

THOMSON



如何成为

SEVEN FIGURE SELLING

Proven Secrets to Success from
Top Sales Professionals

营销 大师

运用想像力作为事业发展的强劲动力

回报奖赏的哲学

预测购买行为的模式

制造兴奋点，建立信任关系

顶级营销专家亲述成功的秘诀

(美)Danielle Kennedy 著 李玲 刘文达 译

清华大学出版社

F713.50
K717:1

如何成为

SEVEN FIGURE SELLING

Proven Secrets to Success from
Top Sales Professionals

营销

大师

运用想像力作为事业发展的强劲动力

回报奖赏的哲学

预测购买行为的模式

制造兴奋点，建立信任关系

顶级营销专家亲述成功的秘诀

(美)Denielle Kennedy 著 李玲 刘文达 译

清华大学出版社
北京

Danielle Kennedy
Seven Figure Selling
EISBN: 0-324-18751-3

Copyright © 2003 by South Western, a division of Thomson Learning.
Original language published by Thomson Learning (a division of Thomson Learning Asia Pte Ltd).
All Rights reserved.

本书原版由汤姆森学习出版集团出版。版权所有,盗印必究。

Tsinghua University Press is authorized by Thomson Learning to publish and distribute exclusively this Simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in 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. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本中文简体字翻译版由汤姆森学习出版集团授权清华大学出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾地区)销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

981-254-548-4

北京市版权局著作权合同登记号 图字:01-2003-4721

图书在版编目(CIP)数据

如何成为营销大师: 顶级营销专家亲述成功的秘诀/(美)肯尼迪(Danielle Kennedy)著;
李玲,刘文达译. —北京: 清华大学出版社, 2004

书名原文: Seven Figure Selling

ISBN 7-302-08349-5

I. 如… II. ①肯… ②李… ③刘… III. 市场营销学 IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 025064 号

出版者: 清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社总机: 010-62770175

地址: 北京清华大学学研大厦

邮编: 100084

客户服务: 010-62776969

组稿编辑: 王青

文稿编辑: 刘志彬

版式设计: 刘祎森

印刷者: 北京市世界知识印刷厂

装订者: 北京市密云县京文制本装订厂

发行者: 新华书店总店北京发行所

开本: 185×230 印张: 11.75 字数: 188千字

版次: 2004年6月第1版 2004年6月第1次印刷

书号: ISBN 7-302-08349-5/F·771

印数: 1~5000

定价: 18.00元

本书如存在文字不清、漏印以及缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770175-3103或(010)62795704

Danielle Kennedy 是著名的激励演说家和数本营销类图书的作者。她的演讲之路遍及全美各州及英国、爱尔兰、南非和澳大利亚，演讲对象包括超过1500家公司，包括 Merrill Lynch, Coldwell Banker 和 Century 21 等知名企业。她还出席过无数电视和广播节目，《洛杉矶时报》、《时尚》和 Cosmopolitan 等媒体都报道过她。

序



“脚板没走烂的人绝对领悟不到销售意味着什么。”当喜力酿造公司 (Heineken Breweries) 主席 Freddy Heineken 说这番话时，他还记得自己营销生涯的卑微开始。那时，他还是个小孩子，扛着父亲酿造的啤酒一个酒吧、一个酒吧地沿街叫卖。但营销的“痛苦”实际上始于沿街兜售之前很久很久。在从事推销之前，你必须知道怎样去做，因为不论你曾经听说过什么，实际上几乎没有人“生来就会推销”。

假定天生的推销员才能成功是成功营销事业的数个错误观念之一。有些人认为，对买卖的艺术必须全神贯注，对事业的追求必须心无旁骛，而生命中其他的东西都是次要的。

此说并不尽然。还有人认为，能够攀上事业的顶峰是缘自精通“必杀”技巧。例如对营销推介会的准备工作要像策划发动第三次世界大战那样无懈可击，或者至少在每句话中都把目标客户的名字重复一遍。此说亦不尽然。

