

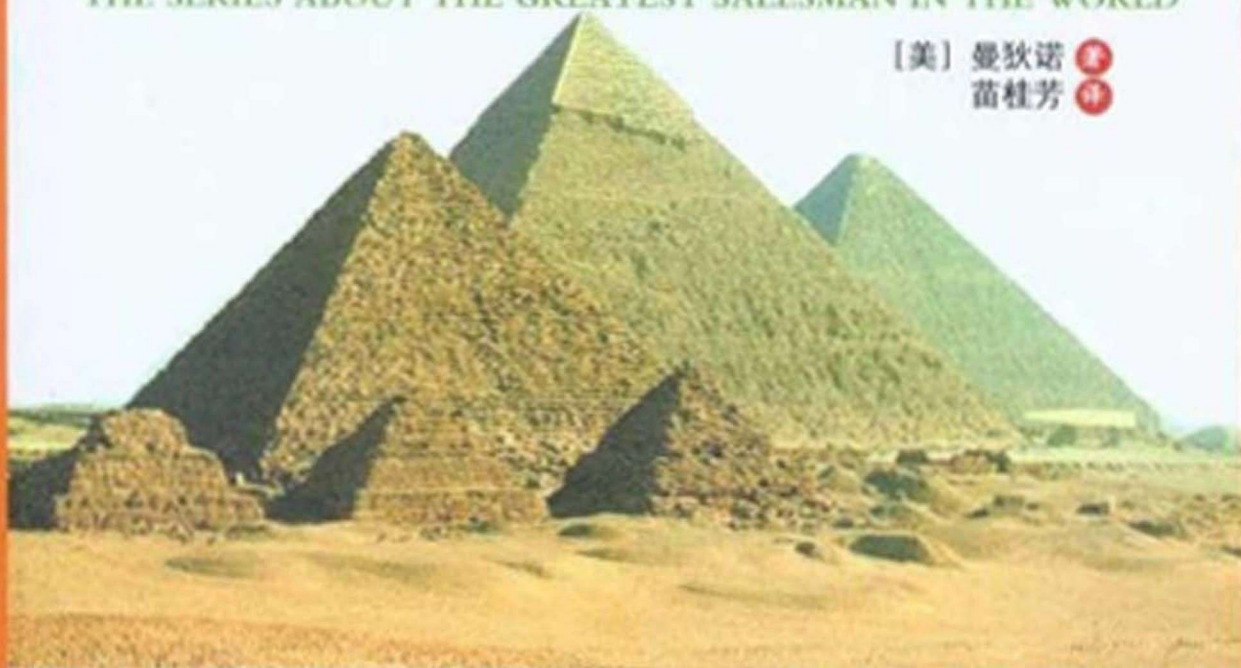
◎ 造就最优秀推销员的教科书 ◎

世界上 最伟大的 推销员

全集

THE SERIES ABOUT THE GREATEST SALESMAN IN THE WORLD

【美】曼狄诺
苗桂芳 译



北京燕山出版社

图书在版编目(CIP)数据

世界上最伟大的推销员全集/(美) 曼狄诺著 ; 苗桂芳译. —北京: 北京燕山出版社, 2010. 7

ISBN 978—7—5402—2367—0

I. ①世… II. ①曼… ②苗… III. ①推销—通俗读物

IV. ①F713.3-49 中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 132053 号世界上最伟大的推销员全集

总策划: 王丙杰

责任编辑: 马明仁金贝伦满懿

封面设计: 工作室

地址: 北京市宣武区陶然亭路 53 号

邮编: 100054

出版: 北京燕山出版社

发行: 全国各地新华书店

印刷: 北京市施园印刷厂

版次: 2010 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 16 开 787×1092 毫米

字数: 460 千字

印张: 30

定价: 48.00 元

版权所有, 盗印必究

如有印装质量问题, 请与印刷厂联系

前言

一个名叫海菲的牧童，从他的主人那里幸运地得到十道神秘的羊皮卷，遵循卷中的原则，他执著创业，最终成为了一名伟大的推销员。建立起了一座浩大的商业王国。这是一本在全世界范围内影响巨大的书，适合任何阶层的人阅读。它振奋人心，激励斗志，改变了许多人的命运。

