


整合顾客、业务和营销之黄金三角，打造顶尖销售人才

攻心式 销售

也许你自认为口才一流，但你懂得如何与顾客“对话”吗？
何时说，说什么，怎么说，向谁说，才能拿到顾客的采购预算？
若能读懂“攻心式销售”的7大原则和13个核心概念，
你将“克隆”出业绩超群的销售专家

亚马逊书店读者 ★★★★★ 好评推荐
苹果电脑公司渠道业务经理杰夫·汉森强力推荐

作者◎麦克·博斯沃斯、约翰·霍兰
译者◎施淑芳

 中国财政经济出版社

攻心式销售

麦克·博斯沃斯 约翰·霍兰 著
施淑芳 译

*CustomerCentric
Selling*

F713.3
B6

中国财政经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

攻心式销售/博斯沃斯;霍兰著;施淑芳译. —北京:中国财政经济出版社,2005.7

书名原文:CustomerCentric Selling

ISBN 7-5005-8256-0

I. 攻… II. ①博… ②霍… ③施… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第051648号

著作权合同登记号:图字01-2004-4308号

Bosworth

CustomerCentric Selling

ISBN 0-07-142545-4

Copyright © 2004 by McGraw-Hill.

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

Simplified Chinese translation edition is published and distributed exclusively by China Financial & Economic Publishing House under the authorization by McGraw-Hill Education (Asia) Co., within the territory of the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan. Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. Violation of this Law is subject to Civil and Criminal Penalties.

本书中文简体字翻译版由美国麦格劳-希尔教育出版(亚洲)公司授权中国财政经济出版社在中华人民共和国境内(不包括香港、澳门特别行政区及台湾)独家出版发行。未经许可之出口,视为违反著作权法,将受法律之制裁。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签,无标签者不得销售。

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.com.cn>

E-mail: webmaster@ewinbook.com

(版权所有 翻印必究)

社址:北京海淀区阜成路甲28号 邮政编码:100036

发行电话:010-88191017

北京中租胶印厂印刷 各地新华书店经销

880×1230毫米 32开 10.375印张 224千字

2005年7月第1版 2005年7月北京第1次印刷

定价:24.80元

ISBN 7-5005-8256-0/F·7218

(图书出现印装问题,本社负责调换)

本书赞语

读完《攻心式销售》之后我必须说，这本书的分析确实一针见血。我从事业务工作 30 年，在这本书中的很多章节都看到了自己，其中有令我心有戚戚焉的做法与看法，也有很多值得我学习的地方。

——杰夫·汉森 (Jeff Hansen)

苹果电脑渠道业务经理

这是许多年来我读到的销售书中最好的一本。《攻心式销售》完美阐述了人们购买的理由——何时买、向谁买——是做任何商业计划前，必读的一本书。

——布鲁斯·哈迪 (Bruce Hadley)

SoftwareCEO.com 创办人

才读到《攻心式销售》的 3/4，我就知道它是我读过的最棒的销售书之一，特别是这本书清晰、扼要地阐述了销售流程，实在令人欣赏。

——艾利·凯提二世 (Alley J. Catyb II)

MSC Software 电脑辅助工程分析

软件公司地区业务经理

我喜欢《攻心式销售》最大的原因，就是我不需要强迫销售团队执行销售流程，同仁们自愿采用这套流程，因为它确实有效。

——杰克·贝亭 (Jack Bettin)