成功的推销员无须变成油嘴滑舌的说客，或者八面玲珑的行家。他们也不全是受到那种攫取财富之心的驱使，那些不言自明的财富可以浓缩成跑车、大屋和浮华的珠宝。事实上，“他们”是不存在的，推销员是一个个的个体，每人都有

各不相同的触发按钮。

作为美国小企业的权威杂志《企业家》(Entrepreneur)的总编,在近10年的时间里我当然看过不少保证能够揭示“通往营销成功的真正之路”的文章和书籍,也接触过不少声称掌握达成交易的真正秘诀的所谓专家。但基本上都是空欢喜一场,留给我的还是期待,期待着更多的信息、更多的内省、更多的真实。

因此,当我派记者去采访 Danielle Kennedy 的时候,诚实地说,我并没指望能得到与以往完全不同的东西。不错, Kennedy 是个小有名气的营销专家、五本营销书籍的作者和激励演讲的名家。她有令人印象深刻的背景,可那并非能决定能力的。然而,在那次采访当中, Kennedy 揭示了一些毫不寻常的东西:她揭示了她自己。

这激起了我的兴趣,我便请 Kennedy 写了几篇有关营销的小短文。她的作品依然让我感到满意,最终我索性请她每月为《企业家》杂志写专栏文章。她的第一篇文章尤其令我印象深刻,因为对于那些我确信对成功至关重要的东西, Kennedy 表明了她的领悟:熟知营销技巧并非成功的秘诀,让自己感到舒适才是。

尽管如此,这些仍不能促使我准备同 Kennedy 见面。只有在我理解了到底是什么使 Kennedy 成为当今最成功的营销专家之一,理解了到底是什么使她取得了千百万人梦寐以求的目标时,我才最终与她见了面。Kennedy 的营销事业不是用脑袋完成的,她的信息来自她的内心并从她灵魂深处辐射出来。

《如何成为营销大师》这本书中并没有依靠到处充斥的小贴士、技巧和策略之类的东西,以确保带来营销的力量。本书也并非营销方面的入门读物,更像是通往超级营销明星世界的一本通行证——那里有着百万级营销大师。但 Kennedy 并非只是简单地引导你穿过她的世界,而是真正地带你进入了她的世界。仿佛你就是一个众所周知的旁观者, Kennedy 及其同仁要你分享的不是她们的秘密,而是她们成功的经历。当你倾听她们亲口讲述自己的故事时,你将学会如何将她们的智慧纳为己有。

Danielle Kennedy 会把你带上一个人迹罕至的旅程。千万别忘了带上足够的热情和坚毅,而你也一定会跻身营销大师之列。

《企业家》杂志总编辑
Rieva Lesonsky

导言

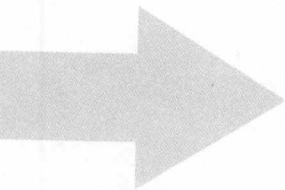


这是我写的第五本关于营销的书，愿以此献给兢兢业业、不甘寂寞的营销人员，献给还想继续从事这一事业的人，献给厌倦了自己风雨飘摇的营销职业——被金钱的渴望和不协调的营销表现弄得千疮百孔的人，献给不愿再以自己为借口并准备奋发图强跻身顶级行列——行业内只占2%的最高收入、最受尊崇者的人。

我知道，本书的内容必须涵盖成功的外在过程——成为营销大师的要素“是什么”——因为这种成就能产生引人注目的宝贵技巧。然而，我还想了解“是什么”之外更多的东西，想了解“为什么”。为什么传奇人物得以传奇？

于是，我开始寻找那些愿意解囊相授的慷慨之人。我想听他们讲述一些他们生命中具有里程碑意义的有趣片段，以便给那些心怀大志的营销人员带来无限希望；我还想了解是什么样的生活哲学戏剧性地促使他们走上以前不愿去走的道路。

故事是精彩的，但假如没有要点，也照样是浪费读者的时间。于是我决定采用 Larry King 式的风格。在我采访业内最有权威的传奇人物时，用这种方式提问并不要紧，每个采访都是以同样的问题开始的：



