

改变亿万人命运的销售圣经



世界上 最伟大的 推销员

宿文渊 编著



中国华侨出版社

013066336

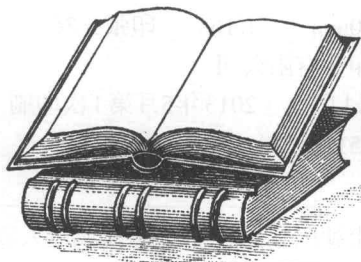
F713.3
376



改变亿万人命运的销售圣经

世界上 最伟大的推销员

宿文渊 编著



北航

C1673827

中国华侨出版社

F713.3
376

013088338

图书在版编目 (CIP) 数据

世界上最伟大的推销员 / 宿文渊编著. —北京: 中国华侨出版社 2013.3
ISBN 978-7-5113-3411-4

I.①世… II.①宿… III.①推销—通俗读物 IV.①F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 056000 号

世界上最伟大的推销员

编 著: 宿文渊

出版人: 方 鸣

责任编辑: 尹 影

封面设计: 王明贵

文字编辑: 邹 蒙

美术编辑: 潘 松

经 销: 新华书店

开 本: 710mm × 1000mm 1/16 印张: 36 字数: 747千字

印 刷: 北京德富泰印务有限公司

版 次: 2013年5月第1版 2013年5月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5113-3411-4

定 价: 29.80元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成达大厦三层 邮编: 100028

法律顾问: 陈鹰律师事务所

发 行 部: (010) 58815875 传 真: (010) 58815857

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com

如果发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。



前言

做一个好的推销员什么最重要？答案可能有很多种：人脉、技能、技巧、机会等，似乎每一个都不可或缺，但其中最重要的有3个，即经验、方法和知识。为了让梦想成功的推销员获得这三项必备的成功“武器”，我们推出了这本《世界上最伟大的推销员》，其内容全面、案例生动、方法实用，让读者一册在手，即可轻松赢得推销的成功。

学习别人的经验，可以避免重蹈覆辙。我们在“世界上最伟大的推销员”部分精选了全球“销售之冠”乔·吉拉德、日本“推销之神”原一平、20世纪“推销宗师”法兰克·贝特格等世界顶尖级的推销大师的推销经验、人生智慧和成功之道。在本书中，神奇的推销大师原一平教给你发现顾客、留住顾客的秘诀。他告诉我们，发现顾客、赢得顾客只是第一步，管理好客户资源，让老顾客为你开发新客户才是伟大的推销员应该掌握的基本功。被吉尼斯世界纪录誉为“世界上最伟大的推销员”的乔·吉拉德，他告诉每一个销售员：“If I can do it, you can！”他教会了我们如何把任何东西卖给任何人……他们的人生智慧和成功经验被全世界亿万从事推销的人士所推崇和学习，被公认为培养和打造最优秀推销员的活的范例和最佳工具。

在这些世界上最伟大的推销员的思想智慧、人生传奇的引领、感召和指导下，无数的推销员从平凡走向卓越，改变了人生命运。这些大师们在从事推销中所具备的心态、修养、品质、习惯、方法、技巧等，给广大的推销员提供了良好的参考范本，为他们提升个人的修养和素质，改进销售的习惯和方法，迅速提升推销能力和业绩，更好地完善和成就自我提供了极为宝贵的指导和帮助。学习他们成功的经验，对向往成功的你必将大有裨益。

运用正确的做事方法，可以让你事半功倍。在现代市场经济条件下，无论是对企业还是对营销人员而言，要想在激烈的竞争中脱颖而出，必然要透彻地理解营销，娴熟地应用营销工具。营销方法是对营销实践的科学总结，是处理特定问题的利器，了解与掌握各种营销方法已经成为企业管理者必备的商业素质，更是营销人员成就事业的必修课。

