来:派力营销将是中国营销的成长伙伴

企业需要不断发展、营销人需要不断成长,这其中必然伴随着持续的、不断进步的各类专业营销服务需求。派力营销经过一年时间的慎重研究,



决定实施战略升级——即由过去“中国营销的启蒙者”升级为“中国营销的成长伙伴”。具体而言就是由过去的“大众入门水平的营销知识传播(图书、多媒体、文章、讲座、培训、咨询等)”,转向以“分众分层次的营销成长服务(营销管理咨询、营销人员培训、营销人才服务、营

销知识传播)”,并借助于“派力营销在线(战略目标是成为中国最具商誉的、最大的市场营销人才、市场营销知识和信息交易平台;第一阶段的主要业务是营销人才中介和营销知识交易)”及其他新的营销工具,以及不断提高的产品和服务质量,使派力营销一步一个台阶地成为中国营销界越来越信赖的成长伙伴。

当然,派力营销的战略升级需要很多新老朋友的支持和参与,尤其是志同道合的同业及同业人才,欢迎您们以各种可行的方式合作及加盟进来。

北京派力营销管理咨询有限公司合伙人

派力营销在线发起人

屈云波

2007年5月18日

鸣谢

我们感到非常幸运，因为本书在成书前、成书中和成书后都有这么多培训师、顾问和朋友支持我们。

致我们的同事：鲍勃·科克利 (Bob Coakley)、查德·卡登 (Chad Carden)、马克·诺曼 (Mark Norman)、纳特·布鲁克斯 (Nate Brooks)、鲍勃·戴维斯 (Bob Davis) 和杰克·利茨费尔纳 (Jack Litzelfelner)——谢谢你们。我们对你们中的每一个人表示深深的敬意。

向每天在我们的办公室忙里忙外的唐·米切尔 (Dawn Mitchell) 和多尼·基斯特勒 (Donene Kistler) 致谢。

向西莉亚·罗克斯 (Celia Rocks) 和多蒂·德哈特 (Dottie DeHart)，以及 Rocks-DeHart 公关部的所有人员致谢。

对拉里·亚历山大 (Larry Alexander)、马特·霍尔特 (Matt Holt)、香农·瓦戈 (Shannon Vargo)、凯特·林赛 (Kate Lindsay) 和约翰·威立公司的团队给予我们的指导和信息回馈表示感谢。

感谢 the Next Level 公司的所有客户。没有你们，我们不会走到今天。我们很幸运地拥有最好的客户。

(史蒂夫) 谢谢我的妻子伊丽莎 (Elisa)。婚后 8 年来她一直坚定地支持我。

感谢世界上两个最为与众不同的孩子，马修 (Matthew) 和安娜 (Anna)。他们总是让我感到生活的真正意义所在。

感谢我的父母，阿尔 (Al) 和唐纳·约翰逊 (Donna Johnson)。他们永



远是儿子心中最完美的偶像。

感谢亚当·谢维茨的顽强意志和完成本书过程中的合作。

(亚当)戴维·贝埃达 (Dave Baiada)、豪伊·布兰克 (Howie Blank)、多萝西·D·乔伊 (Dorothy D. Choi)、布赖恩·戈德堡 (Brian Goldberg)、斯科特 (Scott)、克雷格·霍克泰特 (Craig Hochstadt)、尼迪亚·吉拉特 (Nitya Kirat)、杰米·米恩特斯 (Jamie McIntosh)、布雷恩·纳福德利 (Brian Nafataly)、凯文·普利茨 (Kevin Pryse)、麦特·塞尔戈尼克 (Matt Saiganik)、鲍比·圣凯兹 (Bobby Sanchez)、科斯·史库茨 (Keith Schultz)、默尔·威廉姆斯 (Mel Williams)、布瑞恩·沃尔海姆 (Bryan Wollheim) 和默·特拉维 (Mo Zahrawi)。谢谢你们一直以来的鼓励和幽默感。

