

Mc
Graw
Hill Education

e^{WIN} 财经易文

前太阳微系统公司 (Sun Microsystems)
资深全球客户经理尼克·迪希维斯 (Nick DeSilvis) 专文推荐

百万销售师

建立销售团队,发掘“成交推手”,
仅需两次拜访,快速实现大宗销售项目

The Million Dollar Sale

By Patricia H. Gardner, Timothy Haas

派翠西亚·贾德纳
提摩西·哈斯
刘复苓

著
译



中国财政经济出版社

百万销售师

建立销售团队，发掘“成交推手”，
仅需两次拜访，快速实现大宗销售项目

派翠西亚·贾德纳 提摩西·哈斯 ◎ 著

刘复苓 ◎ 译

中国财政经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

百万销售师/贾德纳著;刘复苓译. —北京:中国财政经济出版社, 2005. 5

书名原文:The Million Dollar Sale

ISBN 7-5005-8177-7

I. 百… II. ①贾… ②刘… III. 销售—方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 042431 号

著作权合同登记号:图字 01-2005-2417 号

Gardner, Patricia

The Million Dollar Sale

ISBN 0-07-144519-6

Copyright © 2005 by H. Gardner

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 8 印张 130 千字

2005 年 5 月第 1 版 2005 年 5 月北京第 1 次印刷

定价:24.50 元

ISBN 7-5005-8177-7/F·7149

(图书出现印装问题,本社负责调换)

推荐序

利用合伙与结盟， 成交千万元生意

我 闯荡销售界 40 载，退休前担任的是升阳电脑资深全球客户经理一职。当时，我的主要职责是到全球各处地方与区域办事处，帮助我们的销售人员利用合伙与结盟，找出高价生意并促其成功。为确保我们的销售人员达到高标，我极度依赖由派翠西亚·贾德纳所提出的高速团队销售技巧，并且很荣幸地亲眼目睹这项技巧付诸实行。如今，她在本书中与全球销售专业分享这些技巧，这实在是件相当令人兴奋的事。

1990 年代中期，我担任升阳公司制药产业资深销售代表，负责强生集团（Johnson & Johnson）的生意，有一天，派翠西亚来电约我共进午餐。当时她服务于某家系统整合商，负责推销顾问服务，这是个竞争激烈的市场，但从她的说明中，不难发现她非常了解这个产业。无论是哪一种

百万销售师

The Million Dollar Sale

产品或服务，只要能提升我谈生意的软硬件效能，我都很有兴趣，于是我当下就同意与她会面。

见面后，我们交换彼此产品与服务信息，至于我该如何拓展手边生意及扩大与强生公司的合作机会，她也提出想法。我可以听出派翠西亚言之有物。她通过研究发现，全球拥有 200 多家分公司的强生集团并没有一套企业级系统将各分公司与办事处连接起来。她想要在其他竞争者发现这一点之前，抢得先机，与强生公司掌控预算的高层会面。她开出一项吸引人的提议：“如果你让我加入，我保证你有机会和我手上最大的客户做生意。”

当时我刚好有个洽谈机会，于是我带她一同前往。在现今业界，你若想谈成大生意，不能只靠和对方闲聊。首席信息官或企业副总裁绝对不愿让你打探内幕，企图找出他们的需求。如果你无法提出增加利润或降低营运成本的构想，对方不会想要与你会面。这种业务拜访所需的准备时间，是一般业务拜访的三倍之多，而派翠西亚的确扎实做好功课。她针对对方正面临的内部网络问题提出了漂亮的解决方案，这虽然只是件小事情，但由于整个团队迅速准备就绪，为她的公司成功赢得强生集团的信任。之后，目标中的大笔生意也就手到擒来。

我和派翠西亚合作不过一年多的时间，就谈成 4 笔大

推荐序

利用合伙与结盟，成交千万元生意

生意，增加 700 万美元的营业收入，两年之后，我们总共获得 9 笔生意，总价超过 1500 万美元，其中包括我们双方的客户。多年来，分析我们合作的甜蜜果实，回顾其销售与服务循环，我成了她的首位“成交推手”^①（Codebreaker），帮助她轻松接触新客户的高层决策者。在她的销售生涯中，她持续使用并完善这套高速度、高风险的销售方式，她自己自然也成了一位功夫高强的成功推手。现在，她通过自己的顾问事业与演说，将这套知识传授给新一代销售人员。

