

How to sell your product or service in 3 seconds or less the irresistible offer

How to sell your product or service in 3 seconds or less the irresistible offer

How to sell your product or service in 3 seconds or less the irresistible offer

荣登《纽约时报》、亚马逊营销类图书排行榜

# 三秒成交

## 让人无法抗拒的销售

《销售与市场》 李颖生  
中国营销学会 范云峰  
中国营销传播网 俞雷

联合  
力荐

How to Sell Your Product or Service in 3 Seconds or Less

〔美〕 马克·乔伊纳 (Mark Joyner) 著  
邓小莉 译

广东省出版集团  
广东经济出版社

WILEY  
Publishers Since 1807

# The Irresistible Offer

THE IRRESISTIBLE OFFER: HOW TO WIN THE HEARTS OF YOUR CUSTOMERS

## 三秒成交

让人无法抗拒的销售

THE IRRESISTIBLE OFFER: HOW TO WIN THE HEARTS OF YOUR CUSTOMERS

THE IRRESISTIBLE OFFER: HOW TO WIN THE HEARTS OF YOUR CUSTOMERS

THE IRRESISTIBLE OFFER: HOW TO WIN THE HEARTS OF YOUR CUSTOMERS



## 图书在版编目 (CIP) 数据

三秒成交 / [美] 马克·乔伊纳著; 邓小莉译. —广州: 广东经济出版社, 2006.12

ISBN 7-80728-438-2

I. 三… II. ①马…②邓… III. 销售 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 126176 号

版权登记号 图字:19-2006-055 号

**The Irresistible Offer: How to Sell Your Product or Service in 3 Seconds or Less**  
Copyright © 2005 by Mark Joyner

This edition published by arrangement with John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

This translation published under license.

All rights reserved.

本书中文简体字版通过**中资出版社 (Grand China Publishing House)** 授权广东经济出版社在中国内地地区出版并独家发行。未经出版者许可, 任何单位和个人不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	深圳市福威智印刷有限公司印刷 (深圳市南山区南油物业工业区 3 栋)
开本	787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印张	13 印张 2 插页
字数	139200 字
版次	2006 年 12 月第 1 版
印次	2006 年 12 月第 1 次
书号	ISBN 7-80728-438-2/F · 1473
定价	28.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: (020) 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼 邮政编码: 510075

(广东经世图书发行中心) 电话: (020) 37601950

营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问: 廖朝锋律师、刘红丽律师

· 版权所有 翻印必究 ·

封底无“短信中奖防伪标”均为盗版  
短信查伪中奖方法见本书最后一页

# 三秒成交

三秒钟成功进行一次销售，可能吗？

《三秒成交》这本书提出了一个核心观点：无法抗拒的销售。它不同于传统的强迫式销售，它不是一次性特价销售，不是各种促销手段，不是“独特的卖点”。它将传统销售从针对客户的角度转换到产品和客户之间的平衡点上来：给客户提高投资回报的产品；提供一个良好的检验标准——卖什么东西，值多少钱，客户可以从中得到什么，你是值得信赖的吗；如何证明你是可以信赖的。

作者用达美乐比萨的例子来阐释了什么是无法抗拒的销售——“30分钟内送到，否则免费”。热气腾腾的比萨对于饥肠辘辘的人来说是一项高投资回报的产品；其检验标准是：新鲜出炉的比萨将在30分钟内送到，否则免费；如何证明你是可以信赖的呢？如果送不到，您将免费享用我们的比萨。

此外，作者用大量案例说明了构建适合自己的无法抗拒的销售的强大原则以及实用方法，帮助读者在创建无法抗拒的销售之后，可以进行有效性评估，从而可以做出相应的规划和改变。

一直以来，销售都被认为是关于如何掌控信息，如何控制客户。但《三秒成交》却展现给读者一种崭新的、有效的、符合道理伦理的销售方式，而且这种销售是建立在销售对象而非销售方式上的。作者不是让读者去控制客户，而是让读者去掌控自己的销售。这样客户才会发现你的销售以及你的公司真正是无法抗拒的。

