

内容更全面 方法更实用 讲解更深入

实用
经典

犹太民族的智慧包含了一些永不消失其温情与魅力的伟大东西，就像玫瑰色的晨星闪耀在寂静的早晨。它们之中蕴含的最可贵的东西，是那种对于人类灵魂永恒秘密的充满激情的探索。

——托尔斯泰

犹太人智慧

大全集

沧海明月 编著

一本汇集犹太人智慧的百科全书

这是一个创人均读书之最多的民族；是一个唯一没有乞丐的民族；是一个最善于冒险的民族；是一个精于律法和契约的民族；是一个获诺贝尔奖人数最多的民族；是一个擅长投资理财的民族；是一个时间观念最强的民族……这就是犹太民族，世界上独一无二的民族。

为何犹太人是如此的特别？为何那么多犹太富翁可以白手起家？为什么犹太人中有那么多伟大人物？如果您想了解金钱的意义；如果您想学会理财；如果您想获得人生的成功，请您像犹太人一样去思考；像犹太人一样去理财；像犹太人一样去投资；像犹太人一样去生活。这时你就会明白，财富与成功并不是那么遥不可及。

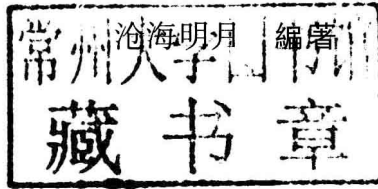
中国华侨出版社

一部囊括犹太人智慧的百科全书

犹太人智慧

大全集

(第三卷)



中國華僑出版社

相信自己的商品是最好的商品

犹太商人推销细节要诀

推销首先要卖给自己，然后才能卖给客户。只有说服了自己，才能最终说服他人。所以，推销人员要坚信自己的产品是最优秀的商品，信心十足地把它介绍给客户，用你的热情与理念去感染客户，得到他的认可。

犹太商人说：“在商业经营中，首先自己要信任自己的产品。如果连自己都说服不了，又怎能说服别人购买自己的商品呢？即使对自己所销售的商品不很了解，也要坚信：这是优秀的产品，绝对没有问题。抱着极大的希望，坚信它是最好的商品，并从客户的角度，努力把心目中的优良产品介绍给他人。”

客户本身看到你满怀激情的推销情形，肯定会认为：“嗯！这个推销员这么全心全意地推销产品，他一定对它深具信心！”这种态度能给客户以“这必定是优良的东西，没错”的安全感。

有些推销员在出门推销时心中嘀咕：这东西能卖出去吗？之所以有这样的想法，是因为对自己所推销的产品不够自信。

有位推销语言教材的推销员，在电话中向客户出售“在短期内必能说流利英语”的语言磁带。他对客户运用的讲话技巧不很高明，说了半天丝毫也引不起对方的兴趣，但他仍不愿放弃。

客户不耐烦了，冲他说了一句：“如果你能用英语把刚才的话重复一遍，我就买了！”

他发了一会儿愣以后，“咔嚓”把电话挂了。因为连他自己都不相信在短期内能够学会流利的英语，所以才勉强地反复陈述商品的特性，说破嘴皮子也表现不出一丝激情。

犹太商人根据他们多年的经商经验总结出：“客户容易根据推销员对商品的表现来判断商品好坏。所以，在推销时，推销员表现出对自己商品的充分信任，会影响客户作出正确决定的信心。”

“西蒙”公司是以色列一家提供全套服务的服装公司。他们针对企业与专业人士的需要，亲自到办公室或家里为客户服务。他们亲自拜访客户，为他们提供全套高品质的服装。他们这种服务的一个最大优点是，可以为客户节省时间，让他们不需要外出逛街就可以购买服装。但也面对着一个大缺点，顾客对这种上门推销的产品往往不太信任。