全面而深入地阐述了有史以来世界上最伟大的推销员，如全球“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·贝特格等的人生智慧、成功之道、销售方法和技巧等。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手段。在这些世界上最伟大的推销员的思想智慧、人生传奇等引领、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。他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，为广大推销员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。

这是一本应该随身携带的好书，好像一位良师益友在道德上、精神上、行为准则上指导你，给你安慰，给你鼓舞，是你立于不败之地的力量源泉。

目 录

第一章 客户和企业优先原则.....	1
服务是事业之本.....	1
做人的本色.....	7
要勇于承担责任.....	9
一定要负责到底.....	14
忠诚原则不能变.....	18
把工作作为一种享受.....	26
第二章 自我推销战略.....	33
目标一定要明确.....	33
未雨绸缪的智慧.....	40
从容地面对生活.....	46
做人一定要决断.....	53
专注才能成功.....	59
天才在于勤奋.....	63
自立更需自强.....	68
谦逊是一种美德.....	73
幽默是一门艺术.....	79
勇气是成功的基础.....	84
只有创新才能成功.....	90
要善于积累能量.....	94
宽容是一种人生境界.....	98
坚持到底才能创造辉煌.....	105
第三章 把自己先推销出去.....	113
帮助别人才能成就自己.....	113
要学会换位思考.....	118
力争服务人性化.....	122
尊重人是成交的前提.....	127
最难得的是主动购买.....	131
尽力满足顾客的需要.....	136
真诚才能与顾客为友.....	139

第四章 销售冠军的八大法则	147
排练法则.....	147
靶心法则.....	154
杠杆法则.....	160
求爱法则.....	166
钩子法则.....	171
催化法则.....	178
加演法则.....	185
80 / 20 法则.....	191
第五章 要勇于面对被拒绝	194
从容面对被否定	194
不可忽视的销售秘诀.....	203
争取尽快成交	208
一定要掌握的销售法宝.....	214
确保顾客信任你	219
和他人友好地交流	223
失败并不可怕	228
第六章 优秀推销员六大原则	233
售后服务规则	233
与众不同规则.....	237
完美规则.....	243
成交规则.....	245
大成功规则.....	251
不找借口规则	255
第七章 说服客户的秘诀.....	264
开场白很重要	264
预约采访.....	267
产品介绍.....	272
修炼成交语言	280
要妥善处理反对意见.....	285
提问的妙招.....	288
借助电话巧推销	293
第八章 时时处处有推销.....	300
爱上推销的产品	300
销售工具也很重要	305
与客户的友好沟通	310
发现吸引顾客的卖点.....	313

客户心理不容忽视	318
一切准备都是为了成交.....	329
结束推销的技巧	334
第九章 你也拥有的资本.....	342
充满笑容促销售	342
贪图优雅显魅力	350
善于倾听受欢迎	355
赞美真诚取悦人	361
仪表从容莫忽视	369
借助思考创造财富	376
细节决定你的成败	382
诚信的力量是巨大的.....	390
身体是革命的本钱	398
感恩是一种力量	408
第十章 推销大师的十大秘诀.....	414
增强自身魅力	414
推销处处有机会	417
客户就在你的身边	420
沟通增进了解	426
该出手时就出手	430
赢取客户的良策	439
善于管理客户资源	449
人脉也是生产力	455
250 法则	461
拥有一颗感恩的心	466
第十一章 做最优秀的自己.....	469
清空自己的头脑	469
学习是一种信仰	473
充满热情干工作	480
分享快乐很重要	486
抵达事业的黄金期	492
第十二章 成功推销步步通.....	498
把自己展示给大家	498
推销自己是必需的	504
千里之行，始于足下.....	508
三条黄金定律.....	512
寻觅准客户	516

顾客心理很重要	521
客户认同的窍门	525
完美式成交	529
提倡美的服务追求	533
第十三章 修炼最伟大的推销员	539
用爱心铸造奇迹	539
坚持是一种力量	548
做独一无二的自己	555
热情是成功的密码	565
活在当下是一种智慧	571
要勇于面对失败	579
要时刻反省自己	585