总策划：毛世屏  
执行策划：中资海派  
责任编辑：黄一霜  
装帧设计：黄二郎  
排版：瞿志彦

## 作者简介



Mark Joyner

马克·乔伊纳是伊索营销公司（Aesop Marketing Corporation）的前任CEO，同时也是www.mindcontrolmarketing.com网站的创始人，是电子商务领域的一位先锋人士。

他曾是一位美国陆军军官，也在冷战期间为美国军事情报部门工作多年，后来又一个人白手起家成立了伊索公司，并且把这个最初只有他一个人的公司发展成为收入高达数百万美元、客户遍及全球各地的知名公司。

马克开创了许多互联网营销技术的先河（如：远程主机广告追踪、远程锁定客户端ASP模型），如今这些技术在互联网上广为应用。业界普遍认为，在他的推动下，电子书籍才得以广泛普及。此外，他还推出了许多访问量高居全球前100位的网站，并于1994年完成了一部下载量高达100万人次的电子书籍。

在离开伊索公司后，马克把大部分精力都投入到了写作和个人咨询工作上，客户对他每小时2000美元的个人咨询业务非常满意。

马克的学士学位是心理学专业，后来在美国国防部语言学院（Defense Language Institute）进修，在美国陆军服务期间对美国政府和韩国政府都有重大贡献，其工作曾获得美国陆军、韩国军方、韩国总领事馆、美国国防部语言学院及美国总统的嘉奖。

欲知更多马克详情，  
请到[www.markjoyner.name](http://www.markjoyner.name)网站注册  
索要其免费时事通讯。



中资海派商务管理（深圳）有限公司  
GRAND CHINA HAPPY BUSINESS MANAGEMENT LTD.

销售热线：0755-25970306  
投稿邮箱：My007@126.com

## 名家推荐

“我是世界上阅读速度最快的读者（得到吉尼斯纪录的认可），阅读过当前商务、营销领域内的所有书籍。其中马克·乔伊纳（Mark Joyner）的《三秒成交》给读者指明一条准确通往商业成功的道路。如果你想获得商业利润（不管你的公司大小），那么《三秒成交》这本书则将为你开启赢利之门。”

——霍华德·伯格（Howard Berg），“世界上阅读速度最快的读者”，  
《极速阅读》（*Maximum Speed Reading*）一书的作者，详见 [www.mrreader.com](http://www.mrreader.com)

“在三秒钟实现销售？当然是！马克·乔伊纳展示了如何轻松实现无法抗拒的销售，从而获得成功。你将学会如何在客户心中获得一席之地。不要让你的竞争对手赶在你之前得到这一秘密。”

——肯里克·克里夫兰（Kenrick Cleveland），《最大说服力》  
（*Maximum Persuasion*）一书作者，详见 [www.maxpersuasion.com](http://www.maxpersuasion.com)

“马克·乔伊纳是一位非常聪明、非常成功的网络营销人士，更重要的是他还真正懂得诚实守信、正直为人的价值。《三秒成交》这本书一定会让你大开眼界，让你认识到销售工作中极其重要却又经常被忽视的东西。在书中，他提出了如何找到完全免费的销售回报这一绝无仅有的规则——所以，这本书是完全值得购买的。”

——谢尔·霍罗维茨（Shel Horowitz），《有原则的获利：客户第一的行銷》（*Principled Profit: Marketing That Puts People First*）一书的作者以及国

际商业道德规范的发起人之一，详见 [www.principledprofits.com](http://www.principledprofits.com)

“如果我只能选择向一位当代营销大师学习，那么这位大师非马克·乔伊纳莫属。每个渴望实现商业成功的人都应该阅读《三秒成交》这本书。”

——兰迪·吉尔伯特 (Randy Gilbert)，“前摄心理学博士”，  
“成功内幕”节目的主持人，详见 [www.TheInsideSuccessShow.com](http://www.TheInsideSuccessShow.com)

“《三秒成交》这本书妙不可言，与市面上很多市场营销理论书籍大不相同。在这本书中，马克·乔伊纳展示了经真实环境测试且被证明是非常有效的营销策略。任何人，只要遵从书中的原理，产生立竿见影的效果。”

——肖恩·凯西 (Shawn Casey)，《在网上淘金》  
(*Mining Gold on the Internet*)一书的作者，详见 [www.ShawnCasey.com](http://www.ShawnCasey.com)