公司创始人西蒙先生针对这个问题，总爱用这样的开场白：“贝尔先生，我之所以到这里来，是要成为您的私人服装商。我知道，如果您从我这里买衣服，那是因为您对我、我的公司或我的产品有信心。为此，让我先自我介绍一下：我在这一行已干了很长时间。我研究过服装、式样与质地。因此，我十分自信我可以帮您挑选出合适的衣服，而这项专业服务是完全免费的。”

他继续说道：“我的公司在这一行已有 12 年时间。从开业以来，我们每年以超过 15% 的比例成长，而且在每个月的销售中，有 60% 左右的人来自老客户。

“我们公司保证向客户提供所有的服装需求。在这一行里，我们公司一直是最棒的。当然只有您和我们的其他客户才能判定，我们是否是最棒的，我可以很自信地说，只要您试一试，就会发现我们是最棒的。

“在我们的生产线上，有成套西装、运动外套、衬衫、轻便大衣，以及各种场合穿着的服装——可以这么说，您想要穿的衣服，我们都有。我们生产的西装是您所能买到的最好的，每一件衣服都由我们自己的工厂制造，您从别处无法获得相等的价格、品质，以及服务。

“您当然可以从其他厂家买到类似的西装，但是当您以相同的价格买下我们公司的产品时，便是获得了一套超高品质的服装。

“在与其他公司产品相去不远的售价下，不论是西装、运动外套、裤子、衬衫或其他任何产品，我们都有品质保证，因为这正

是我们的优势所在。贝尔先生，截至目前为止，您的感觉如何？”

许多年以来，公司的职员便是使用这套话术作为开场白的，而且它总是能触发正面回应。他们坚定地认为，即使他们的客户早就对他们的公司与产品保持信心，他们也必须让他对他们本人产生信心，否则达成这项交易的几率就会很低。

好的推销技巧是要让你的潜在主顾对你、你的公司或你的产品充满信心。如果一名顾客对这三者都保持信心，那么达成交易便易如反掌。

那佛尔的故事可能也会给从事推销的人带来一些启迪。

犹太商人那佛尔在1982年买下了化妆品公司“丽人”，两年后又将其出售，接着创办了自己的“那佛尔公司”。

公司的主要业务是销售中价位的美容护肤产品。在成立这家公司之前，那佛尔的当务之急便是把公司的计划寄给那些潜在的投资人以备他所需要的资金。

在寄出计划两个星期以后，他便打电话给这些潜在投资人，然后设法和他们约定一次私人会晤。其中有一名特别的潜在投资者名叫沃迪森。

那佛尔在电话中向沃迪森做自我介绍时说：“之前我寄出一份商业计划给您，今天给您打电话是想和您谈一谈那份计划。”

“是的，那佛尔先生，我收到了。”

“如果你有兴趣投资这项计划，我很乐意和您见面详谈。”那佛尔对他说。

“那很好。”沃迪森回答：“你感到什么时候见面比较方便呢？”

那佛尔从来没想到，竟然这么容易就和他约定好了时间。一周之后，那佛尔坐在沃迪森的办公室里，准备投出一个完美的推销球。他是做了充分准备的，手上备有各式各样的文件、图表、财务计划，当然还有一份财务报表，上面清楚写着自己与一群投资人如何买进“丽人”公司，两年之后将其卖出而获得了高额的利润的全过程。可是当那佛尔讲述到一半时，沃迪森打断了他的话。

“那佛尔，你现在可以停下来了。”

当时，那佛尔以为他的制止行为是他对这项计划丝毫不感兴趣。忽然间，他像是一只泄了气的皮球，但是他不甘心，不愿在还未大力推销之前就此歇手。

事实上情况并没有那佛尔想象的那样糟糕。沃迪森的脸上露出了一抹微笑，他说：“好了，我准备投资你的公司了。”他暂停了一会儿，继续说道：“你不需要再找其他投资人了，我将提供给你全部所需的资金。”

