

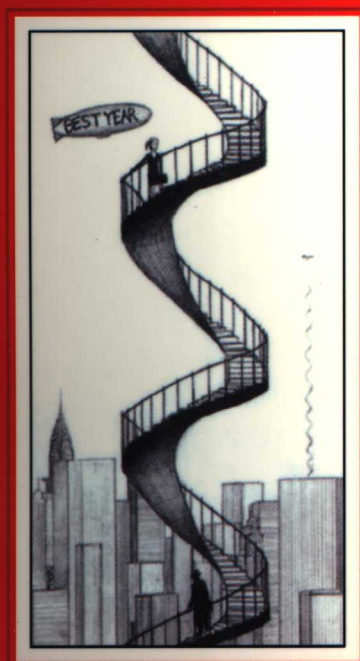
雄踞《华尔街日报》畅销书榜50周、《商业周刊》畅销书榜8个月

销售红宝书

The Little Red Book of Selling

12.5 Principles of Sales Greatness

成为销售之神的12.5个黄金法则
如何保证销量居高不下



《销售圣经》
姊妹篇

(美) 杰弗里·吉特默(Jeffrey Gitomer) 著

孙路弘 译



机械工业出版社
China Machine Press

F713.3

134-C2

销售红宝书

The Little Red Book of Selling

12.5 Principles of Sales Greatness



(美) 杰弗里·吉特默(Jeffrey Gitomer) 著

孙路弘 译



机械工业出版社
China Machine Press

Jeffrey Gitomer .The Little Red Book of Selling

Copyright © 2004 by Jeffrey Gitomer.

Excellent cartoons © 2004 by Randy Glasbergen www.glasbergen.com

This edition published by agreement with Jeffery Gitomer through the Chinese Connection Agency, a division of The Yao Enterprise, LLC.

Simplified Chinese Translation Copyright © 2006 by China Machine Press.

No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or any information storage and retrieval system, without permission, in writing, from the publisher.

All rights reserved.

本书中文简体字版由 Jeffrey Gitomer通过The Yao Enterprise, LLC.授权机械工业出版社在全球独家出版发行。未经出版者书面许可,不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

版权所有, 侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号: 图字: 01-2005-4737

图书在版编目(CIP)数据

销售红宝书/(美)吉特默(Gitomer, J.)著;孙路弘译.-北京:机械工业出版社, 2007. 1

书名原文: The Little Red Book of Selling

ISBN 978-7-111-20629-3

I. 销… II. ①吉… ②孙… III. 销售学-基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第161444号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:李欣玮 版式设计:刘永青

中国电影出版社印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2007年1月第1版第1次印刷

145mm×210mm·6印张

定价:28.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线:(010) 68326294

投稿热线:(010) 88379007

杰弗里·吉特默

关于销售艺术的最新畅销书来了！

想知道内容？没别的，翻开书吧，
瞬间将你带入销售的红色风暴！

正在通向成功的阶梯上攀登吗？
你的目标是什么？

提示：通向成功的诀窍就是

用心工作！

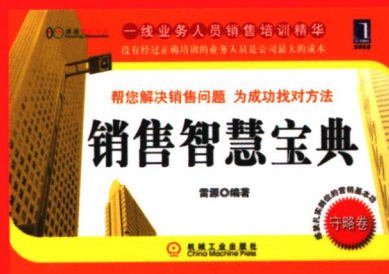
延伸阅读



《销售智慧宝典·攻略卷》

ISBN 7-111-19963-4

定价：36.00元



《销售智慧宝典·守略卷》

ISBN 7-111-20012-8

定价：36.00元

客户决定了销售

人们不喜欢被动地接受推销，
但是喜欢自主地做出购买的决定。

高超的销售人员懂得

他们的工作其实是创造一种

让客户主动产生购买欲的氛围。



“如果你从我这儿购买，我会因此而大发横财。当我把从你那儿挣到的钱花出去时，经济会因此而增长。当经济增长了，你会有更多的顾客。所以，让我赚钱是对你最好的事儿。”