“马克·乔伊纳发现了被众多营销书籍忽略的一个环节，强调了让潜在客户做出购买行为的最为重要原因之一——运用无法抗拒的销售。无法抗拒的销售是让潜在客户决定购买某一产品或服务的推动力，这一话题虽然重要却常常被人忽视，迄今为止尚无一本书以此为核心内容。马克·乔伊纳把实现无法抗拒的销售中所必须了解的心理因素，简单易懂地给予了说明。我希望各位都能阅读这本书。”

——乔·休格曼 (Joe Sugarman)，  
Blublocker 公司主席，详见 [www.blublocker.com](http://www.blublocker.com)



“在《三秒成交》这本书中，马克·乔伊纳不仅循序渐进地介绍了如何构建卓有成效的销售，从而使竞争对手相形见绌，而且其真谛在于他讲到如何打磨出史无前例、不可阻挡的销售，从而彻底击溃竞争对手。也许你和我一样，也曾认为自己永远不能卖出任何东西，那么在阅读这本处处充满真知灼见、实践性强的书之后，你绝对不会再遭遇失败了，除非你无动于衷。”

——堂娜·奈特 (Donna Knight)，咨询师，

[www.EbbkQueen.com](http://www.EbbkQueen.com) 的创始人

“《三秒成交》这本书非常不错，将改变你的公司以及你的个人生活。本书中所提到的原则是我所学习过的获得成功的最简易、最有效的方法。如果遵照书中的建议，你将拥有源源不断的、心满意的客户，他们迫切地想从你这里一次又一次地购买。马克·乔伊纳的这本新书是一本很好的关于如何做生意的教科书。”

——理查德·韦伯斯特 (Richard Webster)，出版过八十多本书，其中包括《七个成功的秘密》(Seven secrets to success)，详见 [www.psychic.co.nz](http://www.psychic.co.nz)

“天才！马克·乔伊纳站在众人的肩膀上，向对市场营销感到迷惑不解的人们展示了被他们忽略的内容。只有像他这样的大师级人物才能把这样的内容阐述得如此清晰，以至于我们完全被这些文字迷住了，贪婪地阅读着每个字眼。这本书揭示了整个营销过程的关键，也列举了行业巨头的亲身事例，教会了读者获得巨额财富的技能。我们对这本书会爱不释手，书中一次又一次的‘重拳出击’让我们为之着迷，每读完一页，我们都惊叹不已。”

——斯凯·曼格鲁姆 (Skye Mangrum) 及詹森·曼格鲁姆 (Jason Mangrum),

“全球首个展示软件发明人”, 详见 [www.usemanifestsoftware.com](http://www.usemanifestsoftware.com)

全书从头至尾都是科学的原理和营销策略, 每页都充满了非常实用的技巧以及一些常被人忽略的营销策略。

这本书真是天才之作, 新思路和新观点会让你的公司利润成倍增长。马克·乔伊纳把营销心理和购买者行为饶有兴趣而又颇为平衡地结合在一起。结果, 我再次阅读了各章节, 并勤奋地做笔记, 以便综合运用他的各种观点。

这本书极富感染力, 其涉及的范围远远超出了现代营销学的范畴, 其适用对象包括销售人员、管理人员、教师、为人父母者等等。

我深信, 马克·乔伊纳是当今最伟大的营销大师之一, 这本书以令人着迷的方式展示了很多富有启发性和前瞻性的发现和见解, 让人不得不重新审视公司目前所采用的营销策略, 进行全方位的思考。该书详细描述了我们需要却又忽略掉的东西: 无法抗拒的销售, 真是让人大开眼界。

——乔·索特 (Jeo Soto), NLP 培训师, 详见 [www.persuasiontraining.com](http://www.persuasiontraining.com)