那佛尔脸上写满惊异的神色。顿了一会儿，沃迪森又补充说：“那佛尔，让我告诉你为何要做这项投资。事实上，我不是在投资你的公司，我是在投资你这个人。”

“两年前，”他继续说，“有一次我走进一家百货公司，正好看到你在那里推销你的‘丽人’香水，你在你身边营造出的那种兴奋热烈的情绪让我印象深刻。你的身旁聚集了一大群人，整层楼都被‘丽人’香水的氛围笼罩着。你们不断卖出产品，你们也高兴地听到现金不断进入收银机的声音。嗯，那个情景让我毕生难忘。我一直忘不了一个公司老板竟然可以放下架子，以奇特的方式进行推销。你就在那里说着、感觉着、推销着你的产品。很显然，你全身心地信任你的产品，这就是我为什么投资的原因。”

沃迪森接着补充说：“我知道，你就是那种会让事情成功的人。你会走出去，做每一件你应该做的事，以确保你的事业成功。”

那佛尔便筹措到了数百万美元的资金，这正是那佛尔要组建新公司的全部所需资金。

把信誉当做自己的一笔重要资产

犹太商人推销细节要诀

信誉是商业交易的基石，信誉之于商人，恰如荣耀之于战士。从长远的观点看，信誉是一笔重要的资产，生意人的成功是靠良好的信誉来保证的。

著名犹太商人沙维尔说：“在外人眼里，商人是狡诈的。而明智的商人对于这一点就非常聪明，他们在经商中从不愚弄对方。从长远的观点看，信誉是一笔重要的资产。”

犹太商人认为，推销是一种激烈的竞争，而且竞争的方式方法多种多样，使人防不胜防。但是，不管怎样做生意都要以诚相待。推销这一过程绝不是胁迫的代名词。生意人的成功是靠良好的信誉来保证的。

单从实用主义角度来看，诚实守信对于生意人来说绝对是重要的。如果你的顾客从心底里不信任你，那么他不会从你那里购买任何东西。相反，当对方认为你可信时，也就等于相信了你的产品。

世界上任何商人的经商目的都是为了赚钱，然而他们的做法却大不一样。有些人做着一夜暴富的美梦，根本没有建立良好信誉的耐心和教养，只知快刀宰人，六亲不认。他们遍布大大小小的市场，漫天要价、信口雌黄，坑蒙拐骗，直到暴力威胁。也有些人深信：君子爱财，取之有道。这“道”中，他们认为良好的信誉是至关重要的。

一位女士去犹太商人库克瓦尔的“满意”乐器店里买钢琴，最终选中了一架她认为物美价廉的。她将营业员叫到身边，将自

己的选择告诉了他。营业员一看钢琴上的售价标签，愣住了，他向这位女士道歉，请她稍等，他要去向经理库克瓦尔请示一下。一会儿，经理从店堂后快步走出来，老远便向这位女士伸出手，笑着说：“祝贺您！您花最少的钱，买了一架最好的钢琴！原来，也是营业员的疏忽，售价标签上少标了一个“0”，但店主与顾客的交易就这样轻松地完成了。

我也曾听过朋友博伊尔讲的他在以色列目睹的一个小小的场面，其中也可以看出犹太商人的气度。

博伊尔在以色列旅游，住在一个商业区的旅馆里，一天下午，他和一位朋友走进一家专门经营旅游纪念品的商店。商店营业面积不小，但商品的陈列非常粗放，店里没有一只玻璃货柜，铜雕银器、彩瓶挂盘、仿古的大理石雕像，都随意地摆在一张张木台子上。

那里的商店，经常都是冷冷清清的，不像我们的商店，总是摩肩接踵，拥挤不堪。可就是这么巧，有两位白人妇女在就要走出店门时，可能是因为其中的一个大概仍然留恋某件商品吧，转身要再看一眼，就在她转身之际，她腰间的挎包将门口木台子上的一个五彩瓷瓶挂到了地上，当然摔个粉碎。