本书“世界上最伟大的营销方法”部分从营销环境分析、市场机会选择、确定产品竞争优势、价格定位与营销推广、市场营销策略、营销执行与管理等方面精选

了最有效的营销方法，涵盖营销工作的整个流程。这些方法集中体现了营销大师和商业精英们的经营智慧和营销艺术，其高效性经过了实践的反复检验，可以帮助企业和营销人员解决营销中遇到的各种难题，更科学地作出营销工作中的各项重大决策，从而渡过危机，创造辉煌业绩。

不断充实自己，获取新知，可以使思考延伸，找到正确的方向，增加你前进的愿望和动力。在商业领域，市场营销学是一门最具有综合性的学科。要想成为推销员中的佼佼者，必须具备一定的专业知识，不断提升自己。所以我们在“世界上最伟大的营销书”部分选取了一些最有影响力的营销书，对它们的核心内容和作者做了详细介绍。

这些书籍的作者都是市场营销的专家，他们在市场营销领域提出了很多新的观点。其中很多作家的名字如奥格·曼狄诺、菲利普·科特勒和汤姆·霍普金斯等读者可谓耳熟能详，这些书的确发展和挑战了现有的市场营销理论和实践。

其中杰弗里·吉特莫的《销售圣经》通过精彩的案例分析、幽默的工作方式、细微的情景处理不断影响和改变着管理、销售人员的职业观念，为千百万销售人员提高业绩立下了汗马功劳。汤姆·霍普金斯和劳拉·拉曼合著的《就这样成为销售冠军》结束了数以万计彷徨在销售领域的人们被动、无奈的局面，给在失败线上挣扎的销售人员以巨大的鼓励，使他们具有了走向成功、成为冠军销售员的信心。菲利普·科特勒和特里亚斯·德贝斯在他们的合著书《水平营销》中介绍了水平营销的概念，从而帮助公司避免在研发新产品时落入分割现有市场而非发展新市场的困境。在《关系营销》一书中，里吉斯·麦克纳第一个描述了市场营销等式中变化的客户作用……

本书的三个部分“世界上最伟大的推销员”、“世界上最伟大的营销方法”、“世界上最伟大的营销书”给读者提供了成为伟大的推销员必备的三件利器。每个梦想成功的人都可以从《世界上最伟大的推销员》中广征博取，借鉴营销大师的经验教训，找到最适合自己的营销观念、策略和技巧，显著提高自己的营销水准，踏上成功之路，赢得财富。



目录

上篇 世界上最伟大的推销员



第一章 奥格·曼狄诺教你怎样成为最伟大的推销员

我用全心的爱迎接今天·····	3
我将坚持不懈直到成功·····	8
我是自然界伟大的奇迹·····	13
我永远沐浴在热情之中·····	19
我珍惜生命中的每一天·····	22
我在困境中寻找机遇·····	26
我每晚反省自己的行为·····	30
我要控制情绪笑遍世界·····	33

第二章 原一平给推销员的9个忠告

培养自身，做一个有魅力的人·····	38
处处留心，客户无处不在·····	40
关心客户，重视每一个人·····	42
定期沟通，紧密客户关系·····	46
主动出击，打开客户大门·····	48
赢得客户，好好对待“上帝”·····	54

管好客户资源，让客户连成片·····	59
对生意介绍人必须信守承诺·····	64
重视 250 法则，客户不再遥远·····	67

第三章 乔·吉拉德能将商品卖给任何人的秘密

让产品成为你的爱人·····	71
精心地准备销售工具·····	74
记录与客户交流的信息·····	77
使用气味来吸引顾客·····	79
抓住顾客心理促成交易·····	82
全方位获取销售信息·····	85
积极为成交做好准备·····	88
成功结束推销的艺术·····	92

第四章 贝特格无敌推销术

听到“不”时要振作·····	97
最重要的销售秘诀·····	103
在极短时间内达成销售·····	105
必须学会的销售技巧·····	109
如何确保顾客信任·····	112
让人们愿意和你交流·····	114
不要害怕失败·····	118

第五章 托德·邓肯告诉你如何成为销售冠军

排练法则——排练好销售这幕剧·····	121
靶心法则——开发高回报的顾客·····	125
杠杆法则——让对手成为杠杆·····	129
求爱法则——用真诚打动顾客·····	133
钩子法则——吸引顾客守候到底·····	136