第一章 客户和企业优先原则

我是推销员，客户和广大消费者是我的上帝，我所就职的企业也是我的上帝，我是两个上帝的忠诚仆人。

服务是事业之本

推销工作要满足客户需求，要以服务客户为准则，无论在什么情况下，都要牢记服务第一。

◎服务客户是行动准则

戴维是纽约的一位成衣制造商，他给保险公司打电话说，自己的10000 美元保险立即停保，要求保险公司退款。如果这样的话，这张保单就只值 5000 美元。有好几位业务员都跟戴维说：“你现在这样做很不划算。”他们这样想，这样说，也是为客户考虑，似乎并没有什么问题。但是戴维还是坚决要求退保：“不必啰嗦，把 5000 美元还给我就是啦！”

乔安——公司的业务高手之一，当即打电话给戴维，戴维要乔安把支票寄过去。但乔安坚持把支票亲自送过去，戴维也就同意了。双方谈妥了见面的时间。

乔安的前脚刚踏进戴维的客厅，戴维就开口要支票。乔安说：“您能不能给我 5 分钟的时间，咱们谈一谈？”戴维一听就大声说：“你们这些人都是这个样子，谈、谈、谈，不停地谈。你们知道我等这一笔钱，等得有多急吗？我告诉你们，我已经等了 3 个礼拜啦！现在还要耽搁我 5 分钟！告诉你们，我没有时间跟你们磨蹭。”

在戴维口不择言时，乔安已经知道：他肯定是遇到了什么急事，急着用现金。因为，作为商人的戴维，不会不知道放弃保单意味着多大的损失，但他还这样强烈地要求，必定有他的原因。

等戴维安静下来的时候，乔安说：“戴维先生，我完全同意您的看法，实在抱歉，我们没能给您提供最好的服务，敝公司实在应该在接到您的电话后 24 小时内，就把支票送来。现在我把支票带来了，有一点我不得不说明，您在这时候停保，损失很大。这是您要的钱，请收下！”

戴维收下支票，说：“你说得不错，我要退保，就是为了要拿到这 5000 美元，好周转我的资金，你们公司就是不能爽快地把欠我的还我，哼！既然支票已经拿来了，现在你可以走了。”

乔安没有走，他说出的一番话，让戴维大吃一惊：“您只要给我 5 分钟的时间，我就告诉您如何不必退保，而且还能拿到 5000 美元。”

“别骗我！”戴维虽然不相信，但是还是忍不住想知道，“说吧，我看你还有什么把戏。”

“如果您把保单做抵押向本公司借 5000 美元的话，只需要付出 5% 的利息，而且保单继续有效。并且，在这种情况下，如果发生什么意外的话，本公司仍然，付 5000 美元赔偿金给您。这样您不但可以拿到救急的钱，还可以拥有您的保险。”

戴维一听这个办法，立即就对乔安说：“谢谢您，这是支票，麻烦您帮我办理这个业务。”

就这样，乔安挽救了 10000 美元的保单。原因在于，他是抱着服务客户的准则来处理这件事情的。一般的业务员，只是告诉戴维：“你放弃保单会遭受损失的。”戴维也知道这个，难道他钱多得要给

保险公司送钱吗?这个信息是无用的信息。而乔安的办法是要找到戴维放弃保单的真正原因，然后想办法帮他解决，这就是服务的精神。

半年以后，乔安又去拜访戴维，戴维的财务危机已经过去。乔安为戴维详细规划了一下他的保险问题，赢得了戴维的认同，戴维欣然买下一张 20 万美元的保单。在随后的半年里，乔安又卖给戴维两笔抵押保险以及一笔意外险。

又过了半年，戴维第二次从乔安那里购买了一笔人寿大单。而这一切，都是因为乔安的服务精神。

如果你给顾客提供长期优质的服务，你就永远拥有忠实的顾客。为人服务才是根本。

◎时刻满足顾客的需求

推销中的“为人民服务”就是要时刻满足顾客的需求。

要想挖掘顾客对商品的需求，首先应当对顾客的需求种类进行一定的了解。每个人都有需求，没有需求的人不可能是活人。著名心理学家马斯洛在潜心研究的基础上，把人的需求分为五个等级。