若在一些别的商店里出现这个场面，毫无疑问，店主要坚持索赔，顾客要据理力争，指责店主商品摆得不是地方。

这次却不是这样。正当那位白人妇女有些不知所措的时候，店主已经走到她面前，说：“对不起！没有吓着您吧？”

白人妇女也连声道歉，问他：“要我赔吗？”

店主说：“您在告诉我，应该把东西摆在恰当的地方。请吧，欢迎您再来！”

最后的结局是这样的：那位白人妇女买走了一个古希腊的铜像。她的朋友大概也觉得这位店主可以信赖，买走了两个彩色挂盘。

用良好的信誉经商、做推销，对一些人来说，需要一个体味的过程，在这个过程中，顾客是最好的教育者，可以令那些不懂此道的人渐渐上“道”。

面对失败要有重振旗鼓的勇气

犹太商人推销细节要诀

面对失败去争取胜利，这是伟大商人成功的秘诀。一个优秀商人的最明显标识，就是面对失败要有坚韧的意志。不管环境变换到何种地步，初衷与希望仍不会有丝毫的改变，直至克服阻碍，达到所期望的目的。

犹太商人认为：检验一个商人品格的优劣，最好是在他失败的时候。失败了以后，他是怎样一个境况？失败能唤起他更大的勇气吗？失败能使他付出更大的努力吗？失败能使他发现新的力量，焕发出潜在力吗？失败了以后，是决心更加坚强呢，还是就此心灰意懒？越是在这种境地，越可以测试一个推销员人格的大小。

一个人除了自己的生命以外一切都已丧失了，那他还剩余些什么？换一句话说，一个人在屡遭失败以后，他还有多少勇气的余威可以让他重振旗鼓？假使他在失败之后，从此偃卧不起，放手不干，而自甘于永久的屈服，那我们就可以断定，他不是个什么大不了的人物。假使他能雄心不减，迈步向前，不失望，不放弃，别人就能感到他人格的伟大，十足的勇气，是可以超过他的损失、灾祸与失败的。

跌倒以后立刻站立起来，在面对失败时去争取胜利，这是自古以来伟大商人的成功秘诀。犹太商人罗森沃德说：“我曾问一个小孩子，他是怎样学会溜冰的。小孩回答道：‘就是在每次摔跤后，立刻爬起来！’我想，促使每个人成功的实质也正是由于这种精神。跌倒算不上失败，跌倒后却站立不起来，那才叫失败。”这

也是他在经商中，对面对失败所应具有的品质理解。

拥有坚韧的意志，是一个想事业有成的推销员所具有的特征。他们或许缺乏其他良好的品质，或许有各种弱点与缺陷，然而他们具备了坚韧的意志。这是所有事业有成的高手所绝不可缺少的涵养。劳苦的奔波不足以使他们灰心，事业中的困难不足以使他们丧志。不管处境如何，他们总能坚持与忍耐，因为坚韧是他们的天性。很多人成功的秘诀，就在于他们不怕失败。他心中想要做一件事时，总是用全部的热诚，全力以赴，从来想不到有任何失败的可能。即便他失败了，也会立刻站起来，保持更大的决心，向前奋斗，直至成功为止。

那些普通的推销员，他们在推销中一经失败，就会一败涂地，一蹶不振。而那些有坚韧力的推销员，则能够坚持不懈。那些不知怎样才算受挫的推销员，是不会一败涂地的。他们纵有失败，但他们从不以那个失败作为最终的命运。每次失败之后，他们会以更大的决心，更多的勇气，站起来向前进，直至取得最后的推销胜利！

在《塔木德》中有这样一句话：“我们不能以一个人竞赛起步时的速率来评判他得冠军的潜力，而应该在他将达到终点时的速率来评判他。”在推销中，有很多推销员做事不能有始有终，他们开始时还满腔热忱，但在遇到困难后，往往会半途而废。他们之所以会这样，就因为他们没有充分的坚韧力，来使他们达到最终的目的。当一个人满腔热诚、意气豪迈的时候，他做事是何等的容易啊！所以开始做一件事时，是毫不费力的，正因为如此，我们不能在一个人刚开始做事时就估量他的真价值。