销售是什么？

销售是一种工作。

你可以选择不把销售当作自己的职业，

但是，让我们先回顾一下自己的生活，

在童年时，你是不是就很想讨父母的欢心呢？

在学校里，你是不是很想拥有不错的人缘呢？

在毕业后，你是不是要去竞争更好的工作、更高的职位呢？

此外，你是不是还要追求自己心仪的异性呢？

父母、老师、同事、异性，这些人都是你的销售对象。只不过，你销售的不是一件具体的商品，而是你自身某些方面，甚至你的全部！让我们思考以下这些情形：

和同事讨论一部目前热播的电视剧；

向领导汇报一份即将开展的项目提案；

向客户展示公司新近推出的产品和服务。

这些讨论、汇报和展示的过程，无一不是渗透着销售的影子。销售的各个环节，不时会出现在工作或生活的某一方面！

可见，没有销售意识，就会远离快乐的生活；没有销售能力，就会与成功的工作失之交臂。

可是，如何才能做好销售？如何才能成功的销售自己？我们的销售对象心理在想什么？我们怎么才能打动客户的心弦？如何在最短时

间内迅速打动客户？

也许，有人说，销售无定法。但是，这并非意味着销售毫无规律可循。

在《三秒成交》一书中，马克·乔伊纳讲述了销售最核心的问题，让你能迅速抓住销售的根本，而不会迷失在一些细枝末节之中。比如：当你卖给客户一件东西的时候，客户的心理是怎么样的呢？通过本书中提出的四大问题——第一，要卖给我什么东西呢？第二，需要多少钱呢？第三，为什么我要相信你呢？第四，这个东西有哪些特点是适合我的呢？——马克将帮助你揭开客户微妙心理的神秘面纱。

这四大问题看似简单、平淡，但它们却如同在销售过程中解决客户问题的四把利刃，剑到之处，销售难题迎刃而解。举一反三，这四个问题，还可以应用于其他方面——在申请工作时，可以按照这四大问题的思路考虑如何将自己销售出去；在追求异性时，也可以从这四个问题的角度来揣度对方的心理。

因此，灵活运用作为销售过程中的四大核心问题，不仅能提高我们的销售能力，更会给我们的日常生活带来惊人的变化。

总之，无论是要成就人生，还是成就事业，销售能力都是必不可少的。销售足以影响和改变人的一生。

愿这本书给你启迪，助你行动，推动你人生和事业的成功！

邓小莉

2006年10月16日



如果你希望掌握一种立竿见影的销售技巧，让你的顾客在三秒之内就主动决定购买你的产品或服务，我建议你读此书。

“销售”可以说是个古老而永恒的主题。自从有了商品，“如何让顾客购买产品或服务”就是每个企业时刻都要面临的问题。企业运用各种手段提高竞争力的最终目的只有一个——把产品和服务卖给顾客！没有销售，企业的生命就会终结。因而，企业长期以来都在寻找“如何让顾客购买产品和服务”的“秘方”。

但有些时候，你发现这些标榜为“秘方”销售策略和技巧的应用并没有收到预想的效果，顾客对销售的反应是——“抗拒”：精心设计的产品被顾客认为是垃圾；投巨资打造的广告却招来顾客的冷眼；发出的优惠券和赠品没有带来回头客，却被顾客丢进垃圾箱；大降价的促销活动没有创造销售奇迹，却令企业元气大伤。

那么究竟如何掌握“无法抗拒”的销售技巧，让顾客主动、安心地从你那里购买商品呢？在这本书中，马克详细研究了构成“无法抗拒的销售”的三个要素，即：产品要具备高投资收益性；有一个良好的检验标准——卖什么东西，值多少钱，客户可以从中得到什么好处，你是值得信赖的吗；如何证明你是可以信赖的。他向读者解释了实现“无法抗拒的销售”的三个步骤：创建无法抗拒的销



售，把它展示给有强烈购买欲望的人，把第二轮产品卖给他们。在这本书中，作者向读者介绍的是基于所销售的产品本身的销售，而不是基于销售方式的销售。这和大多数介绍如何操纵顾客的销售书籍不同。作者展示的是如何控制你的销售技巧，而从这一角度解决销售问题，更容易让你的顾客无法抗拒你。这使得该书在林林总总的销售类书籍中独树一帜，确实是一本不可不读的“销售”佳作。这本书稳居亚马逊营销类图书畅销榜达一年之久的纪录有力地证明了这一点。

此外，称其为佳作还体现在以下两个方面：

首先，本书倡导的“无法抗拒的销售”具有很强的应用性，其效果立竿见影。作者马克曾是一名美国陆军军官，他白手创立伊索公司，并将其发展为收入高达数百万美元、客户遍及全球各地的知名公司。马克还是一位网上营销的先锋，他还推出了许多访问量居全球前100位的网站。称其为销售权威不足为过。在本书中，作者将多年的宝贵经验加以总结，对读者实施“无法抗拒的销售”给出了详尽的建议和具体步骤。按照作者的建议，读者可以把有限的资源和时间投入到更有效的营销实践中去。同时，读者也可以从本书的大量案例中找到有益的启示和可以效仿的地方。

