



翻开就后悔

翻开这本书你也许想说：

原来名片这么不“单纯”，它的秘密太多了

因为对名片太“公平”，我走弯路了

销售大牛不愿说的名片玄机，我自己找到了

这本书，我等得太久了！

别找了， 客户藏 在名片里

许丽洁◎著

没啥大人物青睐，
只有一群销售老江湖和小编拍桌子推荐！

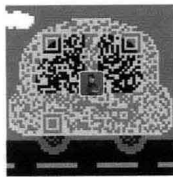


北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

森冠认证

别找了，客户**藏**在名片里

许丽洁◎著



与作者一起侃侃名片的故事



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

别找了, 客户藏在名片里 / 许丽洁著. —北京: 北京大学出版社, 2013.10

ISBN 978-7-301-22212-6

I. ①别… II. ①许… III. ①销售-方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 036463 号

书 名: 别找了, 客户藏在名片里

著作责任者: 许丽洁 著

责任编辑: 宋智广 王 妮

标准书号: ISBN 978-7-301-22212-6/F·3557

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电子信箱: sgbooks@126.com

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672

编辑部 82670100 出版部 62754962

印 刷 者: 北京海纳百川旭彩印务有限公司

经 销 者: 新华书店

787毫米 × 1092毫米 24 开本 9.75印张 246千字

2013年10月第1版 2013年10月第1次印刷

定 价: 39.00元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前言

“在大小场合收到无数名片，我该如何通过名片找到客户呢？”

“找客户找得太辛苦了！以为拿到名片就能找到客户，但谁才是我真正的客户呢？”

“好不容易通过一张名片联系上了客户，以为就要成交了，但是报价单一发出去，就再也没有收到客户的回复！任凭怎么联系，就是杳无音信！”

“刚拿到大企业的名片时，我那激动劲儿呀，恨不得能蹦到泰山顶。但一番跟踪下来，我的心直接凉到地中海去了。客户的要求远超出了我们公司可以承受的范围！真可惜，浪费了我那么多工夫，季度考核指标到现在还没着落呢！”

.....

看着网友们在使用名片时遇到的这些问题，我的心情非常复杂。我能体会到留言背后网友们迫切的心情，能感受到他们焦急的目光。他们的感受如同当年初出茅庐的我，这些我都曾一一经历过。

从懵懂女生一脚踏进外贸行业中，成为一名外贸 Sales 的那一刻起，我的工作就是每天围绕着“名片”“客户”“订单”而展开。

我哭过——为找不到客户；

我无奈过——为客户的临阵跑单；

我兴奋过——为客户的第一张订单就长达3年；

我欢笑过——为带领团队打赢了国际投标战；

我骄傲过——为代表中国企业接受了国外元首的邀请。

16年的岁月，真是弹指一挥间，但又历历在目。

正是由于这些经历，今天的我更能从心灵深处去理解年轻朋友们的迷惘与渴求。他们渴望成功，愿意为成功勤奋付出，但无奈于经验匮乏、欠缺方法，导致“高能低效”的事情每天都在工作中重复发生。其中的压抑、郁闷、怀疑甚至放弃，屡见不鲜。从最初接到一张张名片时的欣喜若狂，到最后面对眼花缭乱的名片而黯然神伤、离职、转岗，都是过不了“从名片转化为订单”这最普遍也是最难的一关。多少热爱销售工作的年轻人最后在顶不住业绩考核的压力下，被迫选择放弃！

从名片到订单真的那么困难吗？

是的，如果没有掌握正确的方法，它确实很难。

若没有经验，你很有可能错误地臆断客户：把本来就不属于你公司的客户误判为“真实、潜在”的客户，经过劳心费力的跟踪，最后以无果而收场。与此同时，还有可能与真客户擦肩而过，痛失与之交流、合作的机会。没有真客户，业绩指标如何落实？“抓狂”甚至“出局”也就不是意料之外的结果了。