一个人在做事时，是否有不达目的不罢休的意志，这是测验一个人品格的一种标准。坚持的力量是最难能可贵的一种品德。许多人都有随众向前的意识，他们在情形顺利时，也肯努力奋斗；但是在大众都选择退出，都已向后转，让他自己觉得是在孤军奋战时，要是仍然能坚持着不放手，这就更难能可贵了。这是需要坚韧力，需要毅力的。

有一个人，他想向他的一位在纽约的商人朋友推荐一个推销

员，在他向他的朋友举出了那个推销员的种种优点后，商人这样问道：“他有耐性吗？这是最要紧的事。他能坚持吗？特别是在困难的时候。”是的！这是对一个好的推销员终生的问句：“你有耐性吗？你有坚韧力吗？你能在失败之后仍然坚持吗？你能不管遇到任何阻碍仍然前进吗？”

罗森沃德是美国最大的百货公司西尔斯—娄巴克公司的最大股东，他也是美国20世纪商界风云人物。当然这个做服装生意起家的富翁却也经历了许多创业时的失败与艰辛。

罗森沃德出生在德国的一个犹太人家庭，少年时随家人移居美国，定居在伊利诺伊州斯普林菲尔德市。罗森沃德的家境不大好，为了维持生活，中学毕业后，他就到纽约的服装店当跑腿，做些杂工。罗森沃德从年幼时就受犹太人的教育影响，确立了艰苦奋斗的精神。他确信凡人皆有出头日，一个人只要选定了目标，然后坚持不懈地往目标迈进，百折不挠，胜利一定会酬报有心人。罗森沃德本着这种精神，十分卖力地赚了几百美元。

“我要当一个服装店老板。”这是罗森沃德的奋斗目标。为了实现这个目标，他除了在工作里留心学习和注意动态外，他把全部的业余时间用于学习商业知识，找有关的书刊阅读。几年后，他认为有些经验和小小本金，决定自己开设服装店。

可是，他的商店门可罗雀，生意极不佳，经营了一年多还把多年辛苦积蓄的一点点血汗钱全部亏光了，商店只好关门，罗森沃德垂头丧气地离开纽约回到了伊利诺伊州。

痛定思痛，罗森沃德反复思考自己失败的原因。最后，他找出了原由：服装是人们的生活必需品，又是一种装饰品，它既要实用，又要新颖，这样才能满足各种用户的需求。而自己经营的服装店，没有自己的特色，也没有任何新意，再加上自己的商店还未建立起商誉，那是注定要失败的。针对自己出师不利的原因，罗森沃德决心改进，他毫不气馁继续学习和研究服装的经营办法。他一边到服装设计学校去学习，一边进行服装市场考察，特别是对世界各国时装进行专门研究。二年后，他对服装设计很有心得，对市场行情也看得较为清楚。于是，决定重振旗鼓，向朋友借来

几百美元，先在芝加哥开设一间只有 10 多平方米的服装加工店，他的服装店除了展出他亲自设计的新款服式图样外，还可以根据顾客的需求对已定型的服式进行改进，甚至完全按顾客的口述要求重新设计。因为他的服装设计款式多，新颖精美，再加上灵活经营，很快博得了客户的欣赏，生意十分兴旺。又过了两年，他把自己的服装加工店扩大了数十倍，改为服装公司，大批量生产各种时装。从此以后，他的财源广进，名声鹊起。

回忆以前的经历，罗森沃德说：“在人生的游戏中，失败时常发生，每个人都别悲观，因为失败并不意味着没有希望，相反活用失败与错误，是自我教育和提高的有效途径。商场如战场，成功人士的背后可能有更多的失败和辛酸。”