生理需求是人类最原始、最基本的需求，包括饥、渴、性和其他生理机能的需求。在一切东西都没有的情况下，很可能主要的动机是生理的需求。对于一个处于极端饥饿状态的人来说，除了食物没有别的兴趣，就是做梦也梦见食物。当人的生理需求得到满足时，就会出现对安全的需求。这类需求包括生活得到保障、稳定、职业安全、劳动安全、希望未来有保障，等等。

爱与归属的需求也是一大需求。这种需求是指，人人都希望伙伴之间、同事之间关系融洽或保持友谊与忠诚，希望得到爱情，人人都希望爱别人，也渴望被人爱。

另外，还有尊重需求。谁都不能容忍别人伤害自己的自尊，顾客也是如此。推销员要是一不留神，造成了对顾客自尊心的伤害，那就甭想顾客给推销员好脸色，甭想推销成功。

自我实现的需求是指实现个人的理想、抱负，发挥个人的能力到极限的需求。人的需求是无限的，没有止境的。我们购物时，总是需求时才购买它，否则，是不会掏腰包的。推销员要想把商品推销出去，所必须要做的一件事就是：唤起顾客对这种商品的需求。

你只要搭错一次车，你就到不了目的地，在销售过程中，你可能只说错了一个字，你就无法销售出你的产品。因而，你跟顾客讲的每一句话都要经过深思熟虑。满足客户需求是最好的服务，要做到为人民服务，就要以满足客户需求为己任。

◎保证商品质量也是为人民服务

为了保证出售商品的质量，为顾客负责，杭州市解放路百货商店在打击假冒伪劣商品时推出了悬赏捉劣法。公告顾客，凡在该店购物发现假冒伪劣商品者，经核实，按照商品金额大小给予不同奖励。这是在激烈的市场竞争中，依靠过硬的商品质量赢得顾客信任，创立商品的美好形象，推销商品的好办法。

解放路百货商店在对外推行悬赏捉劣的同时，还在内部筑起了一道防止假冒伪劣商品混入商店的防线，提出了“不让一件假冒伪劣商品进柜台”的口号。商品在上柜之前要严把三关：售前认真检查商品质量；售中主动介绍商品和使用保养的方法；售后加强维修以及做好退、换、调。

解放路百货商店为悬赏捉劣专门准备了 10 万元奖金，但未动一分，没有一个顾客获奖，而商店在一年内收到顾客的表扬信 9000 多封，一个共同的结论：“到解放路百货商店买东西，我们放心。”在

“杭州市消费者信得过单位”评选中，解放路百货商店是得票最多的。

实行悬赏捉劣，体现了商业道德的核心，为人民服务，对社会负责，树立了社会主义的商德商风，应该在社会主义商业企业中广泛推广。对于企业本身来讲，悬赏捉劣不仅是保证商品质量过硬，杜绝假冒伪劣商品的好办法，而且是一种非常有效的促销手段。解放路百货商店在推出悬赏捉劣后，下半年的商品销售额比上半年，增长了47.28%，经济效益相当可观。

在悬赏捉劣中，一旦发现混入的伪劣商品，马上进行处理，可以使坏事变好事，改进商店工作，争取顾客信任。杭州某大厦的购物中心，推行了捉一罚十的悬赏捉劣后，有一位顾客购买了一台进口原装彩电，回家使用后发现不是进口原装而是国内组装的，反映到商场，商场领导决定以10倍原价奖励顾客。这件事在大众传媒上广泛宣传，使这个商场名气大振，顾客不仅不抱怨商场工作上的疏忽和缺点，而且乐意到该商场购物，并因可能得到10倍的巨奖而放心购买。从商店来讲，妥善处理一件假冒商品，带来的是非凡的效果，重建了企业的形象。

保证商品质量可靠，让人们买东西物超所值也是为人民服务的一种方式。

◎提供更好的服务

各种推销的区别并不仅仅在于产品本身，最大的成功取决于所提供的服务质量。推销人员的薪水都来自那些满意的客户提供的多次重复合作和中介介绍。事实上，如果你坚持为客户提供优质的售后服务，从两年以后起，你所有交易的80%都可能来自那些现有的客户。否则，你就可能永远也不能建立与客户之间的牢固关系及良好信