感谢史蒂夫·约翰逊与我在这个项目上的合作，以及你给予我的每个成功的机会。

感谢我的外祖母伯妮斯和祖母布兰切。无论我做什么，她们都非常感兴趣，都支持我。

感谢麦丽莎·费尔顿送给我的全世界最精美的饼干，以及你一贯的乐观精神和深夜给我打来的鼓励电话。

感谢杰夫。每当我陷入困境不能自拔时，他总是让我看到事情光明的一面。

感谢爸爸妈妈——你们两位是我最好的生活教练。

前言

在年度大学橄榄球赛第四场比赛中打成平局，这对教练来说是一个具有挑战性的形势。这是本赛季与球队最强劲对手之间最重要的一场比赛（其对抗性相当于俄亥俄州立队 - 密歇根队）。比赛在 12 月初拉开帷幕，场地上覆盖着积雪。球队的首发四分卫在这场重大比赛前的周四训练中拉伤了脚踝，候补四分卫在第四场比赛之初就肩部受伤，球队退回到自己半场的 10 码线之内。教练沿着边线径直向第二候补四分卫走去，这是一名没有经验的新球员，在整个赛季中都没有给中锋传过一次球。他正在那里冻得瑟瑟发抖呢。教练的指令非常明确：“我们需要你，孩子。这是你大展身手的机会了。带着球进攻三次，等到第四次的时候，你就踢悬空球。” 这名四分卫点点头，一路小跑到球员们拥作一团的球场上。第一次进攻的时候，他将球传给后卫，后卫沿着右底跑了 20 码。在接下来的一次进攻中，他又将球传给后卫，后卫又沿着左底跑了 30 码。在下次进攻中，他将球再次传给后卫，后卫直接跑到中场，整整 40 码。在这个点上，球已经进了对方 10 码线。到了第四次进攻的时候，在中锋抓到球之前，这名四分卫退后做好踢悬空球的姿势。他远远地将球传给中锋，却将球踢出了运动场外。当他小跑至边线时，教练正在那里等着他。教练抓住这名四分卫的垫肩，咆哮道：“孩子！你到底在那里想些什么？” 四分卫回答道：“我在想，我们的教练一定是世界上最愚蠢的教练！”

在这个案例中，这名教练是一位没有影响力的教练。我们确信，只要执行得当，训练工作是能产生很好的效果的，本书所探讨的就是这个



问题。我们认为，在一名优秀销售人员诞生的过程中，训练工作是至关重要的一个环节。因此，无论你是训练别人，还是接受别人的训练，或是进行自我训练，这本书都很有用！

我们为什么写这本书？

销售无所不在。如果你的工作是转移产品、服务或理念，无论它们是有形的还是无形的，无论是从事内部销售还是外部销售，也无论你进行电话销售还是面对面销售，你所做的就是销售工作。即使你不是一名职业销售人员，你也难免会试图说服某个朋友或自己的伴侣去看某部电影或去某个餐厅吃饭，或者试图向孩子说明做家庭作业的好处，或者试图向同事推荐某个想法，或者试图让他人为你的创意进行投资，或者躺在床上挣扎，说服自己应该早起工作，所有这些都是在进行销售。每一个人都需要具备一种销售能力。

我们会让你知道成就一名优秀的销售人员应具备哪些素质。尽管有一小部分人天生就是优秀的销售人员，但我们认为大多数人都是从销售训练中提升自身能力的。不论通过哪一种途径，本书都会使你成为一名优秀的销售人员，让你的销售团队成为一支优秀的队伍。

由于销售机构类型的不同，优秀销售人员的特征在某种程度上也会有所差别。以下是我们认为的优秀销售人员的一些特征：

- 他们时时刻刻都想着超越销售目标。
- 他们希望成为团队及企业里他人的榜样。
- 他们以支持公司整体策略的方式代表公司形象。
- 他们寻找独特方式来完善自己及团队。
- 他们不断地要求自我进步。

以上内容只是我们根据对一流销售人员的观察所得出的一些优秀品质。任何一位专业销售人员都明白，具备这些优秀品质并非易事。

本书充分考虑了当今工作环境下所面临的诸多因素与挑战。

- 在如今的工作场所里，Y一代(18-22岁)、X一代(23-37岁)、婴儿潮一代(38-57岁)与老年人(58岁以上)齐聚一堂，工作场所的活力与差异性达到前所未有的水平。如今成功的教练与销售人员必须能够根据不同人群，采取不同的优先方式。

- 如今的沟通技术与手段也比以往任何一个时候都要发达。这在为专业销售人员创造大量机会的同时，也产生了不少问题。并不是很容易找到理想的沟通方式与销售人员或教练进行交流。有时候，面对面沟通的效果要比电子邮件或语音信箱等方式更加理想。