作为商人、推销员，面对失败，就应该像爱迪生那样坦然而决不气馁。爱迪生一生有 1000 多项科技发明，当有人问他经过许多试验而失败时是否会感到心灰意冷，他回答说：“不，我抛弃了错误的试验，重新采取别的方法，决不沮丧！”的确，面对失败，一定要记住，决不气馁！用现代管理学的说法就是：失败就是我们的学习曲线和经验曲线的自变量，只有经历失败，才会汲取教训和积累经验，为下一次做准备。

罗森沃德还说：“在面对失败时，对失败要持正确健康的心态，不要恐惧失败，要懂得失败乃是成功必经的过程；在面对失败时，焦点不要对着过错与失误！应该对准远大的目标，活用自己的过错或失误；面对失败时，千万不能气馁，要坚忍不拔，矢志不移；在面对失败，发现此路不通时，要设法另谋出路，使自己顺应环境，适应潮流；在失败以后，还要善于伺机，巧于乘势，等待机遇。”

第二章 每一步都清楚自己在做什么

——犹太商人推销细节之二：制订明晰有序的行动步骤

制订一个切实可行的推销目标

犹太商人推销细节要诀

目标是方向，是既定的目的地，没有目标只能稀里糊涂地往前走。就好像射箭需要靶子固定目标一样，推销员在行动之前需要一个明确的推销目标，以此来引导自己的行为朝着一个固定方向前进。

《塔木德》上说：“明确的目标就好像弓箭需要靶子一样，向空中射出一箭，需要一个靶子固定目标。”在工作中，有的人拥有一个战略性推销视野，有的人却带着“等着瞧，看到底会发生什么”的态度。你认为哪种方式可以使他们成功呢？

在犹太商人看来，优秀的推销员在推销之前不能没有明确的目标，如果没有的话，就好像没有舵的轮船，无论如何奋力航行，乘风破浪，终究无法到达彼岸。

事实上，目标不明、横冲直撞的推销员比比皆是。你若随便问一个人：“你做这份工作是为为什么？”大概有人会这么回答：“为

了生计”或“为了挣钱”。然后你若是问：“你打算5年后有什么成就？”或“你打算5年挣多少钱？”可能大部分人都答不出来，即使回答，许多人也是异想天开，并未实际考究过，他们的这种情况就是没有明确目标的心态。

犹太人有这样一句话：“要想成为一个成功的人，首先必须要有明确的人生目标；要想成为一个成功的商人，要有明确的商业目标。”同样，要想成为一个成功的推销员，必须要有一个明确的销售目标。知道了目标的重要性，那么怎样制订一个切实可行的目标计划呢？

首先让我们了解一下目标的4种类型。

期限为1~30天的即期目标。一般来说，这是最好的目标。它们是我们每天、每周都要确定的目标，在我们为争取成功而做出努力时，它们能不断地给我们带来幸福感和成就感。

期限为1~12个月的短期目标。这些目标好比是马拉松运动员的公里显示标志，它能鼓舞你前进。这些目标提示你，成功和回报就在前方，鼓足干劲，努力争取。

期限为1~5年的中期目标。这些目标是你眼下最想得到的，如挣钱买小汽车、晋升销售主管等等。要注意经常检查和更新这些目标。

期限为5年、10年或15年的长期目标。专业推销员总是知道他的前进方向。长期目标很重要，但不要过于拘泥细节。东西离你越远，就越不重要。这里总的思想是，要有特定的目标追求。

制订目标计划，首先要把目标写出来。这样可以增加明确度，可以经常检查。你以前设定的目标没有实现的原因，是因为当你有一些梦想和目标的时候，只是在头脑里面去想它，然后没多久就忘记了。如果你把它写下来，你就会体会到“白纸黑字”的力量。试试这个方法，你会发现，非常大的转变将会在你身上发生。把你的目标写下来，要具体，而且加上期限，然后把它贴在门上、镜子上、书桌上、梳妆台上、床头柜上。当你白纸黑字写下来的那一刻，你就会发现，这时你的内心感觉，跟只有一个想法是不