请给我讲讲你都做了些什么以及你是怎样做的？你是怎样开始的？从那些来之不易的胜利或所犯的错误中，你学到了什么深刻教训？我需要听你讲一些亲身经历来说明特殊技巧的要点——诸如你是怎样磋商的，或据你所知能从低潮中脱颖而出的最好方法。

我提醒他们，读者会记住精彩的故事。我要做的就是要确保他们保持上述思路，因为一些人的职业生涯可能会由于他们所讲的东西而结束。实际上，很少有办法让我把这些想成为营销大师的朋友拉回到原来的正确思路。本书是根据那些采访写成的，从中可见一斑。

我用磁带录下了他们的访谈内容，目的是保存他们每个人的说话声音，因为我希望本书能成为一本有声音的书——读者看完之后很久还能听得到声音——那些可爱、慷慨的导师们能够继续给我们的生活打分的声音。

随着时间的流逝，《如何成为营销大师》这本书似乎有了自己的生命，甚至拥有自己选择营销巨人的能力，而我只是凑凑热闹而已。起初，我所写的每一页都是从一个局外人的角度来观察那些传奇营销人士的生活，但我知道自己并非局外人，因此我在书中也加上了我自己的百万业绩史中的故事和经验教训。

本书的导师们来自各行各业，根据我们自己的特别观察，证明在营销方面并没有某种特别的“类型”会比别人做得更好。

William Zinsser 说，“我们写作是为了学习”，而我学到了更多有关我自己，与我一样的人们，以及我们每个人能把自身内在动力引到营销大师世界的独特原因。现在请你来分享我们历经辛苦、来之不易的智慧，愿你的事业兴旺发达。

给予《如何成为营销大师》一书的热情赞誉



一旦拿起本书，你就会爱不释手！Danielle Kennedy 的书
中尽显智慧之珠，荟萃如何成为营销大师之成功经验，定会紧
扣你的心弦。

Paul W. Schacht

PUR® Products——销售经理
宝洁公司

Danielle，你的书是本成功之作！任何读过此书的人，如果
领悟了其中分享的技巧，并按照你的方式开始营销事业，必将
获得巨大的成功。

Don Houston, CPAE
High Performance Selling 的作者
Insights into Excellence 的合作作者

Danielle Kennedy 写了一本我们 Discovery 玩具公司立刻
就能使用的书。她的营销哲学及方法是本世纪最具新颖性和
原创性的理念。

Lane Nemeth
Discovery 玩具公司总裁

“Danielle Kennedy 是最成功的营销激励专家之一。”数年以来,我一直听说听众为她的演讲和理念所倾倒。她传达了这样的信息:“努力工作,思维敏捷,并显示出你的关爱”。

Jim Cathcart, CSP, CPAE
Relationship Selling 的作者

这本好书同其他营销类书籍的不同之处在于,本书作者是一位极为成功、有亲身经验的营销大师,她的成就为她赢得了指导同行的权利。任何没读过本书的营销人员都将无缘进取。

D. John Hammond
American Motivational Association 主席

所有营销人员,无论是刚入行的新手,还是经验丰富的老手,总有陷入事业“低潮”的时候。本书必将有助于那些处于“低潮”的营销人员脱离苦海,回到成功之路。

Chandler B. Barton
Coldwell-Banker 前行政总裁

如果你渴望发掘自己营销事业的全部潜能,你会发现本书的价值是无法衡量的。它是任何有志于营销事业人士的“必读”之作。Kennedy 具有独特的才能,她的讲授方式让你意识不到自己在学多少东西,因为你会如此地乐在其中。

Tom Hopkins, CPAE
世界知名的营销训练大师

How to Master the Art of Selling 的作者

Danielle Kennedy 发自内心地写了一本关于营销的书。我了解她旨在发掘营销工作的常识性方法,因为她和我毕生都在成功实践着这些原则。在有关“如何”营销的书籍有时变得过于精雕细琢和过于强调技巧的时代,她所提倡的直来直去、不加

