

福特销售总监
[美] 诺瓦尔·霍金斯 著

SELLING PROCESS

销售圣经

刘伟/译

© 2008



中国出版集团
现代出版社

白金
修订版

销售奇才霍金斯通过这一独创的、却屡试不爽的销售法宝，造就了世界两大汽车巨头：福特和通用汽车。可以毫不夸张地说，正是霍金斯的销售实践，才实现了如今人人拥有一辆汽车梦想！

霍金斯将这种销售方法称之为“销售流程”，亦即可以对整个销售过程实行可预见、可操作的控制，使之按照一步步的安排，准确实现预定的销售目标。对任何推销员来说，这都是一种梦寐以求的方法。

诺瓦尔·霍金斯

Norval A. Hawkins

注册会计师，因亨利·福特的赏识而加盟福特公司，并成为该公司的营销总监，主持组建T型车的全球营销部。其独具一格的营销思想和销售策略，迅速使福特公司一举成名，短时间内即成为当时第一流的汽车公司，实现了福特“人人拥有一部汽车”的梦想，也为后世开创了一个“汽车时代”。正是在这一过程中，霍金斯提出了“销售流程”的概念（即本书所传达的主要思想），它使福特及其团队认识到了自己光明的未来。

之后，霍金斯为通用汽车的董事局主席皮埃尔·杜邦看重，促使其离开福特，并加盟通用汽车，主持雪佛兰的销售工作。其前沿的销售理念和方法再一次发挥了神奇的效能，使通用于1927年超过福特，成为世界第一大汽车公司。

霍金斯生平著述主要有两本，即《销售圣经》（*Selling Process*）和《世界上最伟大的推销员（实践手册）》（*Certain Success*）。这两本书成为美国乃至世界第一流推销员所推崇的必读圣经，为全球销售培训机构所广泛看重。

策 划：紫云文心·魁文馆

策划编辑：youngbook@tom.com

责任编辑：张桂玲

版式设计：张文艺

封面设计：异一设计 QQ:164085572

一部销售大师无限推崇的销售圣经 一种使业绩奇迹般增长132倍的销售方法

这是一种可以创造销售奇迹的方法。

霍金斯用他开创的“销售流程”方法，实现了福特“人人拥有一辆汽车”的梦想，造就了福特和通用两大汽车巨头。

霍金斯方法的妙处在于，对每个愿意实践这种方法的人，都会创造奇迹。它是为培育销售天才和高手而量身打造的实用教程。



SELLING
PROCESS
销售圣经

白金
修订版

上架建议：经济·营销学

ISBN 978-7-5143-1559-2



9 787514 315592 >

定价：39.00元

福特销售总监

[美] 诺瓦尔·霍金斯 著

SELLING PROCESS

销售圣经

刘伟/译



中国出版集团



现代出版社

图书在版编目(CIP)数据

销售圣经 / (美) 霍金斯著; 刘伟译. —北京: 现代出版社,
2013.6

ISBN 978-7-5143-1559-2

I. ①销… II. ①霍… ②刘… III. ①销售—方法
IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第 101782 号

作 者 [美] 诺瓦尔·霍金斯

译 者 刘 伟

责任编辑 张桂玲

出版发行 现代出版社

通讯地址 北京市安定门外安华里 504 号

邮政编码 100011

电 话 010-64267325 64245264 (传真)

网 址 www.xdcbs.com

电子邮箱 xiandai@cnpitc.com.cn

印 刷 北京中印联印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/32

印 张 10

版 次 2013 年 7 月第 1 版 2013 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5143-1559-2

定 价 39.00 元

版权所有, 翻印必究; 未经许可, 不得转载

优秀推销员的种种表现

◎ 良好的形象 ◎

优雅的举止 · 迷人的容貌 · 保养得很好的头发和双手
得体的服饰 · 总体上的干净整洁

◎ 身体性能 ◎

身体健康 · 阳刚有力 · 充满活力 · 精力充沛

◎ 智力因素 ◎

敏锐的理解能力 · 洞察力 · 机敏 · 准确性 · 严格守时
良好的记忆力 · 丰富的想象力 · 专注的注意力 · 很强的适应能力
很好的稳定性 · 良好的自我控制能力 · 果断坚决 · 机智练达
很强的人际交往能力 · 良好的判断能力

◎ 情感因素 ◎

满怀雄心壮志 · 对前途充满希望
乐观 · 热情 · 开朗 · 自信 · 勇敢 · 持之以恒 · 耐心 · 认真
具有同情心
坦率 · 具有表现力 · 幽默 · 高贵 · 博爱