催化法则——建立成熟的客户关系	140
加演法则——不断提升服务质量	144
80/20 法则——重点出击，高利回报	148

第六章 托尼·高登的销售秘诀

放弃你头脑中的一切	150
为了更好的明天学习	152
爱上你正在进行的工作	157
与大家分享你的快乐	160
走上成功事业的巅峰	164

第七章 成就你一生的销售技巧

让笑容成为销售的武器	168
以优雅的谈吐敲开顾客之门	172
倾听的人更受顾客欢迎	176
不可忽视真诚地赞美他人	180
好仪表让客户喜欢你	185
勤于思考使你一路畅通	190
不能忽视的细节的力量	193
诚信的能量永远巨大无比	198
拥有健康是成功的保证	203
生活需要一颗感恩的心	208

第八章 一分钟说服——世界上最棒的推销艺术

开场白沟通技巧	213
预约采访技巧	215
产品介绍技巧	218
成交语技巧	223
处理反对意见的技巧	225

问对问题技巧	227
--------	-----

第九章 9步走向成功推销

勇敢地亮出自己	231
先推销你自己	234
成功始于行动	237
3条黄金定律	239
找到你的客户	242
赢得顾客的心	245
让客户无法回绝	247
完美成交艺术	250
提供美的服务	253

中篇 世界上最伟大的营销方法



第一章 营销环境分析

市场调研	259
外部宏观环境分析	262
外部微观环境分析	264
企业内部环境分析	267
市场机会分析法	270
环境威胁机会矩阵	272
市场潜力分析	275
销售预测分析法	278
市场占有率分析法	280
核心能力分析法	283

第二章 市场机会选择

竞争对手界定法	287
---------	-----

竞争性路径分析法·····	289
消费者购买决策行为分析法·····	293
组织采购行为分析法·····	296
市场细分营销·····	299
利益细分法·····	301
目标市场选择法·····	303
差异化营销·····	306

第三章 确定产品竞争优势

产品生命周期及其营销策略·····	310
品牌定位四步法·····	313
产品与品牌的关系模型·····	316
品牌延伸策略·····	318
产品概念测试法·····	321
产品组合策略·····	324
ABC 分析法·····	328

第四章 价格定位与营销推广

成本加成定价法·····	331
目标收益定价法·····	333
边际成本定价法·····	334
随行就市定价法·····	336
认知价值定价法·····	338
逆向定价法·····	340
动态定价法·····	342
价格调整策略·····	344
促销组合策略制定法·····	347
广告促销策略·····	350
销售促进策略·····	353

第五章 市场营销策略

6Ps 和 10Ps 组合分析法	357
4C 和 4R 营销	360
7P 服务营销	363
关系营销	367
深度营销	370
绿色营销	372
文化营销	376
逆向营销	379
合作营销	381
体验营销	384
品牌营销	387

第六章 营销执行与管理

年度营销计划制订法	390
营销组织构建法	394
营销人员绩效考核法	398
营销人员薪酬设计法	401
销售人员管理法	404
销售业务管理法	407
销售通路管理法	410
营销业务流程规划法	414
营销与财务结合的方法	416

下篇 世界上最伟大的营销书



一 《销售圣经》	421
二 《销售巨人》	434
三 《就这样成为销售冠军》	450

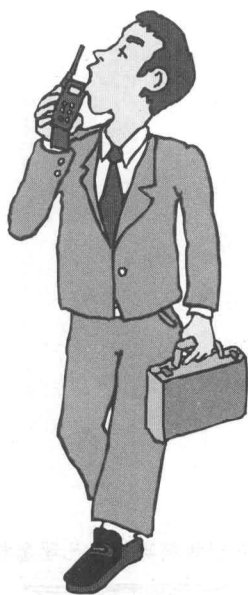
四	《营销管理》	462
五	《水平营销》	477
六	《体验营销》	485
七	《关系营销》	498
八	《4R 营销》	508
九	《营销全凭一张嘴》	523
十	《胜算——用智慧击垮竞争对手》	532
十一	《市场领袖的法则》	542
十二	《长尾理论》	550