渲染的方法仿佛带来了一缕新风。

Judi Sheppard Missett
Jazzercise 公司的创办人,行政总裁

如今的营销要关注客户的需要,与其建立长期的关系以及主要依赖服务的质量。Danielle Kennedy 向每个从事营销的人士精确地展示了如何营销——成为客户真正的合作伙伴。

Barry J. Farber

Farber Training Services 公司总裁

Breakthrough Selling: Customer Building Strategies

from the Best in the Business 的合作作者

大多数营销类书籍只是讲解销售技巧和策略,而 Danielle Kennedy 使读者超越了这些东西。《如何成为营销大师》教给你如何思考,如何行动,以及如何建立顶级营销大师的思维模式。无论你从事什么行业,本书都将有助于你的事业更上一层楼。

Steve Wanamaker

Inspire Cincinnati 杂志所有人及出版人

Danielle Kennedy 这本直截了当且循循善诱的书必将对营销行业的初学者和已经入行的人有所启发。她的新奇见闻和成功经验将能为你今天的职业生涯注入新的活力。

Stacey Montagner

Paycor 公司高级副总裁

Danielle Kennedy 是我认识的最具活力的女人。其营销事业的成功源于她自我激励、沟通和自信的体验。作为备受尊敬的演说家和作家,她把自己的成功化作希望和乐观的信息广为流传。读她的书对于今天在职场拼杀的人来说是必不可少的。

Catherine Dunn, BVM, Ph. D.

衣阿华州 Dubuque, Clarke 大学校长

Danielle Kennedy 再一次以本书正中目标。这种按部就班的营销指南给大多数缺乏经验的营销人员提供了工作方法,更重要的是,给了他们像老手一样从业的自信心。她那种注重实效的营销策略和日常实践一定会把哪怕最没经验的营销人员直接带往成功的彼岸。

Jimmy Calano

Career Track 公司行政总裁

《如何成为营销大师》并非是另一本充斥着陈词滥调的营销理论书。Danielle Kennedy 向所有销售专家展示了如何开发他们最有价值的资产——个人的直觉和本能。不要迷恋那些老套、陈腐、华而不实的技巧——把 Kennedy 那些源于真实的可信策略用在工作上,释放出你自己真正的个人力量吧。

George R. Walther, CPAE

Phone Power and Power Talking 的作者

本书洋溢着常识性的知识,像一场温馨的晚餐闲谈,一个阅历丰富的良师益友向你娓娓道出有关营销的清新蓝图。

Kathryn G. Thompson

Kathryn G. Thompson 开发公司

健康和健身是我们终身的事业和热情。我们每天“推销”自己的信息时,用的就是 Danielle Kennedy 的哲学。她的著作是营销类书籍中最棒的一个。

Kathie and Peter Davis

IDEA 协会及 American Council on Exercise 的共同创办人

对于任何一个从事或即将从事营销工作的人来说,《如何成为营销大师》都是一本非常具有可读性、娱乐性的书。它为每一个营销新手和老手都带来了特别而实用

的理念。你会一边学，一边笑。千万不要错过这本书！

Michael LeBoeuf

How to Win Customers and Keep Them for Life 的作者

每个人都想得到“点石成金术”——而现在它已经攥在你的手里了。《如何成为营销大师》将是惟一最有效的书，能让你快速启动营销生涯，强化已有的营销职业；让你的营销业绩暴增到你不敢梦想的高度！这是一本营销员的圣经——认真读吧，认真记吧，千万别借给别人。

Judith Briles

The Confidence Factor and Woman to Woman 的作者

媒体名人/脱口秀节目主持人

Danielle Kennedy 把营销事业提升到融会了艺术和科学的高度。《如何成为营销大师》作为一本诙谐、深刻的普及读物，力求在个人的生活和工作中取得平衡。她倡导的不加修饰的方法——深具创造性地解决问题、有效沟通的方法——既实用又鼓舞人心。