从名片到订单真的那么容易吗？

是的。如果你知道了自己的问题所在，掌握了正确的方法，它确实很容易。

在这里，我把16年来吃苦碰壁流下的心酸泪转化成文字，有了这些经验和总结，也许

会减少你因找不到真客户，而产生的种种苦恼。我们可以通过对名片的梳理、对客户背景的调查与评估等方法的综合应用，让你小试牛刀——初尝成功的喜悦；也许还能让你通过小小名片收获订单以外的、你想不到的惊喜，比如人脉、业脉！

要想找到真正的方法，先来正视自己的问题，看看自己在工作中是否留意过以下问题：

- 你关注过名片上重要线索的深入分析与核实工作吗？
- 如何从名片中快速锁定公司的“真实、潜在”客户呢？
- 你使用过什么方法来定期筛选客户？听说过销售人员在整理名片时的“五个一工程”吗？

如果能针对自己的问题在书中找到“解”，相信你的业绩一定能有所提升，成为轻松享受美好、惬意销售工作的主儿，真正地体会到成就感！

除此之外，你是否还思考过：“手中名片除了能变成客户和订单，它还有啥用处？”

在本书的最后两章，你也许会找到我想给你的答案：如何使用名片让自己成为穿梭在各种商业和私人社交场合中最有吸引力的人，积累和开发出“人脉资源”和“业脉资源”。因为名片其实也是“人脉资源”和“业脉资源”的载体，如果使用恰当，它一定能为读者未来的职业和事业发展奠定坚实的基础。

我在撰写本书时，有个设想：写一本有用、有趣、易懂的书。

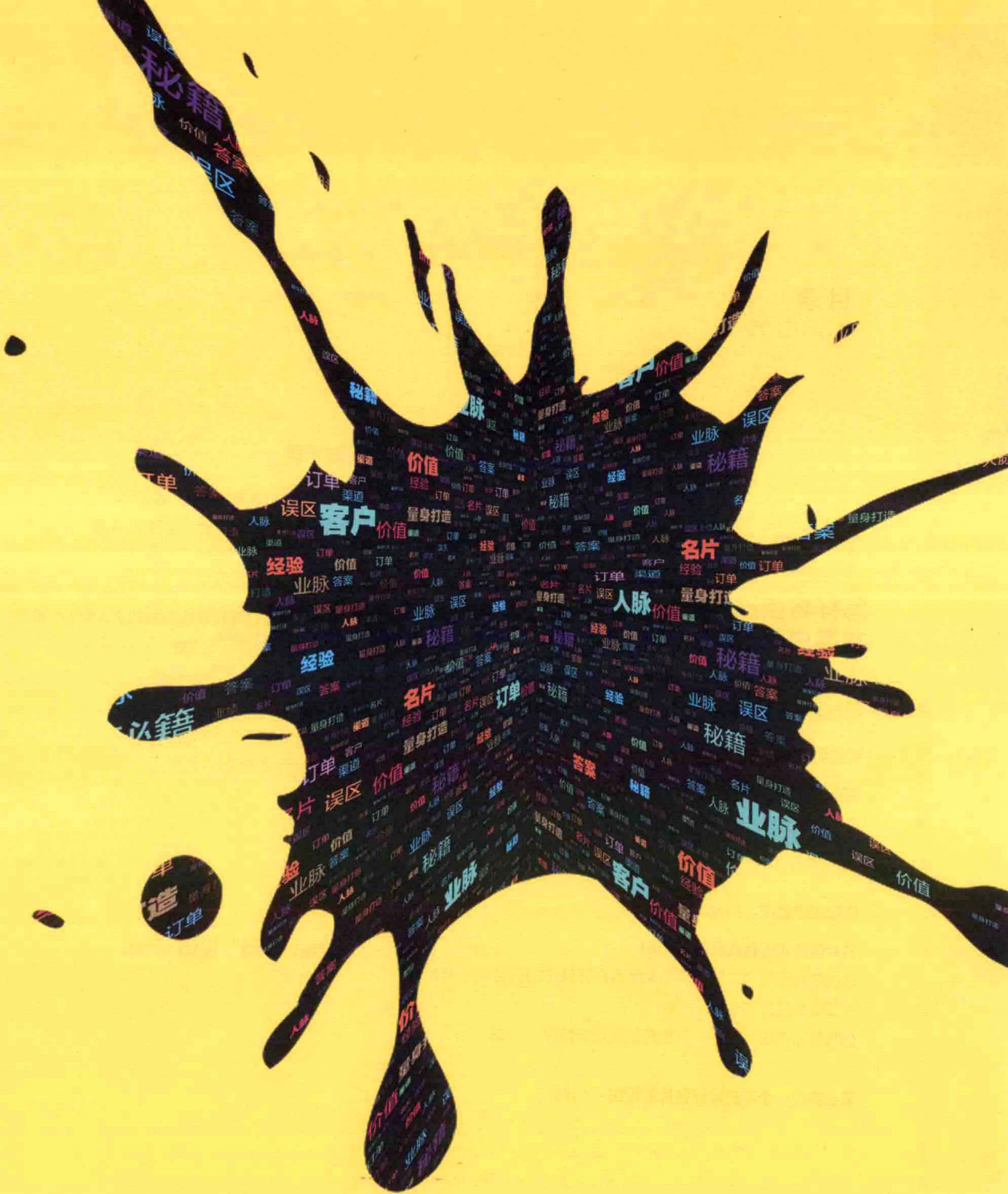
有用：让读者真正做到开卷有益，书中内容对工作具有长期指导作用，经得起读者反复阅读、思考和使用。让读者购书的一次性投入能获得长久的“投资回报”。