- 各个行业的竞争日渐激烈。因此，专业销售人员在提高投资回报率、从现有客户获取更多回报以及寻找新途径达成更多交易等方面都面临着挑战。

当有些人已经用一些好方法取得个人或团队成功的时候，还有许多销售教练及销售人员仍在为此苦苦挣扎。不论你是一名销售教练，或是一位教练，还是在进行自我训练，本书都希望将真正的顶级销售教练的最佳训练方案传授给你。

本书为谁而写？

本书适合于所有从事销售工作的人，尤其是那些必须通过他人业绩来完成目标的人。如果你属于以下人群中的一员，本书就是为你而创作的：

“我们都需要一些指导。我们在进行比赛的时候，很难面面俱到。”

——演讲家兼作家

吉姆·罗恩



- **希望开始销售生涯的人。**由于销售工作是掌握自己命运的大好机会，每年都有数千人踏入这个行业。
- **企业家、企业主或独立销售人员。**你将学到如何确立责任标准，如何检验自己与世界最优秀销售人员之间的差距。
- **销售员。**你可以将本书中的观点带入公司，或利用管理技巧进行自我管理并提高自己的业绩。
- **销售教练。**你带领着一支销售团队，并希望能够不断提高团队销售业绩。
- **销售主管。**你对带领销售团队的销售教练进行监督，因此你一直在留意可以提高企业销售业绩的一流方法。

我们是谁？

我们是一家销售培训与咨询公司——The Next Level 销售咨询公司——的负责人。过去几年里，与我们合作的销售团队及销售教练多达数千人次，在与这些客户接触的过程中，我们掌握了大量关于一名销售教练应该做什么，不应该做什么的具有说服力的故事与实例。我们开始意识到我们的客户与市场需要一个基础的最优方法销售“入门”指导工具。企业都知道最为快捷的完善销售人员的途径就是提高销售教练的水平，因为教练拥有最大的影响力。销售教练的水平一旦有所提高，其销售人员的水平势必会有所改善。但对大多数人来说，问题在于，训练是一个含糊无形的概念。与其他复杂的主题一样，理论纵然很多，但真正有效的却寥寥无几。本书将“训练”具体有形化，并以简单的方式进行阐述以方便读者操作。

销售与销售指导属于两个职业，对这两个职业来说，信誉都极其重

要。这是因为一流销售人员与销售教练所挣的钱都要比平庸的从业人员多，因此这些一流人员的行为就成了大家竞相学习和模仿的对象。本书是以 the Next Level 销售咨询公司负责人进行的调查结果为依据的，他们全都拥有丰富的销售与销售指导经验，其中包括：

- 旗下拥有 1 000 名销售人员的全球销售培训机构中，业绩达到前 1% 的销售人员。
- 在旅游业销售与销售指导的职位上平步青云的销售人员。
- 在教育行业及制药业的销售、销售指导及营销职位上都取得最好业绩的销售人员。
- 在销售培训领域有着很高造诣的销售人员，同时也是企业家。

目前，我们与众多大小企业都有合作，其中包括自动数据处理系统 (ADP) 公司、A.G.Edwards & Sons 公司、Adelphia 有线电视公司、全国信贷公司、汽车租赁公司、洛杉矶快船队、Maly's、摩根斯坦利、Piper Jaffray 投资银行、RBC Dain Rauscher、瑞银集团财务公司、Vanguard 投资管理公司。针对这些业务范围广泛的客户，我们提供多种服务，比如确定最优方法、设计销售、服务改进方案、促进教练带领的培训项目、与销售主管及销售教练一起实施追踪计划、记录投资回报结果以及发表主旨演讲。

通过这些经验，the Next Level 公司在 50 多年的时间里，已经与 50 多万销售人员以及一万多销售教练和主管有过合作。因此，有必要申明，书中的观点并不都是源于我们的，我们有幸遇到成千上万名才华横溢的销售人员，并从他们身上学到一些精妙绝伦的方法，现在，我们才有资格与大家一起分享这些经验。



◆ 本书中有什么？

这是一本实用的，具有可读性的书。书中包括大量真实案例和成功事迹，它们均来自于我们的客户以及我们自己多年来在销售与销售指导方面的经验。我们倍感幸运，因为我们在 the Next Level 公司的工作就是每天与从事销售指导工作的人打交道。我们认为读者你们也是幸运的。如果你在一家销售机构工作或者身为一名企业家(许多人认为企业家是销售人员的终极目标)，你将会发现本书不仅与你息息相关，而且易于执行。