Alex Szekely

Golden Door and Rancho La Puerta

Fitness Resorts 公司总裁

Danielle Kennedy 的营销方法诚挚直观，跃然纸上。她是一位导师，对于任何业内人士，本书都应该成为必读书。

Flavia Weedn

艺术家/作家/设计家

Danny 的书让我们回忆起初涉营销时有多么自然。赶上“生意”是如此容易，但对于我们的产品重新充满热情的重要性，忘记起来也同样如此容易。

Shirley Pepys

NoJo 公司共同创办人

当我要学习有关营销知识并学得正确时,我希望老师应该是一个干过营销并取得一流业绩的人!同时,我还希望老师能教给我如何建立一个从事营销行业多年后仍能保持关系的忠诚顾客。Danielle Kennedy 的这本书远不止满足了这些条件。这是一本成功之作,传阅吧!

Danny Cox, CPAE

职业演说家/培训家

再没有比 Danielle Kennedy 更可靠、更有实践经验、更可爱的营销培训师了。如果你有志开创成就更辉煌的未来,你必须读一读本书。听了或读了 Danielle 兼具实用性和经验性的理念是不可能不取得更大成功的。

Patricia Fripp, CPAE

Get What You Want 的作者

对任何希望学习大量营销技能的人士来说,这都是一本精彩的好书。我全心全意地推荐它。

Nido R. Qubein, CPAE

Creative Services 公司主席

High Point, 北卡罗来州

Danielle 是我听说过的最杰出的演说家之一。她把能量和热情与如何增加营销业绩的可操作理念结合起来。她先进的技巧将为你取得更大成功注入新的活力。

Rita Davenport, SCP

Arbonne International 公司总裁

对于任何依照 Danielle Kennedy 的强大计划行事之人,本书将使其营销业绩增加到原来的三倍。她自己的生活无可辩驳地证明了这些活力四射的原则在真实的

营销世界中照样行得通。《如何成为营销大师》是必读之书。

Glenna Salsbury, CSP, CPAE

Salsbury Enterprises 企业, 职业演说家和顾问

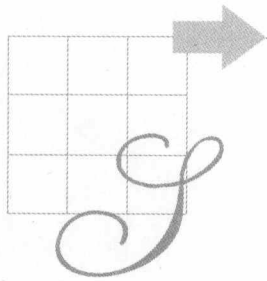
本书对于专业营销的艺术有着独特而惊人的贡献。Danielle Kennedy 在本书中将源于实际的洞察力和技巧, 与对个人情感和性格的敏锐感知极好地结合在一起。每一个营销专家都应该将此书作为他们永久阅读书库的一部分。

Brian Tracy, CPAE

Brian Tracy Learning System

Psychology of Achievement 的作者

目录



序 I

导言 III

给予《如何成为营销大师》一书的热情赞誉 V

第1章 遵循人性动力的驱使 向着既定的北方前进 1

- 绝不轻言放弃 3
- 忘掉后果 6
- 睿智、进取及超然 10
- 放下包袱，轻装上阵 11
- 一步一个脚印地工作 12
- 从容面对恐惧 14
- 明智地选择你的旅伴 18
- 旅途中一定要加入乐观主义者的队伍 19
- 运用想像力作为事业发展的强劲动力 21
- 屠龙 23

第2章 真实可信的形象 29

- 美德和价值观 29
- 寻找你的热情并以此塑造自己的形象 32

信守承诺,造就了 NUSKIN 公司	38
塑造适应市场需要的街头才智形象	39
可靠性具有永恒的影响	39
包装你的形象	40
良好的举止和有趣的创意	44
尊重会产生奇迹	45
平易近人的形象	48
富于关爱的形象	49
记忆会强化你的形象	50

第 3 章 百万业绩之道: 劝服更多目标客户, 打开更多新市场 51

全球性的上门推销者	52
多重个性, 多种领域	54
直取目标	56
开创市场领域	57
以热情、力量和自信拓展市场	60
协作和质量	68
回报哲学的奖赏	70

第 4 章 以亲近消除不正当的竞争 75

创造活力	77
准备的神秘力量	78
独特	86
服务意味着奴颜婢膝	89
快速反应很重要	90
点燃	92
利用推荐增温	93
用成功的问题打开关系	96