有趣：在写作过程中，尽量使用轻松、诙谐的语言表达书中本身严谨的逻辑和枯燥的使用方法。让读者愿意读、喜欢读，“带着笑容擦眼泪”。

易懂：顾名思义，希望本书不晦涩、简单、实用、好操作。

掏心窝子的话说了一大通，亲爱的读者们，咱也别光说不练了，让我们从心动变行动，打开本书，寻找答案，解决疑惑吧！

如果还嫌我在书中讲得不过瘾，那我就在微博上静候着你们！在微信上等着你们！



目录 CONTENTS

上篇

充分利用来之不易的名片

第一章 名片误区连连看

- 众里寻它千百度，名片不知在何处 // 005
- 这样的名片你喜欢吗 // 008
- 名片上呈现的内容越多越好吗 // 008
- 名片就是你的脸面，粗制滥造要不得 // 011
- 别笑我是“好色之徒”——名片颜色得当很重要 // 013

- 使用习惯很重要 // 015
- 你会怎样处理收到的名片 // 015
- 不备注，后果很严重 // 016
- 你是否轻视了名片背后的重要信息 // 022
- 你会像乔·吉拉德一样发放名片吗 // 026
- 走四方，一张名片走遍天下都不怕吗 // 027

第二章 没人告诉你的秘籍——名片的有效筛选技巧

你所不知的名片阅读技巧 // 030

现场拿到名片，怎么读 // 031

非现场拿到名片，怎么读 // 032

事无巨细——细节决定成败 // 033

火眼金睛“识”规模 // 033

火眼金睛“辨”性质 // 038

火眼金睛“看”行业 // 043

火眼金睛“定”范围 // 046

你知道名片分类的“道道儿”吗 // 048

你确信“大咖”就是你的客户吗 // 049

从此结缘的“客户四分法” // 051

第三章 名片管理的“十八般武艺”