Inovis 高科技软件公司业务副总裁



书系代码	书 名	作 者	定 价
经营管理			
BM001	《并购成长》(Digital Deals)	Geis	29.80
BM002	《绩效! 绩效!》(企业培训版) (Coaching for Improved Performance)	Fournie	39.80
BM003	《质量无泪》(Quality Without Tears)	Crosby	39.80
BM004	《海阔天空——我在 DELL 的岁月》	方国健	20.00
BM005	《心时代——一个情感化的世界及其经济图景》	曹世潮	20.00
BM006	《情境领导者》(The Situational Leader)	保罗·赫塞	18.00
BM007	《EMBA 销售管理》(Sales Management)	Calvin	45.00
BM008	《EMBA 财务管理》 (Finance and Accounting for Non-financing Managers)	Weston	49.80
BM009	《EMBA 兼并与收购》(Mergers and Acquisitions)	Weston	38.00
BM010	《EMBA 公司战略》(Corporate Strategy)	Colley	39.80
BM011	《EMBA 创业管理》(Entrepreneurial Management)	Calvin	49.80
BM012	《EMBA 领导艺术》(Managerial Leadership)	Topping	35.00
BM013	《EMBA 战略营销管理》 (Strategic Marketing Management)	Parry	42.00
BM014	《EMBA 公司治理》(Corporate Governance)	Colley 等	49.80
BM015	《六西格玛是什么》(What is Six Sigma)	Pande	15.00
BM016	《六西格玛基础教材》(The Six Sigma Basic Training Kit)	Juran	80.00
BM017	《六西格玛团队实战手册》 (The Six Sigma Way Team Fieldbook)	Pande, Neuman, Cavanagh	49.80
BM018	《六西格玛团队怎么做》(Six Sigma Team Pocket Guide)	Federico	16.00
BM019	《杰克·韦尔奇领导艺术词典》 (Jack Welch Lexicon of Leadership)	Krames	32.00
BM020	《杰克·韦尔奇的 29 个领导秘诀》 (29 Leadership Secrets from Jack Welch)	Slater	29.80
BM021	《通用电气“群策群力”》(GE Work - Out)	Ulrich, Kerr, Ashkenas	39.80
BM022	《顶峰——如何成为最赚钱的咨询顾问》 (Million Dollar Consulting)	Weiss	48.00
BM023	《战略计划实务》(Applied Strategic Planning)	Goodstein 等	48.00
BM024	《平衡计分卡实用指南》(Balanced Scorecard)	Paul Niven	49.80
BM025	《战略物流管理》(Strategic Logistic Management)	Stock	80.00

书系代码	书 名	作 者	定 价
BM026	《整合——企业并购成功之道》(M&A Integration)	Schweiger	39.80
BM027	《战略领导》(The Art and Discipline of Strategic Leadership)	Freedman	32.00
BM028	《经理薪酬完全手册》 (The Complete Guide to Executive Compensation)	Bruce R. Ellig	65.00
BM029	《突破困境的领导艺术》(Leadership When the Heat's On)	Cox, Hoover	39.80
BM030	《朱兰自传》(Architect of Quality)	Juran	50.00
BM031	《卓越领导》(The Extraordinary Leader)	Zenger 等	39.80
BM032	《精益六西格玛案例》(Learning into Six Sigma)	Wheat 等	18.00
BM033	《领袖魅力》(Executive Charisma)	Benton	39.80
BM034	《西南航空案例》(The Southwest Airlines Way)	Gittell	49.80
BM035	《危机领导》(Leader Shock)	Hicks	29.80
BM036	《应变》(Agile Business for Fragile Times)	麦卡锡 等	35.00
BM037	《绩效导向的领导》(Results-Based Leadership)	Ulrich 等	49.80
BM038	《企业沟通的威力》(The Power of Corporate Communication)	Argenti 等	39.80
BM039	《贯彻执行 现在就做》(Why Can't We Get Anything Done Around Here?)	李夫顿 等	20.00
BM040	《高效能团队领导智慧》(Leadership Lessons of The Navy Seals)	坎农 等	39.80
BM041	《竞争性销售》(Hope is not a Strategy)	佩吉	39.80
BM042	《丰田汽车案例》(The Toyota Way)	莱克	49.80
BM043	《风险管理》(Risk Management)	科罗赫 等	80.00
BM044	《团队工作》(The Work of Teams)	卡岑巴赫	39.80
BM045	《通用电气案例》(GE Work-out)	Ulrich 等	49.80
BM046	《质量无泪》(修订版)	Crosby	39.80
BM047	《绩效改进 19 讲》(201 Ways to Turn any Employee Into a Star Performer)	霍利	29.80
BM048	《人性管理》(The Uncertain Art of Management)	奥斯曼	39.80
BM049	《透明管理》(The Transparency Edge)	佩格诺	29.80
BM050	《成本改进 181 法》(A Manager's Guide to Creative Cost Cutting)	大卫·杨	29.80
BM051	《直觉》(The Art of What Works)	杜根	39.80
经济学			
E-001	《中国经济》(Chinese Economy)	蔡昉 林毅夫	39.80
E-002	《宏观经济学》(Macroeconomics)	Dornbusch	60.00
E-003	《经济学》(Economics)	McConnell, Brue	79.00
E-004	《微观经济学》(Microeconomics and Behavior)	Frank	65.00