如果准客户喜欢你，

并且相信你，

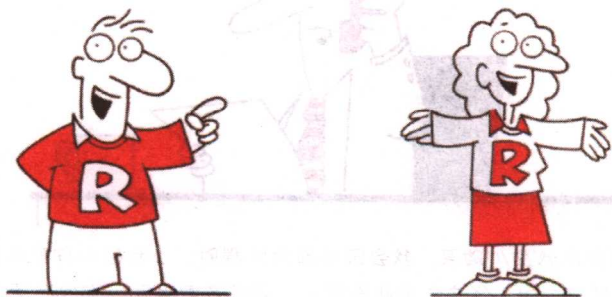
信赖你，

信任你的人……，

那么他们就**有可能**

从你这里买东西。

——杰弗里·吉特默



人们不喜欢被动地接受推销…… ……但是喜欢自主地做出购买的决定！

目 录

“人们为什么购买” / 1

红色销售 / 5

如何运用本书 / 7

为什么这本书是红色的 / 11

出类拔萃与碌碌无为之间有什么区别 / 13

你最大的恐惧是什么 / 19

成为出类拔萃的销售人员的12.5条黄金法则 / 23

☆ 自我激励 / 24

☆ 要想胜出就要做好准备，否则就会输给那些有准备的人 / 36

☆ 良好的个人品牌等于销售量：关键不是你认识什么人，而是什么人认识你 / 44

☆ 重要的是价值和彼此之间良好的合作关系，而不是价格 / 54

☆ 不要自己一个人闷头工作，要活用你的人际关系网 / 70

☆ 如果你不能设法与真正的决策者见面，你也太差劲了吧 / 81

☆ 使我感兴趣，我会自己说服自己 / 93

☆ 如果你能让对方大笑，你就能让对方购买 / 106

☆ 运用创造力来制造差异并占据优势 / 116

☆ 降低风险，把销售转变为购买 / 131

☆ 自己夸自己只能算是吹牛，当别人也说同样的话时，才是佐证 / 143

☆ 张开你的触角 / 154

☆ 辞掉你宇宙总经理的职位 / 161

更多的红色销售思维

最终策略会帮助你赢在起跑线上

☆☆ 小销售员做到了 / 167

☆☆ 销售中最重要的两个词儿 / 173

☆☆ 活到老学到老的12.5条法则 / 179

☆☆ 应用“更多……更多……”准则 / 181

☆☆ 如何做到第一名并稳居宝座 / 182

☆☆ 这本书没有结尾…… / 185



“人们为什么购买”

每名销售人员都必须知道的制胜法宝

“人们为什么购买”这个问题比“我该如何进行销售”重要一千倍。等一下，不对，我说错了，应该是比“我该如何进行销售”重要一百万倍。哦，等一下，我又说错了，应该是比“我该如何进行销售”重要十亿倍那么多。好了，现在明白这个问题有多重要了吧？

我刚刚用了三天的时间在工作室里与我那些客户的客户进行面谈，请教他们一个问题：“你们购买的原因是什么？”他们的回答可以说是包罗万象：普通常识、难得一闻的信息、被忽视的问题以及不可思议的机会等。

各类公司在培训雇员“如何进行销售”上投入大把的时间和成堆的金钱，总是令我瞠目结舌，与此同时，在培训雇员时却完全不提“人们为什么购买”，不禁让我扼腕惋惜。其实，“人们为什么购买”才是要诀所在。

你可能自以为知道人们为什么购买，却没有采取任何相关的行动。想要我拿出证据来吗？好吧，以下就是在对顾客为什么购买感到一头雾水的人身上会出现的早期信号。

1. 对方不同意你出的价格；
2. 你不得不给对方发投标书或者销售意向书；
3. 对方表示与其目前的供应商合作愉快；
4. 没人回你的电话；
- 4.5 你抱怨目前的经济形势不好。



如果你有以上问题，那么欢迎加入大家庭——和你有一样问题的人还是挺多的。

下面列出的是人们购买的原因。这些原因是从各行各业的客户口中收集总结出来的。说明一下，各条的排列顺序不分前后，其重要程度相同。

1. 我喜欢和我打交道的销售人员。

好好记住：就销售人员和客户之间的人际关系而言，喜欢是最重要的。有一次，我听到一名自称是销售专家的人说，“客户不必非得喜欢你才行，但是必须得信任你。”真是白痴！你能想像一个公司的CEO在做出购买决定的时候说，“我信任那个家伙，但是我从心底里不喜欢他”吗？喜欢是信任的基础，有信任才会去购买，购买促进了关系。这不是生命的轮回，但这是销售周期的轮回。

2. 我了解我要买的是什么。

3. 我觉得给我供货的公司和该公司的销售人员之间是不同的。

4. 我觉得我购买的产品中蕴含了某种价值。

5. 我对和我打交道的销售人员有信心。

6. 我相信和我打交道的销售人员。

7. 我信任和我打交道的销售人员。

8. 与这个销售人员合作，我感到很舒服。

9. 我认为对方提供的产品可以满足我的需要。

10. 价格基本合理，但是未必是最低价。

11. 我觉得对方提供的产品或者服务可以提高我的生产力。

12. 我觉得对方提供的产品或者服务可以提高我的利润。



12.5 我觉得对方有意通过帮助我把事业壮大来实现他的销售目标。对我来说，和我打交道的销售人员可以被看做是极富价值的资源。

让你的思维活跃起来需要几个动因。如果你发现了此中的诀窍，销售就会变得轻而易举。

现在就开始行动吧！

“杰弗里，”你嘀咕道，“你倒是告诉我该怎么做呀！”