本书的内容可以简单地用一句话概括为：大部分章节都主要集中在如何成为一名培养优秀销售人员及销售团队的优秀教练上。多数章节还分别从销售教练与销售人员两个不同的角度去谈论同一主题。

◆ 阅读本书会有什么收获？

在动笔创作本书的前几个月，我与我的祖母共进晚餐。她询问我最近的工作情况，于是我把创作本书的消息告诉她：

亚当：今年夏末我打算写一本书，这应该会是一次有意思的体验。

祖母布兰奇：是吗？是关于哪方面的？

亚当：销售指导。我想我到时候会送给您一本。您会读吗？

祖母布兰奇：亚当，我非常爱你，我会读这本书的。但是我想，读不读它对我来说完全没用。

显然，我的祖母是一位“实事求是”的女性，我欣赏这一点。谈话之后，我为了这个善意的提醒，特地向我的祖母布兰切表示了感谢，我想，在读者开始读这本书之前，我应该强调阅读本书的好处。幸运的是，我还有一位外祖母伯尼斯，我与她也有过一次类似的交谈，这次我有所

准备，并打算向她介绍一些好处：

亚当：外婆，我正打算写一本书，现在可兴奋呢！

外祖母伯尼斯：是吗？很好。

亚当：这对你来说是件好事，到时候我会送你一本，你读完之后可以向朋友们炫耀炫耀，夸夸我。

外祖母伯尼斯：我的朋友们都已经知道你有多么出色了。但是，也许我读了这本书之后，能够真正了解你到底靠什么为生了。

我向外祖母伯尼斯介绍了阅读本书的好处，而她自己则看到了更多潜在的好处。就像我的两位祖母，阅读本书会花费你宝贵的时间，你不禁会问：“这本书值得一读吗？”有意思的是，当我坐在这里写这些内容的时候，我也在想：“我到底值不值得花时间来写这些呢？”以下内容是阅读本书的几个益处。记住，无论你是销售新手，还是企业家、销售人员、销售教练，抑或销售主管，这些内容对你来说都适用。阅读本书会让你学会：

- 将个人或团队业绩带到一个新的水平。
- 训练的作用。
- 为自己或团队制定一套训练计划。
- 执行训练计划以及在执行过程中与我们的机构保持互动。
- 将丙队员转变成乙队员，或将丙队员调离机构，乙队员转变成甲队员，以及甲队员转变成未来的公司领导。
- 运用由一些世界顶尖销售机构的高级销售管理人员所使用的最优方法。
- 为自己或团队成员制定一套执行企业计划的系统方案。



- 提高自己或团队的销售活力及效率。
- 无论团队目前业绩如何，提供激励和启发他们的反馈意见。
- 通过培训，将业绩突出者的技巧与最优方法传授给团队其他成员。
- 在销售团队内部营造一个认可业绩突出、反对平庸的环境。
- 使用可带来更多成功并让工作和个人生活更加有趣的方法。
- 在受爱戴程度、声誉及收入等方面，都成为一个成功人士。

整装待发！

大部分成功的销售人员都相当自信。如果你和大多数销售人员一样（就像我们一样），你会认为自己已经无所不知。幸运的是，我们有约翰·伍登（他被许多人认为是史上最伟大的教练之一），他让我们始终脚踏实地。为了能够从本书中有所收获，你必须考虑三个 A：态度（Attitude）、改造（Adapt）与行动（Action）。如果你抱着“这个观点确实对我或我的销售机构不适用”这个态度来看待本书中的理念的话，这可能是正确的。但是，如果你采取积极开放的态度，在看待新观点的时候也许就会想到：“我如何利用这个观点并对其进行改造，让它与自己的特定情况相适应呢？”你就算把世界上的书全读遍了，但如果不采取行动，结果仍然不会有所改变，因此你必须从实际的角度利用本书观点来创造变化。在实际生活中，如果你肯花时间采纳一两个好的建议，我们相信你和你的团队成员将会取得很大成功。

“知道什么重要，就去学什么。”

——UCLA 前篮球教练约翰·伍登（他曾带领球队史无前例地拿下十次全国冠军。）

如果你真的渴望成为优秀的销售人员或销售教练，我们建议你继续把本书读完。

目 录

序	1
鸣谢	3
前言	5
第一章 销售指导	1
第二章 规划——指导的基础	15
第三章 目标设定会议	31
第四章 训练	77
第五章 跟踪——“进展如何？”	107
第六章 实地指导	128
第七章 销售会议和碰头会	148
第八章 褒奖	182
第九章 综合运用	195