书系代码	书 名	作 者	定 价
E-005	《环境经济学》(Introduction to Environmental Economics)	Field 等	
管理学			
MT001	《战略物流管理》(Strategic Logistic Management)	Stock	80.00
MT002	《物流战略咨询》(Supply Chain Strategy)	Frazelle	49.80
MT003	《组织人员配置》(Staffing Organization)	Heneman, Judge	
MT004	《战略管理》(Strategic Management)	Dess 等	40.00
MT005	《数据模型与决策:运用电子表格建模与案例研究》(第1版) (Introduction to Management Science)	Hillier 等	75.00
MT006	《数据模型与决策:运用电子表格建模与案例研究》(第2版) (Introduction to Management Science)	Hillier 等	75.00
MT007	《电子商务导论》(Introduction to E-Commerce)	雷波特 等	58.00
MT008	《供应链设计与管理》(Designing and Managing The Supply Chain)	辛奇-利维 等	40.00
MT09	《管理学基础》(Management)	克尼基 等	48.00
MT010	《定价》(Pricing)	门罗	65.00
MT011	《精通战略》(Mastering Strategy)	雷格斯比 等	39.80
MT012	《战略采购管理》(Harnessing Value in the Supply Chain)	班菲尔德	39.80
MT013	《逆向管理》(Don't Oil the Squeaky Wheel)	Rinke	39.80
营销管理			
MM001	《定位》(Positioning)	Ries & Trout	39.80
MM002	《营销战》(修订版)(Marketing Warfare)	Ries & Trout	39.80
MM003	《营销革命》(Bottom-up Marketing)	Ries & Trout	39.80
MM004	《新定位》(The New Positioning)	Trout	39.80
MM005	《颠覆广告》(Disruption)	让-马贺·杜瑞	40.00
MM006	《创意的竞赛》(Which Ad Pulled Best?)	Purvis	39.80
MM007	《广告文案名人堂》(The Art of Writing Advertising)	Higgins	29.80
MM008	《产品经理的第一本书》 (The Product Manager's Handbook)	Gorchels	39.80
MM009	《全球整合营销传播》(Communicating Globally)	舒尔茨	39.80
MM010	《整合营销传播:利用广告和促销建树品牌》(IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands)	Duncan	298.00
MM011	《市场战略》(The Market Makers)	Spulber	48.00
MM012	《全球营销》(Global Marketing)	乔尼·约翰逊	60.00
MM013	《网络营销》(Internet Marketing)	默罕默德 等	65.00
MM014	《产品经理的第二本书》 (The Product Manager's Field Guide)	Linda Gorchels	39.80

书系代码	书 名	作 者	定 价
MM015	《营销学基础》(Essentials of Marketing)	佩罗特 麦卡锡	60.00
MM016	《文案发烧》("Hey, Whipple, Squeeze This.": A Guide to Creating Great Ads)	苏立文	39.80
MM017	《小鱼吃大鱼》(Eating the Big Fish)	摩根	45.00
MM018	《什么是战略》(Trout On Strategy)	特劳特	29.80
MM019	《整合营销传播:创造企业价值的五大关键步骤》(IMC: the Next Generation)	唐·舒尔茨 等	39.80
MM020	《促销管理的第一本书》	Schultz	39.80
销售管理			
SM001	《成功销售管理的 7 大秘诀》(7 Secrets to Successful Sales Management)	Wilner	39.80
SM002	《电话行销,轻松成交》	姚能笔	39.80
SM003	《摸透顾客心》(Ten Demandments)	Mooney Berghem	39.80
SM004	《练就铁齿铜牙》 (Secrets of Power Persuasion for Salespeople)	Dawson	39.80
SM005	《轻松收款》(Collections Made Easy)	卡罗尔	39.80
SM006	《打倒墨菲定律 挽救我的销售》 (Beating the Deal Killers)	Giglio	39.80
SM007	《增加销售的 12 种核心技术》(Beyond E)	Diorio	39.80
SM008	《销售管理》(Sales Force Management)	Johnston 等	49.00
SM009	《汽车销售的第一本书》	孙路弘	39.80
SM010	《终极销售力》(Ultimate Selling Power)	莫伊,洛伊德	39.80
SM011	《顶尖销售的 25 堂课》 (Secrets of Top Performing Salespeople)	乔诺 等	29.80
SM012	《引爆销售的 10 大黄金法则》	Desena	39.80
SM013	《再造销售奇迹》	Eades	39.80
SM014	《攻心式销售》	Bosworth	24.80
SM015	《百万销售师》	Gardner	24.50
职场发展			
CD001	《外企面试宝典》(More Best Answers to the 201 Most Frequently Asked Interview Questions)	DeLuca	25.00
CD002	《人才心理测评》(Psychological Testing at Work)	Hoffman	25.00
CD003	《演讲的艺术》(Strictly Speaking)	Buckley	29.80
CD004	《五大会计师行》	周年洋 等	24.80
CD005	《职业经理自修手册》 (The Manager's Self-development Guide)	Pedler	35.00
CD006	《关键对话》(Crucial Conversations)	Patterson 等	29.80