其次，这本书的写作风格清晰流畅、轻松幽默，可以让你的学习过程兴趣盎然。按照什么是无法抗拒的销售，什么不是无法抗拒的销售，无法抗拒的销售之要素和原则，如何强化销售，如何实现销售的连续性，销售案例分析和如何做好口碑宣传的顺序，作者作为一名经验丰富的营销专家将无法抗拒的销售技巧娓娓道来。作者还在这本书的开头和结尾加上“做好准备了吗？”和“精华总结”

两部分，大大提高了读者学习的效率，让整个阅读过程成为一次愉快的经历。作者并没有旁征博引地在此书中讲经论道，而是利用了大家耳闻目详的生动事例来说明销售的真谛。虽然这些事例都是美国公司，但由于经济全球化和我国市场经济的高速发展，这些事例对于中国读者并不陌生，在阅读的过程中你也许常会发出会心的微笑，从而让你在阅读本书和使用其中所提到的方法时，变得更轻松。

因此，笔者认为无论是对于企业的管理者、销售人员，还是对顾问培训公司和学者，这本书都是有帮助和启迪的。在使用上，既可以系统学习应用，用于建立全面的销售计划；也可以从中选择性地应用一些立见成效的技巧，提高销售业绩。

希望这本书能够帮助你、你的产品和你的企业提高到让人无法抗拒的层面，若能如此，将善莫大焉。

## 推荐序二

范云峰

中国营销学会副会长  
中国营销管理网创始人

你可以不生产，却不能不销售！那么，就让我们来认识一下什么是销售，什么是无法抗拒的销售。

首先，营销的本质是交换，销售就是用交换来满足双方的利益，实现价值。理想的营销是在洞悉客户需求的基础上，通过有效的沟通，与客户交换价值，实现产品的自我销售。

1960年，汤姆·蒙纳汉在密西根购买了一个叫“Dominick's”的比萨店，从此开始了他的商业生涯。当汤姆想进行业务扩张的时候，这家店的前任老板却不让他使用原来的店名了。于是，他不得不想出一个新店名，这时有个员工建议用达美乐比萨（Domino's），他采纳了。

当初汤姆在购买“Dominick's”比萨店的时候，该店的前任老板只对他进行了15分钟的营销培训。之后，他就亲自经营这家店了。而到了2004年，他一共拥有7000多家比萨店，每年的销售额达到了40亿美元。

到底是什么使得他能将一家默默无闻的比萨店发展到40亿美元的营业额呢？

原因就在于，他推行的是一种“无法抗拒的销售”！



其次，营销是一种自愿的交换行为，自愿是建立在平等和信任的基础之上的，让客户自愿前来交换。

马克·乔伊纳，美国情报部门前任高官，2006年全美最为炙手可热的销售大师。他不仅擅长获取情报信息，更是洞悉客户心理的高手，它能赋予销售人员强大的力量，让他们在客户面前变得不可阻挡。

从情报学的角度来说，人们在面对任何一条信息所做出判断的时间通常只有三秒钟——无论你面对的是怎样的客户，通常情况下，对方只会给你三秒钟时间！

在这三秒钟里，你该做些什么？

这无疑是决定所有销售成败的关键！

在这本《三秒成交》当中，马克·乔伊纳告诉我们，在做出任何一个购买决定之前，几乎所有的客户都会在自己的大脑里展开一场无声的对话，而从销售人员的角度来说，无论你是否希望达成一笔怎样的交易，都必须首先解除客户内心的四个疑问：

你要卖给我什么？

多少钱？

为什么我要相信你？

你的产品到底能带给我什么？

对这四个问题的回答，也就是将客户所能获得的利益明确的告诉他，这样你的销售就会变得势不可挡，客户就会马上打开钱包，立刻签单！

到底应该如何给出答案呢？

在对达美乐、联邦快递、哥伦比亚唱片、福克斯新闻网、美泰