名片信息如何分类归档 // 059

按地域不同分类 // 059

按产品不同分类 // 061

按见面时间和地点不同分类 // 061

按成交的期限划分不同分类 // 062

按应用的行业不同分类 // 064

公司与个人，名片管理各不同 // 066

公司对名片的管理 // 066

个人对名片的管理 // 070

名片信息归档的常用方式 // 072

实物归档 // 072

复印件归档 // 074

Excel 电子归档 // 075

手机归档 // 078

自己动手，丰衣足食 // 084

第四章 眼见并非一定为实——名片信息的求证

无偿渠道的求证方法// 92

根据常识经验，直观地从名片内容上作判断// 92

不用白不用——免费的网络求证平台// 102

巧用行业协会搜集有效信息// 106

利用其他行业客户的口碑——客户转介绍// 107

直接向客户提问// 108

有偿渠道的求证方法// 111

综合信息全了解——第三方认证公司// 111

银行征信系统// 113

第五章 掘金之道在用心——客户的跟踪与成交

从名片本身看出的商机——理解客户的需求// 117

当客户是百货公司买主时// 118

大型连锁商超卖场是你的客户吗// 121

著名品牌运营商在想什么// 122

你是批发商的“菜”吗// 123

贸易商的需求是什么// 124

你适合和零售商打交道吗// 125

品牌代理商与品牌经销商和你“门当户对”吗// 126

系统集成商需要什么// 129

你了解运营商吗// 131

“门不当，户不对”，选中客户也白费// 135

根据公司规模确定客户// 137

从产品供应能力出发选客户// 137

以行业特性为出发点选客户// 138

从公司发展阶段看出谁是你的客户// 138

客户跟踪有妙招// 139

深挖名片价值——“五个一”工程// 139

永不消失的客户——为公司建立有效的FAQ库// 142

第六章 如何使用名片构建人脉

名片背后隐含的巨大人脉关系网，你看到了吗// 146

了解人脉资源的类别// 150

根据形成的缘由不同分类// 150

根据所涉及行业领域不同分类// 151

根据重要程度不同分类// 152

如何进行人脉资源规划// 156

如何找到职业生涯规划的方向// 157

如何评估人脉资源现状// 158

明确人脉资源积累的条件// 159

如何设计人脉资源结构// 161

寻找人脉资源的源头并加以利用// 162

名片是人脉资源的存折// 162

建立你的人脉资源数据库// 164

人脉名片的使用与实践// 165

如何开发潜在的人脉资源// 166

目录 CONTENTS

下篇

怎样将自己有效地呈现在客户眼前

第七章 名片如何高效呈现

我的名片谁在乎 // 174

有料就要抖，根据现有客户挖掘自身优势 // 175

公司优势亮出来 // 176

产品优势“秀”出来 // 179

你想和谁合作 // 183

名片信息如何有效呈现 // 184

你的名片不能“二”——不要给客户怀疑你的机会 // 185

别让你的名片不专业 // 186

你想脱颖而出吗？——让信息的呈现有特色 // 188

请给客户一个不扔掉你名片的理由 // 198

⑧

第八章 你的名片发对了吗

你有几套名片，你应该有几套名片 // 202

职业场合的“脸谱”——名片体现专业性 // 203

个人名片——人脉和业脉之“源” // 204

窥探高层人士的名片 // 206

名片“变脸”——你遇到过等级观念超强的企业吗 // 207

注意！你就是公司的“名片” // 208

发放名片也有不同方式 // 212

场合不同，名片发放方式不同 // 212

对象不同，名片发放方式不同 // 219

后记 “蛋”生记 // 222



上篇

充分利用来之不易的名片

第一章

名片误区连连看

相信吗？只要你身处职场，每天处在人际交往的旋涡中，你就无法离开名片，不管你喜欢与否。在职场上，你的收获一定程度上取决于你平时对待名片的态度，根据你“善待”它还是“恶待”它，它给你的回报也将截然不同。那么，在处理名片的过程中是否会存在一些误区呢？请大家不客气地对号入座吧！

相信吗？只要你身处职场，每天处在

人际交往的旋涡中，你就无法离开名片，不管你喜欢与否。它的重要性，就好像我们必不可少的一日三餐一样。短时间内少吃一餐对身体的影响可能是间接的、隐性的，但多年积累下来，必定会给身体造成这样那样的伤害；而没有和名片打交道的良好习惯，后果很可能是，老板直接请你走人！