誉。那种不提供服务的推销人员每向前走一步，可能就不得不往后退两步。

从长远看，那些不提供服务或服务差的推销人员注定前景暗淡。他们必将饱受挫折与失望之苦，他们中的很多人不可避免地会为了养家糊口而从早到晚四处奔忙。就是这些推销人员忽视了打牢基础的重要性，他们发现自己每年都像刚出道的新手一样疲于奔命、备受冷遇。所以，对顾客提供最好的、最尽心尽力的售后服务并不是可有可无的选择；相反，这是推销人员要生存下去的至关重要的选择。

甘道夫是全美十大杰出业务员，历史上第一位一年内销售超过10 亿美元的寿险业务员，被称为“世界上最伟大的保险业务员”。甘道夫在全美 50 个州共服务了超过一万名客户，从普通工人到亿万富豪，各个阶层都有。

甘道夫说：“你对你的客户服务愈周到，他们与你的合作关系就会愈长久。不管你推销的是什么，这个法则都不会改变。”优质的服务可以排除顾客可能有的后悔感觉，大部分的顾客喜欢在买过东西后，得到正面的回应，以确定他们买了最正确的产品。

每当完成一笔交易，甘道夫总会寄上答谢卡给他的客户，即使是最富有的客户。甘道夫有许多成功、富有的客户，他们拥有豪华汽车和别墅。他们什么都不缺，然而，他们仍然喜欢收到这些卡片。大部分的客户每年都会收到生日卡片，甘道夫总会在生意促成时，记住客户的生日，然后在适当时机寄出一张卡片给他。

此外，每当客户向他买保险一周年时，甘道夫就会亲自登门拜访。作为一名保险推销人员，他会详细记住客户的资料，比如亲戚尚在或已故、结婚或离婚、企业的经营状况等等。此外，他还会寄给某位客户可能对他有用的杂志或报道。

在产品大同小异的情况下，为顾客提供更好的、与众不同的服务，才是成功之本。

做人的本色

推销是一个和人打交道的职业，推销员应该有职业道德意识，要先得到别人的肯定。其实推销工作就是在推销你自己。

◎时刻有职业道德意识

作为一个优秀的推销员，在市场竞争日趋激烈的今天，必须具有很强的职业道德规范意识，它不但是企业形象的制约因素，也是推销员自我管理中应特别注意的事。不要说成为优秀的推销员了，就是只把目标集中于做好自己的本职工作的一般推销员，也应该具备基本的职业道德规范。

一个打柴人把斧头掉进了河里，他坐在河边伤心地哭起来。财神便跳进水中帮他打捞，很快拿出了一把金斧头，工人却摇头说：“这不是我的。”财神又拿出一把银斧头来，工人还是摇头。最后，他拿出一把铁斧头，工人说：“这才是我失去的斧头。”财神就把金斧头和银斧头一起送给了他。

一个贪心的家伙知道了，他故意把斧头扔进河里。很快，财神拿出一把金斧头来，没等财神问他，他马上说：“这就是我丢失的那一把。”财神恨他不诚实，便与金斧头一起消失了。贪心人最终连自己的斧头也找不到了。没有诚实，哪里来金斧头？甚至连自己的老本也会赔上。诚实是一个社会的话题，诚实赋予一个人公平处世的品格，使人生诚实可靠，使人与人之间不会彼此利用、互相欺骗。推销员的基本道德规范都有哪些呢？

以最好的外观呈现产品，不能够作出对自己、公司或产品不正当的陈述。说话算数。你准时赴约 200 次才能树立起来一个诚信，而它却可能因为一次失约轰然崩塌。要懂得拒绝。如果潜在客户对产品或服务的应用或者理解不对，优秀推销员应当及早告知，而不应该利用潜在客户的不理解促成交易。

懂得负责善后。如果潜在客户确实买了用途不对的产品的话，推销员不要把黄金销售时间浪费在更正上，而更应该懂得如何善后。要培养对客户的个人责任感。做一个成功的人，首先要能够履行自己的诺言。