好吧，请按照下面的方法去做：

1. 给你手上最好的6个客户打电话。

2. 邀请他们出来和你开个座谈会，谈谈怎样能够帮助他们发展壮大他们的事业。

3. 请他们吃一顿丰盛的大餐。

4. 告诉他们，你这里有些很有意义的问题想问他们，主要是关于怎样才能进一步加强你和他们之间的合作关系的问题，这大概要占用他们15~20分钟的时间。

5. 精心选择6个问题——6个围绕你如何可以满足他们的需要以及他们对供货方或者合作伙伴的期望的问题。

6. 把座谈会的整个过程录下来。最好是录像，录音也可以。然后把录下来的带子反复看或者听上100遍。

我已经部分回答了人们为什么购买这个问题。但是，比人们为什么购买更重要的是你的客户为什么购买？怎么？你觉得对这个问题很有把握？想不想我给你泼点儿冷水呢？

你甚至从没问过你的客户这个问题！

这么显而易见的问题却总是被人们忽略，真是不可思议。



销售是艰难的，
你的客户希望购买。
你手上已经有了一份
重要的准客户名单吗？
这些准客户对谁来说很重要？
又有多少对你来说是很重要的呢？
我猜恐怕寥寥无几吧！





红色销售

我不仅仅是一名普通的销售专家。到目前为止，作为一名销售人员，我的销售业绩已经超过了数百万，但是我仍然保持着一名初行者的姿态。如果能做一名傲视群雄的销售专家，谁愿意甘心只做一名普通的销售专家呢？

在阅读本书的过程中，你将有机会对销售有深层的理解。通过学习和掌握我在书中给出的要领，你会成长为一名出色的销售人员。造成出类拔萃和平庸之间差别的关键是理念。很多销售人员关注的都是月底可以拿多少提成的事儿。其实，销售人员应该关注的远远不止是月底的提成，而应该想得更长远，做到心中有未来，关注如何才能保证销售量居高不下。这就是我的销售理念。

如果你在销售的时候想到的是更长远的未来，你就会每时每刻处在销售的状态。销售永远是长期的事情，以关系为驱动，以推荐为主导。明白了这点，你自然就不会在销售中用什么见不得人的销售手段或者小伎俩——不光彩的做法有损真正的销售人员的名誉。

《销售红宝书》也可以叫做《采购红宝书》。销售成功与否的微妙之处在于，销售人员是一股劲儿地努力向对方推销产品，还是巧妙地创造一种让对方产生购买需要的氛围。人们不喜欢被动地接受推销，但是喜欢自主地做出购买的决定，这句话不仅仅是我的标志性语言，更是我总结出来的一句销售魔咒。在渐渐深入阅读本书的过程中，你会开始认识到一种更高级、更有价值、更有意义的销售理念。

好吧，我知道，这些听起来很像是一名大学教授的口吻，乍听起



来让人觉得有些不现实。不过请记住，我是在美国的新泽西长大的，在费城上的大学，在费城的繁华区经营自己的生意，在曼哈顿卖了5年服装——成功的5年——从没给过任何人小恩小惠以换取销售量（尽管我碰到的人都曾期望过我这里拿点儿好处或者直接开口向我要求过）。

在我的销售生涯中——不论是成功还是彻头彻尾的失败，我总结出了价值百万的经验教训，我把这些“金科玉律”写在这本书中，现在你需要做的就是掏钱买下这本“红宝书”。

**销售人员应该关注的
远远不止月底这个时间点，
而应该想得更长远，
做到心中有未来，
关注如何才能保证销售量
居高不下。**





如何运用本书

在这一部分，我会告诉你
怎样从这本书中掘出金子来。

我把自己的成功经验进行了梳理、分解，
每次给出其中的一部分，
我称其为红色秘籍。

你可以随时随地
从本书中汲取所需的营养，
也可以即学即用。

你可以得到各种可以想得到的辅助资料来帮助你更好地理解销售和购买。在互联网上，你可以看到有配套的CD、教学卡、流媒体视频供你选择。这些配套的学习材料有助于加深理解和更有效地运用我在书中讲述的销售策略。

如果你运用本书中销售策略后仍然与成功无缘，那么我强烈建议你马上转行，别再以销售为生。

如果你能每天掌握并在生活和销售工作中实践一项本书中的技巧，那么一年后你就会成长为一名销售专家了——一名手头更宽裕的销售专家。

读者须知：本书中使用的语言是真实销售情景下原汁原味的语言。

我在本书中保留了实际销售工作中会用到的真实、地道的语言风

格，在我编写过程中不涉及政治上的正确与否（我——本书的作者，是名男性，习惯于用男性的方式讲话），当然也不会修饰在这个真实的世界中我每天面对的销售情形。

我在本书中保留的全是精华，删掉的都是废话。

如果书中的内容让你感到厌恶，那么请立刻转行吧。在大公司里找个舒舒服服、安安稳稳的工作，然后整天抱怨你那点可怜的薪水，并满腹牢骚地度日如年吧。

如果你想要实现你的“销售梦”，并因自己的努力而感到满足，那么赶紧把这本书买下来，认真地读两遍，仔细研究书中的内容，尽快在工作中逐一实践，并且每天把这本书带在身边随时拿出来翻翻看。

如果你想在销售这个行当中大展拳脚，我敢说这本书再适合你不过了。



杰弗里·吉特默

请看下页……