上篇

世界上最伟大的推销员





影响全球数千万销售精英的超凡理念和顶尖技巧



影响全球数千万销售精英的超凡理念和顶尖技巧





第一章

奥格·曼狄诺教你怎样成为最伟大的推销员

◎ 我用全心的爱迎接今天 ◎

爱心是一宗大财产，爱心的力量是伟大的，它是使你拥有成功的最珍贵的东西。对一个推销员来说，爱是一支很好的利箭。

一、爱心是一笔很大的财富

有位名叫海菲的少年，一心想要推销掉一件上好的袍子，好有机会成为伟大的商人，和自己心爱的女孩在一起，可是最终他却把这样一件对自己意义重大、十分珍贵的袍子送给了一个在山洞中冻得发抖的婴孩。

正是少年这种善良的本性感动了上苍，他最终得到了 10 张珍贵的羊皮卷，上面写着关于推销艺术的所有秘诀，使这位少年最终成为世界上最伟大的推销员，并建立起了显赫一世的商业王国。

这就是爱的力量，唯有爱才是幸福的根源，唯有爱才是令你成功的最深层的动力。为此，你若想追求幸福，就请慷慨地向人间遍洒你的普世之爱吧。

在“羊皮卷”中这样写道：

“我要用全身心的爱迎接今天。

“因为，这是一切成功的最大秘诀。武力能够劈开一块盾牌，甚至毁掉生命，唯有爱才具有无与伦比的力量，使人们敞开心灵。在拥有爱的艺术之前，我只是商场上的无名小卒。我要让爱成为我最重要的武器，没有人能抗拒它的威力。

“我的观点，你们也许反对；我的话语，你们也许怀疑；我的穿着，你们也许不赞成；我的长相，你们也许不喜欢；甚至我廉价出售的商品都可能使你们将信将疑，然而我的爱心一定能温暖你们，就像太阳的光热能融化冰冷的大地。

“我将怎样面对遇到的每一个人呢？只有一种办法，我将在心里深深地为你祝

福。这无言的爱会涌动在我的心中，流露在我的眼神里，令我嘴角挂上微笑，在我的声音里引起共鸣。在这无声的爱意里，你的心扉向我敞开了，你不再拒绝我推销的货物。”

这便是爱的力量，它是使你拥有成功的最珍贵的东西。

世界不能没有爱，爱对于我们就像空气、阳光和水。爱是一宗大财产，是一笔宝贵的资源，拥有了这种财产和资源，人生就会变得富有、幸福，人生就会步入成功的顶峰。

一颗善良的心，一种爱人的性情，一种坦率、诚恳、忠厚、宽恕的精神，可以说是一宗财产。百万富翁的区区财产若与这种丰富的财产相比较，便不足挂齿了。怀着这种好心情、好精神的人，虽然没有一文钱可以施舍与人，但是他们能比那些慷慨解囊的富翁行更多的善事。

假使一个人能够大彻大悟，能尽心尽力地为他人服务，为他人付出爱心，他的生命一定能获得事实上的发展。最有助于人的生命发展的莫过于从早年起就培养爱心以及懂得爱人的习惯了。

尽管大量地给予他人以爱心、同情、鼓励、扶助，然而那些东西在我们本身是不会因“给予”而有所减少的，反而会由于给人越多，我们自己也越多。我们把爱心、善意、同情、扶助给人越多，则我们所能收回的爱心、善意、同情、扶助也越多。

人生一世，所能得到的成绩和结果常常微乎其微。此中原因，就是在爱心的给予上显然不够大方。我们不轻易给予他人以我们的爱心与扶助，因此，别人也“以我们之道，还治我们之身”，以致我们也不能轻易获得他人的爱心与扶助。

常常向别人说亲热的话、常常注意别人的好处、说别人的好话，能养成这种习惯是十分有益的。人类的短处就在彼此误解、彼此指责、彼此猜忌，我们总是因他人的不好、缺憾、错误的地方而批评他人。假如人类能够减少或克服这种误解、指责、猜忌，彼此能相互亲爱、同情、扶助，那么梦寐以求的欢乐世界就能够盼望了。