在本书中，派翠西亚逐一列出一举超越销售配额所需遵循的步骤，无论你销售哪一种产品或服务，都能受用无穷。她先阐述采取团队销售法的必要性，然后告诉读者如何准备完美无缺的产品说明；组织与管理所向无敌的战略小组；在维系复杂生意的同时，又能找到新机会，并且在面对从送货人员到首席执行官时，有效且真诚地与每个人沟通。

在广泛的策略性论述之间，她还穿插了许多小秘诀，帮助读者加速销售流程，甚至让生意起死回生。一旦领会

^① 编注：成交推手是已经和你的潜在客户签下每年价值千万元合同的人，他通常是别家公司的销售代表。

百万销售师

The Million Dollar Sale

派翠西亚所谓三度空间思维的适用性之后，就能掌握每次机会，任何业务目标都能实现。

我不会一味吹捧，要想吸引成功推手的兴趣，并准备承受高价销售的压力，所花的功夫与准备时间将远多于你以往的经验。但只要能够将派翠西亚的理论付诸行动，建立你的团队，成功找到成功推手且共同创造成交，成功将如雪球越滚越大：每位伙伴成员都会积极寻求新机会，以便为你筹组下一个必胜团队。此时，若你的竞争对手想要打败你，门儿都没有！

——尼克·迪希维斯

前太阳微系统公司资深全球客户经理

前 言

两次拜访，轻松成交

百万销售师秘诀

当一座高墙横在你面前，你不应该这么想：“我要使出多大力气来推开它？”相反，你应该思索如何攀越这座高墙。最后，这种思考方式将改变你的做法，你将从销售导向转变为思考流程导向，这正是发现并谈成远高于销售配额生意的关键之一。

前 言

两次拜访，轻松成交

我 在销售界长达 30 年，有两个字常在我心，那就是“速度”。1973 年入行之初，我一心想将高速的施乐（Xerox）复印机推广至费城各公私立学校。20 世纪 80 年代初期，我转战加拿大市场，销售那些处理速度与日俱增的电脑。到了 20 世纪 90 年代中期，我转而进入一家顾问公司工作，我们将客户锁定在《财富》（*Fortune*）杂志前 500 家大企业中的信息科技公司，我们设计与执行的解决方案，其速度效率让我醉心不已。

但是，对于我的这些雇主而言，最重要的只有一种速度：我多快能再谈成一笔生意？情况总是如此，对不对？现在，请容我这位销售界老兵告诉你一件事：在今日竞争激烈的企业环境中，尽快成交的压力远高于以往。你上次与客户会面签约，是什么时候的事了？请你拿支笔，签个名，马上传真给对方，做好该做的事吧！在现今商界，我们没有时间在中层主管身上耕耘，期望有天能接触到真正的决策者。我们必须每次皆从高层下手，在高层做成生意。

我在职业生涯中所读的每一本书，参与的每场研讨会，都将重点放在提高自信与增进销售技巧上，这些当然

百万销售师

The Million Dollar Sale

是值得追寻的目标，但比起每次都能与副总裁与首席信息官等高层人士有效会面，前者就显得微不足道。因为，只要是正确的解决方案，就能在适当的时机自我推销。秘诀在于找出机会，抢占提供这项解决方案的时机与位置，理想状态下，不出 30 天，只需拜访两次，就能轻松成交。

“业务成交推手”在此扮演重要角色。

“成交推手”理论

关于这项理论，我稍后会详细介绍。简单来说，成交推手是已经和你的潜在客户签下每年价值千万元合同的人，他通常是别家公司的销售代表。

我的第一位成交推手是以前在施乐公司的同事，他后来跳槽到一家知名电脑公司。他每年卖给制药公司的硬件，超过上百万美元。当时我服务于一家系统整合商，我发现这位前同事的公司并未销售顾问服务，于是我提议与他合伙：如果他能帮我打入制药产业，我就介绍我的一位客户给他。我们的初次合作结果非常成功，于是便继续这种合作模式。在 12 个月之内，我们的成交金额便超过 700 万美元。