“人在江湖，身不由己”，小小名片，你爱它也好，恨它也罢，但是你不得不承认，它在你的职业之路上扮演着非常重要的角色。名片可以给你带来吉祥好运，在你的正确使用下，张张名片会变成接踵而来的订单，给你带来坦荡的升迁之路，甚至是未来的“业脉”。当然，它们也可能给你带来倒霉厄运：让你业绩颗粒无收，被公司炒鱿鱼，直接丧失职业前途！

“为什么会有这么大的差别呢？”

也许你不禁要问。

1

客户

人脉

业脉

订单

名片

误区

教训

秘籍

2

其实原因很简单：你的收获取决于你对待名片的态度。你“善待”它还是“恶待”它，它对你的回馈自然也就有天壤之别了。

不信？我们来看一些真实的案例，读者朋友们不妨对号入座，看看我们平时使用名片的误区都有哪些？也许你能从下面的内容中知晓自己业绩低，人脉、业脉不畅的原因！

众里寻它千百度， 名片不知在何处

1

大家是否有过这样的经历：不用名片时，它们“娇小”的身影时刻在各处闪现，办公桌上，抽屉、笔筒、公文包、衣服口袋、钱包、笔记本和名片夹里，甚至家里的写字台、餐桌上，到处“闪现”着它们绚丽的身姿——大小各异的形状，五颜六色的外衣，如同邻家小MM般亲切可爱，只要你需要，她随时会送上随和的笑容。

2

可是，当你真正需要一张名片时，它却难觅踪迹。你只能一边苦思冥想，一边在自己前胸后屁股的口袋里摸索。如果此时，你在办公室搜索无果，可能还会萌生立即请假回家继续搜查的想法！心里还难免恶狠狠地骂道：“小样儿，和我玩藏猫儿？看我找到你，不吃了你！”骂是骂了，可脑门上不知何时渗出的汗珠却泄露了你的无奈和焦急。如果这时，碰巧助理催你去向老板汇报该客户的跟踪进展情况，请问你有啥感想？！

3

平时在社交场合收集来的名片，可以说是五花八门、各色各类，但是由于疏于对名片进行有效的分类、归纳和管理，人们经常出现以上的类似情况。在职场中，在各地、各公司和各行业的每一天中，职场达人们都同时演绎着关于“名片”的不同剧本，其中不缺乏“搞笑”的剧本，但也绝不缺少“悲剧”的版本。

来，我们先看一个“血淋淋”的名片悲剧。

①

Nick, 80后, 型男, 江湖人称“品牌控”。因为赶上国家好政策时出生的，所以是家中独子。娇生惯养，从小到大，都有人伺候，家务活儿一概不沾手，类似归纳整理这样的活儿自然是不知为何物。大学毕业后，Nick顺利通过面试进入了中国一家著名的文化产业公司，主要做奢侈品牌方面的策划工作。

②

不久，Nick跟着主管出差去拜访客户A。主管能力超群，商务沟通水平也是一流，席间与客户A交谈甚是投机。客户也不含糊，不仅自己有意愿向Nick所在公司合作，还把集团公司另外一家分公司业务经理B的需求向他们做了转介绍。

③

除此之外，客户A还特意从自己的名片夹中抽出了这位业务经理B唯一的一张名片递给了Nick的主管。作为主管的助理，类似整理名片这样烦琐的事务性工作自然落到了Nick头上，所以这张名片也很自然地落到了Nick手中，紧接着他们又一路出差拜访了其他客户。

④

回到公司，正赶上快年底了，公司上下一通忙乎，Nick正兴奋又新奇地体验着自己的这份工作时，主管突然问起了关于和客户B的沟通进展情况，Nick的脑儿，在客户档案表里，没有见到这个客户的资料呀？好在他反应快，支吾了一下，先应付过去了。