

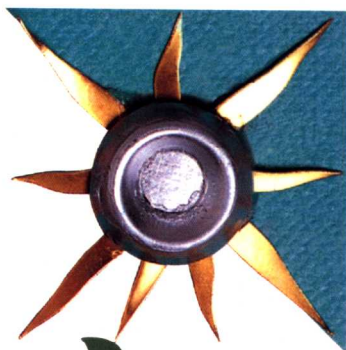
SONGSNINE

九颂创业大智慧丛书
赖丹声 主编

最伟大推销员

SECRET

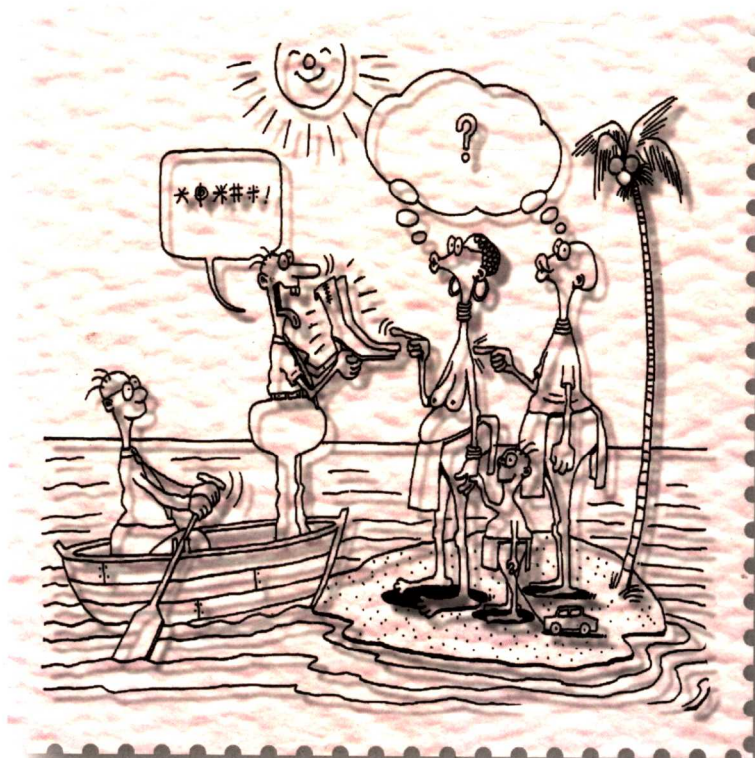
的秘密



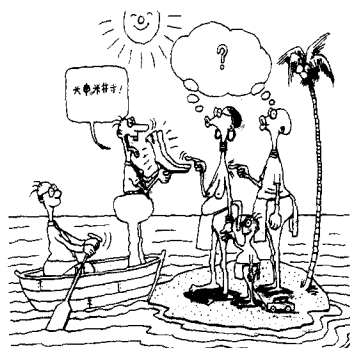
我能

高木等编著

把鞋子卖给非洲



珠海出版社



最伟大推销员的秘密

赖丹声 主编 高 木 等 编著

■ 珠海出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

最伟大推销员的秘密：我能把鞋子卖到非洲 / 高木等编著. — 珠海：珠海出版社，2003.1

(九颂创业大智慧丛书 / 赖丹声主编)

ISBN 7 - 80689 - 028 - 9

I. 最... II. 高... III. 推销 - 基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 104380 号

* 九颂创业大智慧丛书 *

赖丹声 主编

最伟大推销员的秘密

——我能把鞋子卖到非洲

Zui Weida Tuixiaoyuan De Mimi

©高木 等 编著

责任编辑：吕唯唯 潘杜鹃

漫画插图：王 栋 阿 杜

终 审：罗立群

装帧设计：大 宇

出版发行：珠海出版社

地 址：珠海市香洲区梅华东路 297 号二层

电 话：0756 - 2222759 邮政编码：519000

印 制：广东省茂名广发印刷有限公司

开 本：890 × 1240mm 1/32

印 张：5.25 字数：120 千字

版 次：2003 年 1 月第 1 版

2003 年 1 月第 1 次印刷

印 数：1 - 8000 册

书 号：ISBN 7 - 80689 - 028 - 9 / F·37

E - mail: zhcbst1@pub.zhuhai.gd.cn

定 价：13.80 元



我能把鞋子卖到非洲

1. 我能把鞋子卖到非洲 / 3
2. 驼鹿与防毒面具 / 6
3. 找到“真金”的人 / 8
4. 雨中的小贩 / 10
5. 我只想买一些鸡蛋 / 11
6. 文化是把无影刀 / 14
7. 借力打力 / 15
8. 玻璃的颜色 / 16
9. 推销员的旧鞋 / 17

最伟大推销员的秘密

10. 最伟大推销员的秘密 / 21
11. 原一平的推销术 / 22
12. 鲍洛奇的别出心裁 / 24
13. “机会主义者”哈默 / 26

14. 摩根的错觉战术 / 28
15. 阿玛诺斯的绝活 / 29
16. 奥纳西斯的先见之明 / 30
17. 华葛森招徕生意的绝招 / 31
18. 华诺密克巧解难题 / 32
19. 水野利八的长远眼光 / 33
20. 瓦那美卡卖手套 / 34
21. 日本最能干的推销员 / 36

“眼球经济”商机多

22. “眼球经济”商机多 / 39
23. 足球明星的新发型 / 40
24. “希丁克”旅行套餐 / 41
25. 世界上最大的鞋子 / 42
26. “世界杯天气险” / 43
27. 10号普拉蒂尼 / 44
28. 大事件中的商机 / 45
29. 劳力士巧用名人 / 46
30. 名人是棵摇钱树 / 47
31. 发“艾滋病”的财 / 48
32. 福尔摩斯推销汽水 / 49
33. “最后一次日环食” / 50
34. 别具一格文化衫 / 51