前 言

两次拜访，轻松成交

在此之后，我了解到，在进行特定项目时，若能和有成绩的厂商合伙，会是一条和新客户成交的必胜途径。为让新客户打开生意大门，你用别人的声誉作为部分筹码，加上你准时在预算内进行的销售努力，其效果远超过你个人所承诺的境界。

我下定决心要继续这种销售模式，于是，针对每一家我想要接触的主要客户，我都设法找来一位成交推手。不过，你也应该想像得到，成交推手并不像那些整日在茶水间聊天的人，等着你来搭讪。他们都是超级大忙人，不断忙着为他们的客户提供价值，以成就高目标。在思索寻求成交推手协助之前，你得先了解你的产品与市场，随时准备说明你要如何为对方的客户带来全新的生意提案。

销售能力准备

短时间内谈成大生意其实和销售能力及事前准备关联不大，这让许多人感到惊讶。请别误会我的意思，能随时磨炼技巧，做好准备总是有帮助的，不过，有许多销售人员，就算能够靠着一张嘴皮子，说服鳄鱼买下皮包，但最后却因为无法真正解决顾客的问题，而和顾客渐渐疏远。

百万销售师

The Million Dollar Sale

我们周围不是到处都有这种人吗？

我所说的准备工作，不光是了解你的产品与市场，还要多照顾你的支援人员，让他们在紧急时刻，随时准备提供支援。要发展出一群内部战略团队，在你提案时迅速反应，并同时张大眼睛搜寻新销售契机。还要跟上创新脚步，以便让你每回与潜在客户或成交推手会面时，能确实提出有价值的意见。

不过，最重要的准备工作，可能还是为全新的销售方法做好心理准备。

思考或沉沦

你入行之初，旁人殷切叮咛的事情之一，可能是：“别放弃！再打 10 遍电话、多敲 20 扇门，直到你做成生意为止。”然而，我的看法却不同。“任何生意都是好生意”——这只是小规模事业者的撤退之道。

当一座高墙横在你面前，你不应该这么想：“我要使出多大力气来推开它？”相反，你应该思索如何攀越这座高墙。最后，这种思考方式将改变你的做法，你将从销售导向转变为思考流程导向，这正是发现并谈成远高于销售

前 言

两次拜访，轻松成交

配额生意的关键之一。

让我以一个小故事来说明。我刚调往加拿大为施乐公司服务时，我最喜欢向那些我们所谓的“零产品”客户进行推销，这些客户企业尚未使用任何施乐公司的产品，向他们推销，既是极大挑战，也有机会成为英雄。我桌上的潜在客户档案中最费人猜测的，就是加拿大固特异轮胎公司（Goodyear Canada），该公司连续多次拒绝我们几位销售好手。这份档案放在我的桌上已有两个月的时间，我一直在思考：“这些优秀同事一直无法谈成这家公司的生意，我又怎么会成功呢？”

我对轮胎一无所知；我甚至也不懂汽车。我手上只有其他销售人员的笔记资料。在我查阅一些信息，大致了解这家公司之后，有一天，我在停车场发现我们所有技术人员使用的箱型车胎上都印有 Goodyear 的字样。于是我打电话到位于多伦多的公司总部询问：“我们总共租用多少辆汽车？”答案是约有 2200 辆通用汽车（GE），而每一辆车都使用固特异轮胎。

现在，我从资料中了解，固特异公司总共拥有一两台相当大型的柯达（Kodak）复印机，再加上其他许多小型设备。我又询问我在业界的熟人，他是否知道柯达公司租用了几辆通用汽车。至今我仍不明白这位友人为何如此神