当发生你能力所及之外的情况时，立即通知客户。如果你坦白，你的客户也可能会通情达理，会有耐心。千万不要提供回扣给客户以换取订单。作为一个优秀的推销员，首先应该是一个守法的人。

不贬抑竞争对手。因为这样做的话可能会招致相反效果。始终不放松道德标准。因为月底近了，而还没达到业绩配额，也应该用道德标准严格要求自己。

◎学会推销你自己

著名的“改革闯将”苏州电扇总厂销售部经理潘仁林总结出一条销售准则是：“推销产品，更是在推销你的人品。优秀的产品只有在具备优秀人品的推销员手中，才能赢得长远的市场。”

向顾客推销你的人品，就是推销员要按照社会道德规范和价值观念行事，要表现出良好的品德：热情、勤奋、自信、毅力、同情心、善意、谦虚、自尊、自信、减意、乐于助人、尊老爱幼……

著名的推销员乔·吉拉德是以推销汽车为职业的，他认为：推销的要点不是在推销商品，而是在推销自己。

当你在与顾客打交道时，你要记住，你首先是个人，之后才是推销员。一个人的优劣会让其他人产生不同的感情。

时刻完善自我，在推销产品时首先推销你自己，只有顾客对你充分认可了，你的推销才可能成功。

要勇于承担责任

工作意味着责任，责任所在，必须勇于承担。客户利益受到损害时要赔偿客户的损失。

◎要工作就有责任

没有责任感的推销员不是一个优秀的推销员。就算你是一个最普通的推销员，也要勇于承担责任，只要你担当起了责任，你就具备了成为一个优秀推销员的基本条件。

曾经有一位旧金山的商人给一位萨克拉门托的商人发电报，报出货价价格：“1 万吨大麦，每吨 400 美元。价格高不高？买不买？”

萨克拉门托商人觉得价格太高，不想要货物，可是他在回复电报里却漏了一个句号，写成“不太高”，结果变成要买这批大麦，使自己损失了好几千美元。这只是一场简单的交易，却能看出这位萨克拉门托商人并不认真负责。同样，对于公司员工来说，只要在工作中有那么一丁点不负责，马虎大意，就有可能要在竞争越来越激烈的现代社会中酿成大错，导致整个企业蒙受损失。

一个缺乏责任感的人，首先失去的就是社会对自己的基本认可，其次失去的是别人对自己的信任与尊重，这样的人当然就难以得到重用。而那些能承担责任的人，可能会被赋予更多的使命，有资格获得更大的荣誉。

在很多人看来，自己只是企业里一名普通员工，没有什么责任而言，只有那些管理层才要承担工作上的责任，他们没有意识到，其实，工作本身就是意味着职责和义务。

每一位普通员工都有义务、有责任履行自己的职责和义务，这种履行必须源于发自内心的责任感，而不是为了获得什么奖赏。工作不单单是赖以生存的手段，除了得到金钱和地位之外，要考虑到自己应尽的责任。

超市里的一位员工对前来购物的顾客非常冷淡，不仅不主动为顾客提供帮助和服务，有时还会冲着前来问询的顾客发脾气，这令顾客很不满，但是他自己却不以为然。一位零售业经理在超市视察时，刚好发现了他的所作所为。

经理看了，非常气愤地训斥了他：“你的责任就是为顾客服务，令顾客满意，并让顾客下次还到我们这里来，但你的所作所为恰恰是在赶走我们的顾客。你这样做，是在推卸责任，我们企业没法再信任像你这样的人，你可以走了！”

这位超市员工由于不负责任使自己失去工作，可以说是自作自受。自己的责任就应该主动承当，不能有任何疏忽或者推卸。

记住美国前总统杜鲁门的一句座右铭：“责任到此，不可再推。”在工作中难免要发生各种错误，问题发生后，不应当推卸自己的责任，或者为自己寻找借口，即使再振振有辞，也是一件愚蠢的事，也不能掩饰一个人责任感的匮乏，因为本来老板还可能打算对你进行培养和提拔，但是你害怕承担责任、推卸责任的心态将使他很难重用你。

对自己的行为负责、对公司和老板负责、对客户负责，这才是老板最喜欢的员工，也只有这样的员工才能赢得很好的发展机会。