一样的。

设定目标要注意合理性。一步就能成功的目标没有太大的价值，因为太容易达到，所以激励作用不大，不会激发你的潜力，即使完成了，也没有什么成功的快乐。同样，好高骛远，脱离现实的目标也不好。制订一个“一周内赚100万元”的目标，对一个普通的推销员是根本不可能实现的。正因为它的不可能，如果你以实现这个目标为理想，到后来只会使你有失败感，这很容易挫伤你的自信心。

一般来说，制订远期目标可以大一些，但近期目标应该在“跳一跳，够得到”的程度比较合适。这样达成每一个目标，你都会跳高一点。一步一步地循序渐进，就会达到你最终的目标。比如：你可以将目标首先定为在某个期限内成为小组内前几名高手，进而在营业所内，再进一步到公司内、地区内，以至于全国。如果达到全国第一时，你就已经有了向更高目标挑战的功力了。

还要尽量减少定目标的事项，不要过于贪多，目标太多会分散你的精力，使你不能集中于一项目标。以房屋推销员为例，如果把年度目标设定为：在公司争取第一名的业绩；取得一级建筑师的资格；考取建筑物交易者资格；获得公司内部设计竞赛的奖次；提升高尔夫球的技术，这样多的目标绝对不可能达到。

制订目标要具体。注意，一定要给你的目标定一个期限！“有一天成为销售经理。”“若干年后，个人收入达到100万。”这样的目标你会有什么感觉？事实上这只是一种积极的愿望，而不是可行的目标。

可行的目标一定要具体化。比如可以是这样的形式：“用3个月的时间提高30%的业绩。”“半年内将地区内占有率提高为20%。”“本周要拜访50位客户。”“今年个人收入要完成10万元。”这里不但要有完成的目标，而且还要有明确的期限。制订目标还要能够验证。把你的目标想清楚，别自己蒙自己。如果是抽象的目标，一开始要以自己的方式加以定义，然后再实施。比如

“成为顶尖的推销员”，因为“顶尖推销员”这个名词无法界定，实施起来就会茫然。

再如为了提升业绩而设定“确保 100 名固定顾客”的目标时，重点就在于自己要先确定所谓“固定顾客”的定义究竟是什么。

为目标制订有效的行动计划

犹太商人推销细节要诀

有一个远大的目标时时激励着自己，固然是成功所必需的条件，但是，如果没有一个如何达到目标的详细计划，那就像是水中捞月，可望而不可即。

在犹太商人看来，目标虽然是让人产生动机的原动力，但成果是无法自动产生的。如果不安排周密的行动计划，目标很难实现。

犹太商人说：“推销中的行动计划犹如罗盘，具有引导每日推销活动的作用，推销员可以根据行动计划来核对自己的工作状况，查看每天的销售方向是否有误。”对于那些长远目标，有时看起来好像稍高一点，但只要有健全的行动计划，长远目标也能变成现实。

首先，面对长远目标，要把它细分，细分到每周、每天都做哪些事。比如，你决定今年的销售目标是120万美元，那么，就做你的计划：一年12个月，平均每个月的销售应该达到10万美元。根据你以往的业绩，平均一家的销售额是5000美元，如果要达到目标的话，每月就必须销售20家。再统计一下，你拜访5家才有1家成功的几率，这样一来，你每个月必须拜访100家顾客，平均每周25家，平均每天4家，这4家未必都会接受你的推销，但是肯定会接受你的拜访，还有的由于各种原因，无法拜访，把这个几率也计算进去，因此，你每天的拜访名单上，应该有8家以上的顾客。这样你就知道今天该做什么了。

把一年、一个月、一周、一天的事情安排好，这也是对目标