百万销售师

The Million Dollar Sale

通广大，他居然立刻回答我，柯达公司只租用 275 辆通用汽车。于是，我打电话给固特异公司，约定会面时间。

与我会面的是一位粗壮但还算亲切的男士，看得出来他相当以他的公司自豪。我请他稍微介绍固特异公司在业界的排名，他提了几个惊人的统计数字之后，话锋一转，开始向我描述 1970 年代许多海外制造商前来取经，复制固特异所有技术。如今，他们自己开发出的工具却被人用来抢夺他们的市场地位。

“同样的情况也发生在施乐公司。”我说。

他面带同情地看着我。“我知道，”他说，“而且他们比你们便宜。”

我事前做的准备现在派上用场了。“你知道吗？”我继续说道，“这正是我们的两大共通点之一，另一项共通点则是我们的合伙关系。”

他摇摇头：“合伙关系？我们完全未使用贵公司的设备啊！”

“我知道，但我们公司却大量使用贵公司产品，”我引用友人提供的数据，“我们有 2200 辆使用固特异轮胎的通用汽车。”他睁大了眼睛。“我也知道贵公司使用柯达公司体积巨大的复印设备，但你知道他们只有 275 辆工作车吗？”

前 言

两次拜访，轻松成交

“哦！我的天哪！”

“这是你们合伙关系的惟一问题所在，”我说，“它是单向的。”

没有多久，他便将柯达公司所有大大小小的影印设备赶出公司。在此案例中，他并没有为公司省钱，因为我们的价格比较贵，但是，我们为这段合伙关系所做的贡献，却是其他厂商无法比拟的。在此，我希望你也能调整你的策略性做法，以得到相同效果。

如何使用本书

无论是耐久设备或顾问软件，你都可以将本书的理论运用于任何产业，然而，这本书却不适合销售新手。阅读本书的销售人员，必须具备基本销售知识，而且至少具有两年的实战经验。不过，如果你需要的话，本书前4章算是策略性进修课程，能够帮助你：

- 短期内深度了解你的产品或服务（或认识新产品或服务）。
- 确认你的竞争对手是谁，并对他们的优势与弱势有

百万销售师

The Million Dollar Sale

所认知。

- 找出你的垂直市场（这对于需要专注于利基市场，以求成长的小型公司特别有用）。
- 找出并利用各种资源，以指出垂直市场中的潜在客户。

如果你已确实掌握你的产品与市场，则可直接阅读第5章“找出成交推手”。第5、第6两章将揭露如何从同事、客户甚至邻居中找出潜在成交推手的秘诀，并告诉你如何培养出一段互惠的合伙关系。

如果你一向积极建立人际关系，则也许你在了解成交推手的定义之后，会发现周围就有符合标准的现成人选。此时请直接进入本书核心，学会如何找出价值千万元的生意机会，并在两次销售拜访后便顺利成交：

- 与潜在客户会面前，先发展三项可能计划，并想好万一不成功，要如何应对与调整。
- 让成交推手主导首次业务拜访，而且别忘了事后立即听取汇报。
- 和公司内部团队进行评析，确认你能够提供客户需要的解决方案。

前 言

两次拜访，轻松成交

- 说服那些能够影响客户的重要人士给予认同。
- 二度拜访时重炮出击，准备让最终企划定案。
- 结案在即之时，以视频会议确认每一细节。

每章结尾皆附有重点检核表，供你记录进度、画重点，并复习本书核心理论。虽然近年来我从事的产业都以信息科技顾问与软件为主，但我尽量汲取我个人广泛的产品推销与销售训练经验，为读者提供适用于每一种产业、每一类销售的实际范例。现在，请吸取你所需要的知识，好好享受成功的果实吧！

如果你是销售经理

我建议你利用本书提供的机会，仔细审视你的销售文化。如果有幸拥有一组自动自发、机动性强、早已实现或超越目标的销售团队，则可将本书视为适合你改变作风的新构想。毕竟，谁会拒绝在骄人的销售成绩上，再往上加个5%呢？另一方面，如果你正身陷泥沼，每季成绩不理想，手下销售人员士气不振，则可将本书视为做事更有效率、更有效能的指引准则。