◎ 道德品质 ◎

良好的意图 · 诚实守信 · 坦率真实 · 道德高尚 · 可靠 · 热爱工作

◎ 精神因素 ◎

理想主义 · 幻想能力 · 高尚的信念
真正服务客户的渴望 · 理解他人的能力

拙劣推销员的种种表现

◎ 不好的形象 ◎

举止笨拙 · 脾气暴躁 · 牢骚满腹 · 双手肮脏 · 蓬头垢面 · 牙齿不洁
俗艳、刺眼的服饰或者质次价廉的服饰
衣服落满灰尘 · 鞋子沾满污渍等等

◎ 身体上的无能 ◎

健康状况不佳 · 无精打采 · 厌烦 · 身体上的其他缺点

◎ 智力上的缺陷 ◎

理解能力不强 · 感觉迟钝 · 粗枝大叶
反应迟钝 · 健忘 · 缺乏想象力 · 注意力不集中 · 适应能力不强
优柔寡断 · 意志薄弱 · 犹豫不决 · 愚钝 · 没有判断能力

◎ 情感上的缺陷 ◎

缺乏雄心壮志 · 消极悲观 · 缺乏热情 · 喜怒无常 · 性情暴躁
闷闷不乐 · 缺乏信心 · 胆怯 · 不能持之以恒 · 没有耐心
缺乏同情心 · 偷偷摸摸 · 遮遮掩掩
缺乏表达能力 · 没有幽默感 · 背信弃义 · 自私自利

◎ 道德上的瑕疵 ◎

没有明确而良好的目标 · 不诚实 · 虚伪 · 道德观念淡薄
不可信赖 · 懒惰

◎ 精神上的障碍 ◎

没有美好的理想 · 缺乏幻想能力 · 猜忌多疑
缺乏服务意识 · 不能理解别人

1904年，我作为一名注册会计师将自己的服务“销售”给了亨利·福特（Henry Ford），成为福特汽车公司的一名账目稽查员。三年之后，我开始担当重任——福特的营销总监。在此后的12年里，我主持了福特产品在世界范围内的营销工作。在此期间，我们的汽车销售量从每年6 181辆增加到了815 912辆——增加了131倍。

在“销售”我的个人服务、想法以及产品的过程中，我使用了一种独特的销售流程。而且，我已经了解到了最有效的销售原则和销售方法。这些能够确保销售取得成功的原则和方法不仅在我自己大量的亲身经历中获得了检验，而且在我众多的实验中得到了证明——这些实验是在成千上万的销售人员中展开的，作为一个行政主管，我有进行这些实验的特权。我们福特汽车公司设计了自己独特的销售流程，利用这种销售流程，福特公司的许多销售人员都从平庸的失败者变成了必然的成功者。

目前，有超过五万名销售人员以及销售管理人员正在他们的日常工作中使用这种销售流程。本书所描述和解释的就是这一销售流程。尽管本书在两年后才首次出版，但是如今已是第六次再版了。从首次出版至今，有不计其数的读者朋友给我来信，他们说，通过学习《销售圣经》，他们的销售能力有了明显的改善：有的提高了10个百分点，有的甚至提高了几百个百分点。有许多

成功的企业都把本书作为他们整个销售机构内工作人员的必读书目。

不管一个人是不是职业的销售人员，他都需要持续不断地使用好的销售策略，以便取得终生成功。因为无论是作为一个普通的劳动者，还是一个企业的执行官，我们每个人都需要“销售”自身的服务和才能。如果不知道如何进行销售，任何人都不可能高效地完成销售任务。一个本来应该成功的人往往因为不善于推销自己、无法让别人了解自己的真正价值而失败。

本书的许多读者希望我就销售这一主题展开更为广泛的论述，因此，我又出版了另一本书——《世界上最伟大的推销员（实践手册）》，它可以作为前一本书的姊妹篇。在后一本书里，销售流程的内容得到了扩充和引申，它不仅适用于销售商品，也适用于“销售”个人的服务和才能。我希望这两本书既能为销售人员解惑答疑，又能够帮助人们在生活中发现并最大限度地利用成功的机会。

自从这两本书出版之后，众多的表扬和赞誉从世界各地纷至沓来，因此，我几乎不知道该怎样向这些友好的读者朋友表达我深深的谢意。读者说的本书“在工作中发挥了重要的作用”让我感到无比的欣慰。我撰写这两部书的初衷就是帮助销售人员更好地完成他们的工作，事实上，这两部书也的确正在发挥着这样的作用。

诺瓦尔·霍金斯

于密歇根州底特律辉煌大厦

第一部分 销售三要素

第 1 章 销售流程的第一个要素	003
------------------------	-----

“销售”

第 2 章 销售流程的第二个要素	027
------------------------	-----

“人”

第 3 章 销售流程的第三个要素	053
------------------------	-----

“术”