书系代码	书 名	作 者	定 价
CD007	《静思录》(Finding Your Strength in Difficult Times)	David Viscott	19.80
CD008	《商务英语书信写作精益求精篇》	康宁汉 等	29.80
CD009	《商务人士日常书信写作》(Great Personal Letters for Busy People)	布赫	48.00
CD010	《销售信函》(Sales Letters Ready to Go)	贝塞尔 等	32.00
CD011	《商务信函》(Business Letters Ready to Go)	Bayse	39.80
CD012	《我爱笨老板》(How to Work for an Idiot)	胡佛	29.80
投资理财			
IF001	《投资艺术》(Winning the Loser's Game)	Ellis	19.80
IF002	《向格雷厄姆学思考,向巴菲特学投资》(How to Think Like Benjamin Graham and Invest Like Warren Buffett)	Cunningham	39.80
IF003	《巴菲特怎样选择成长股》 (How to Pick Stocks Like Warren Buffett)	Vick	29.80
IF004	《最后的合伙人》(The Last Partnership)	Geisst	29.80
IF005	《财务报表分析与证券定价》 (Financial Statement Analysis and Security Valuation)	Penman	98.00
IF006	《技术分析》(Technical Analysis Explained)	Pring	80.00
IF007	《技术分析 A-Z》(Technical Analysis from A to Z)	Achelis	55.00
IF008	《股票价值评估》(Valuing a Stock)	Gray 等	39.80
IF009	《蜡烛图精解》(Candlestick Charting Explained)	Morris	39.80
IF010	《技术分析习题集》(Study Guide for Technical Analysis Explained)	Pring	25.00
IF011	《股票市场的时机选择》(Timing the Stock Market)	亚历山大	48.00
IF012	《最佳卖出点》(It's when You Sell that Counts)	卡西迪	39.80
IF013	《股市名言》(Buy the Rumor, Sell the Fact)	麦洛	29.80
IF014	《向格雷厄姆学思考,向巴菲特学投资》(修订版)	Cunningham	39.80
IF015	《华尔街投资银行史》	Geisst	49.80

(具体数据以出书为准)

销售服务: 010-88191017, 88191063 (FAX)

E-mail: webmaster@ewinbook.com

邮购地址: 北京市阜成路甲 28 号新知大厦

中国财政经济出版社邮购部

邮购费用: 书价加 15%

电 话: 010-88190406 88190488

邮 编: 100036

目 录

第1章 攻心式销售的7大基本原则	(1)
何为“攻心式销售”	(2)
原则1：针对个别需求进行对话与简报	(3)
原则2：提出切合重点的问题，发表己见	(4)
原则3：强调解决方案，强调人际关系	(5)
原则4：以决策者为目标，重心在使用者	(6)
原则5：连接顾客需求与产品用途	(7)
原则6：主管与他人管理	(8)
原则7：增进顾客能力	(10)
就算是“天才”也有进步空间	(11)
第2章 意见是驱动企业前进的燃料	(13)
谁负责什么	(14)
雇用与训练：销售的起点	(17)
定位：紧接着的挑战	(20)
为何不用产品功能主导业务拜访	(22)
意见：对与错	(24)