有一次，一位哲学家问他的一些学生：“人生在世，最需要的是什么？”答案有许多，但最后一个学生说：“一颗爱心！”那位哲学家说：“在‘爱心’这两个字中，包含了别人所说的一切话。因为有爱心的人对于自己则能自安自足，能去做一切与己适宜的事；对于他人，他则是一个良好的伴侣和可亲的朋友。”

我们大多数人都是因为贪得无厌、自私自利的心理，以及无情、冷酷的商业行为之故，以至于目光被蒙蔽，以致只能看到别人身上的坏处，而看不到他们的好处。假如我们真能改变态度，不要一味去指责他人的缺点，而多注意一些他们的好处，则于己于人均有益处。因为由于我们的发现，他人也能感觉到他们的好处，因此感到兴奋并获得自尊，从而更加努力。假如人们彼此间都有互爱的精神，这种氛围一定可以使世界充满爱和阳光。

二、乐于助人，爱心用行动体现

在宾夕法尼亚州，有一段时间，当地人们最痛恨的就是洛克菲勒。被他打败的竞争者将他的人像吊在树上泄恨，充满火药味的信件如雪花般涌进他的办公室，威胁要取他的性命。他雇用了许多保镖，防止遭人杀害。他试图忽视这些仇视怒潮，有一次曾以讽刺的口吻说：“你尽管踢我骂我，但我还是按照我自己的方式行事。”

但他最后还是发现自己毕竟也是凡人，无法忍受人们对他的仇视，也受不了忧虑的侵蚀。他的身体开始不行了，疾病从内部向他发动攻击，这令他措手不及、疑惑不安。

起初，“他试图对自己偶尔的不适保持秘密”，但是，失眠、消化不良、掉头发、烦恼等病症却是无法隐瞒的。最后，他的医生把实情坦白地告诉他，他只有两种选择：财富和烦恼，或是性命。医生警告他：必须在退休和死亡之间做一抉择。

他选择退休。但在退休之前，烦恼、贪婪、恐惧已彻底破坏了他的健康。美国最著名的女传记作家伊达·塔贝见到他时吓坏了。她写道：“他脸上所显示的是可怕的衰老，我从未见过像他那样苍老的人。”

医生们开始挽救洛克菲勒的生命，他们为他立下3条规则——这是他以后奉行不渝的3条规则：

- (1) 避免烦恼，在任何情况下绝不为一事烦恼。
- (2) 放松心情，多在户外做适当运动。
- (3) 注意节食，随时保持半饥饿状态。

洛克菲勒遵守这3条规则，因此而挽救了自己的性命。退休后，他学习打高尔夫球、整理庭院，和邻居聊天、打牌、唱歌等。

但他同时也做别的事。温克勒说：“在那段痛苦至极的夜晚里，洛克菲勒终于有时间自我反省。”他开始为他人着想，他曾经一度停止去想他能赚多少钱，开始思索那笔钱能换取多少人类的幸福。

简而言之，洛克菲勒开始考虑把数百万的金钱捐出去。有时候，做件事可真不容易，当他向一座教堂捐献时，全国各地的传教士齐声发出怒吼：“腐败的金钱！”

但他继续捐献。在获知密歇根湖畔的一家学院因为抵押而被迫关闭时，他立刻展开援助行动，捐出数百万美元去援助那家学院，将它建设成为目前举世闻名的芝加哥大学。

他也尽力帮助黑人，帮助完成黑人教育家华盛顿·卡文的志愿。当著名的十二指肠专家史太尔博士说：“只要价值5角钱的药品就可以为一个人治愈这种病，但谁会捐出这5角钱呢？”洛克菲勒捐出数百万美元消除十二指肠虫，消除了这种疾病。然后，他又采取更进一步的行动，成立了一个庞大的国际性基金会——洛克菲勒基金会，致力于消灭全世界各地的疾病、扫除文盲等工作。

洛克菲勒的善举不仅平息了人们对他的憎恨，而且产生了更为神奇的效果：许