第二部分 准 备

第 4 章 销售流程中“准备阶段”的第一步	079
-----------------------------	-----

准备

第 5 章 销售流程中“准备阶段”的第二步	106
-----------------------------	-----

调查研究

第 6 章 销售流程中“准备阶段”的第三步	133
-----------------------------	-----

接近客户和拜访客户的计划

第三部分 介 绍

第 7 章 销售流程中“介绍阶段”的第一步	161
-----------------------------	-----

评估客户

第 8 章 销售流程中“介绍阶段”的第二步	185
-----------------------------	-----

获得关注并激起兴趣

第四部分 说 服

第 9 章 销售流程中“说服阶段”的第一步	209
-----------------------------	-----

劝导客户并引起客户的购买欲望

第10章 销售流程中“说服阶段”的第二步	234
----------------------------	-----

应对客户的异议

第五部分 成 交

第11章 销售流程中“成交阶段”的第一步	261
----------------------------	-----

促使客户做出决定并签署订单

第12章 销售流程中“成交阶段”的第二步	285
----------------------------	-----

告别客户并为将来获得订单铺平道路

第一部分

销售三要素



——第1章——

销售流程的第一个要素 “销售”

1. 学会思考，勇敢抉择

- ◎ 许多销售人员都没有一个清晰的目标和明确的职业规划，一直在无边的黑暗中蹒跚而行。只有擦亮眼睛、认准目标，才能把握机会，实现梦想。
- ◎ “销售”领域给我们提供了最佳的机会。
- ◎ 当你确定从事销售工作，就要使之成为你终生奋斗的事业，并经常花时间去思考。

“销售”是销售流程的第一个要素，也是我们第一章的主题。现在我们暂时不考虑在一次成功的销售中必不可少的“人”的要素以及“术”（销售艺术）的要素——这些是后面的章节中

要谈到的内容。在第一章里，我们只研究“销售”这一要素。

你可能听到过这样的说法：“虽然我不知道路在何方，但是我依然在艰难地跋涉。”事实上，大多数人进入销售领域的时候都是这种状态。他们一开始并没有一个清晰的目标，甚至在整个销售生涯中，很多人也常常是懵懵懂懂，没有一个明确的职业规划。我们不愿意盲目地撞进销售领域，进而在无边的黑暗中蹒跚而行。相反，我们一开始就需要擦亮眼睛、认准目标，进而发挥自己的聪明才智去实现这个目标。在开始推销任何商品之前，我们首先要认识到“销售”领域给我们提供了最佳的机会。如果你已经涉足这一行业，但是一直“漫无目的”，那么请你暂时停下盲目游荡的脚步，仔细辨别、确认一下正确的方向，再继续前进。

有位年轻人非常希望能成为一名律师，但是他没有钱，他必须赚到足够的学费才能完成大学学业。于是，在高中毕业的那个夏天，他开始从事图书代理业务。他负责推销的图书是各种知识的汇编，这种图书就像百科全书一样无所不包，比如如何治疗扁平疣、一个陷入爱河的年轻人如何向自己心仪的姑娘求婚，等等。这位年轻人被分派到爱荷华州一处最富裕的农场区域去推销图书。他交了5美元押金，领了一本样品图书，然后就像鸟雀一样被销售经理——这些家伙一个个都是嗓门洪亮、言辞夸张——轰赶到指定的销售区域去了。

他被告知销售这种知识汇编图书的最佳方法是针对销售对象不了解的领域向他们提出各种各样的问题，以激发他们的好奇心和求知欲。这位年轻人严格地遵循经理的指示去做，但他很快发现：这里的农民对于知识汇编中所介绍的诸如乌拉圭的人口数

量、波斯国王的姓名以及苍蝇有多少只眼睛等等的知识并不感兴趣。他们想知道的是如何对付危害马铃薯的害虫、今年秋天玉米能否卖个好价钱，以及这个小伙子是否愿意接受每月20美元外加一日三餐的条件，在农场给他们帮忙收割庄稼。那些农夫的妻子们则关注带裙撑的裙子是否开始流行，她们不知道是不是应该赶紧穿上这种裙子以免错过时尚的风潮。没有一个农民对爱斯基摩人用鲸鱼乳汁制作奶油糖果的配方感兴趣——这个配方记录在那本图书的第984页。

因为这位年轻人的工作没有任何进展，自然也无须在晚上费工夫去详细地记录自己获得的订单，所以他有充足的时间去思考。他知道这里缺乏知识、也需要知识，但问题是他所销售的图书里面包含的知识并不是这个地区的人们所需要的。于是，在推销了一周图书之后，他决定辞去推销员的工作，留在农场帮人干活——一个月可以挣20美元，外加一日三餐。整个夏天，他都待在农场里，不是挤牛奶，就是干其他的农活。与此同时，每天他都在考虑着一个创意方案，这个方案也是在农场的实际工作中得来的。

他越来越觉得有必要等一段时间再去大学学习法律。在秋天的时候，他从农场回到了家里，并且用自己的创意方案说服了一位银行家。这位银行家借给他1 000美元让他去尝试。同时，这位年轻人还致信给位于华盛顿的美国农业部，向他们索要由政府出版、可能包含对农民及其家人有用信息的所有小册子。从这些印刷品中，这位年轻人挑选出了一些农民喜闻乐见的文章，并将它们编辑整理成了一本小书——这本书里的知识才是对农民真正有用的。