把“意见”变成“业绩预测”	(27)
制定最佳实务典范	(31)
第3章 没有“预备销售信息”也能成功	(35)
了解早期市场	(35)
了解主流市场买主	(41)
跨越鸿沟	(43)
后鸿沟销售者	(45)
自行摸索	(47)
天才业务员	(48)
成功的惩罚	(50)
变动的市场环境	(52)
72%地带	(54)
第4章 攻心式销售的13项核心概念	(59)
核心概念1：物以类聚	(61)
核心概念2：先诊断，再开处方	(62)
核心概念3：人们喜欢向诚恳、有能力、 授权顾客的人购买	(63)
核心概念4：买卖互惠	(65)
核心概念5：别卖东西给无法购买的人	(66)
核心概念6：坏消息越早知道越好	(67)
核心概念7：顾客没有目标， 业务员就没有成交的希望	(68)

核心概念 8：人们最容易被自己发现的理由 所说服	(69)
核心概念 9：专业知识有时反而是成交的障碍	(70)
核心概念 10：只有买主才知道他需要什么	(71)
核心概念 11：先求同，再求异	(72)
核心概念 12：购买是感性的决定， 价值观与逻辑思维是事后合理化的工具	(73)
核心概念 13：买主尚未准备购买前， 不要贸然要求成交	(74)
第 5 章 定义销售流程	(77)
定义销售流程	(79)
可重复的程序	(81)
一致的信息	(81)
可被评估、审查的信息	(82)
资料的缺点	(82)
抢救业绩大作战	(84)
在市场中确定鲜明的形象	(86)
销售流程的完整步骤	(87)
不只一种流程	(93)
锁定对象，进行对话	(93)
内定与非内定	(95)
进一步区隔市场	(96)
空白纸张	(98)

第 6 章 整合业务与营销流程	(101)
自然整合	(104)
上网学习	(106)
建立销售的结构	(107)
第 7 章 产品特色与顾客使用	(109)
小木偶效应	(110)
产品特性 ≠ 客户受益	(111)
是信息还是干扰	(111)
使用情境的威力	(114)
共同使命	(120)
第 8 章 创造“预备销售信息”	(123)
提醒：由上而下缩短销售周期	(124)
职位 + 目标 = 锁定对象进行有效对话	(125)
下一步：解决方案构想	(128)
回归使用情境	(131)
标准格式	(134)
本章结语	(139)
第 9 章 营销如何创造需求	(143)
引导线索和潜在客户	(143)
预算的底线	(146)

第二位厂商	(149)
营销与引导线索	(154)
简介与宣传品	(155)
商展	(159)
研讨会	(161)
广告	(163)
网站	(164)
邮寄信函、传真、电子邮件	(165)
营销的角色：创造需求	(166)
第 10 章 业务开发：业务员最困难的工作	(169)
开发新的成交机会	(170)
电话营销和刻板印象	(172)
基本技巧	(175)
引发兴趣	(176)
共同的情境	(179)
推荐的力量	(184)
信函、传真、电子邮件	(185)
潜在客户名单的扩大与筛选	(188)
第 11 章 用“预备销售信息”构建买主愿景	(191)
耐心与智慧	(192)
以正确顺序提出好问题	(194)
最佳对话	(196)

银牌厂商的奋战	(201)
构建一般用品的愿景	(204)
第 12 章 如何筛选买主	(211)
评选支持者	(215)
支持者信函之后续步骤	(220)
评估关键角色	(222)
评定建议企划书	(226)
第 13 章 赢得交易承诺	(229)
取得委托承诺	(231)
让采购审议委员会按照计划走	(233)
增加计划透明度和掌握销售周期	(236)
为何会有一方选择退出	(236)
重塑销售观念	(238)
主流市场买主	(239)
第 14 章 顾客、业务和营销三方全胜的交易 协商法	(241)
传统的买家与卖家	(242)
故作姿态的力量	(248)
协商	(251)
有条件的施予、获取与结案	(254)
苹果与柳橙	(255)

摘要	(256)
第 15 章 积极管理潜在顾客和交易进展	(259)
操作步骤：把条件明确化	(262)
第 16 章 考核并培养业务员	(271)
打高尔夫比较容易	(274)
评估没什么作用	(277)
工作绩效不代表技巧精湛	(279)
7 个销售绝招	(281)
善用主管的经验	(286)
明天永远是销售生涯的新开始	(291)
第 17 章 善用渠道带进高业绩	(293)
分配正确的销售范围	(293)
由谁负责	(296)
对渠道运用顾客中心原则	(298)
修复损坏的渠道	(301)
第 18 章 具体实践攻心式销售	(305)
执行的关键	(306)
建议的方法	(307)
让你的销售流程成为竞争优势	(312)