电话号码中的爱国情

35. 电话号码中的爱国情 / 55

- 36. 帮你寻找初恋情人 / 57
- 37. 三菱电梯生日奇想 / 58
- 38. 重飞蓝天的鸽子 / 59
- 39. 提不出意见要罚款 / 60
- 40. 向天津市民“有偿请教” / 61
- 41. 被盗的7箱皮鞋 / 62
- 42. 汉堡包的顺口溜 / 64
- 43. 特别的9折优惠 / 65
- 44. 全球最大的馈赠 / 66

附加生意的利润

- 45. 附加生意的利润 / 69
- 46. 逆向思维的典范 / 71
- 47. “丑女广告”效应 / 72
- 48. 不怕枪击的锁 / 73
- 49. 开拓处女地 / 74
- 50. 别出心裁的告示 / 75
- 51. 撒啤酒的小男孩 / 76
- 52. 反常的奇特构思 / 77
- 53. 偏不找明星 / 78
- 54. 突破常规的橘汁 / 80
- 55. 是你拿走了我的雨伞 / 82

巧解顾客怒气

- 56. 巧解顾客怒气 / 85
- 57. 让顾客自己促成交易 / 87

- 58. 没说一句推销的话 / 89
- 59. 让顾客参与 / 90
- 60. 让顾客过意不去 / 91
- 61. 试穿试出真价格 / 92
- 62. 只可免费植树一棵 / 93
- 63. 润物细无声 / 94
- 64. 金鱼缸里的石英手表 / 95

人咬狗才是新闻

- 65. 人咬狗才是新闻 / 99
- 66. 娜娜的身段 / 100
- 67. 吊了6天的胃口 / 101
- 68. “脱衣”推销女足 / 102
- 69. 图书广告三绝 / 103
- 70. 巧用鹦鹉募捐 / 104
- 71. 不花钱的宣传 / 105
- 72. 老总“被逼”喝涂料 / 106
- 73. 昂贵的咖啡 / 108
- 74. 商店顶层的动物园 / 109
- 75. 10米高处砸下塑料桶 / 110
- 76. 京城街头的总统车队 / 111
- 77. 茅台酒的“碎瓶酒香” / 112
- 78. 东京闹区的断崖绝壁 / 113

老教授的意外之财

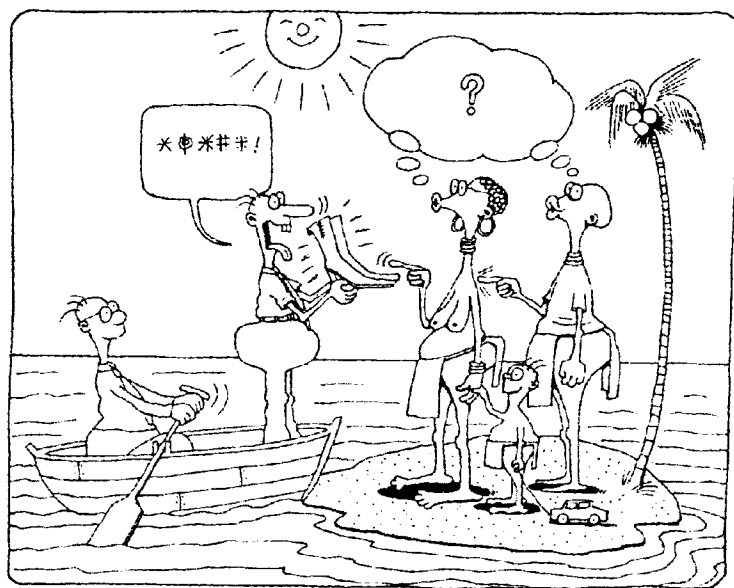
- 79. 老教授的意外之财 / 117

- 80. 一举一动见品性 / 118
- 81. 失小礼误大事 / 120
- 82. 不寻常的五毛钱 / 122
- 83. “买不走”的质量 / 124
- 84. 做买卖奇遇记 / 126
- 85. 整合资源的高手 / 128
- 86. 争夺顾客的法宝 / 130
- 87. 牡丹花引路 / 132
- 88. 用顺口溜卖刀 / 134
- 89. 她的心事我能懂 / 138
- 90. 到杂货店发牢骚 / 140
- 91. 人格的强大推销力 / 141

大公司也会犯错误

- 92. 大公司也会犯错误 / 145
- 93. 可口可乐的矛盾 / 146
- 94. 骆驼香烟惨败泰国 / 148
- 95. 冰箱广告的败笔 / 149
- 96. 克兰梅风波 / 150
- 97. 危机公关的杰作 / 152
- 98. 拜耳的危机意识 / 154
- 99. 康泰克事件 / 156
- 100. 埃克森油轮漏油事件 / 159

我能把鞋子卖到非洲





1. 我能把鞋子卖到非洲



有一个跨国制鞋公司，为了开发非洲一个岛上的市场，先后派出了四支考察队。

第一支被派去的是由公司里最优秀的推销员组成的队伍。推销员们在岛上转悠了半天，第二天就回来了。他们在报告中声称：岛上的居民还没有一个是穿鞋的，因为他们还没有这个习惯；岛上暂时也没有卖鞋的。由于存在这么巨大的市场空缺，公司可以把鞋大批量地运过去，而他们也有信心把鞋推销给这些岛国的居民使用！

第二支被派去的考察队是鞋厂的厂长们。厂长们在岛上转了两天，回来之后显得非常高兴。他们声称：岛国是一个很有市场前景的市场。他们在岛上找到了可以生产鞋的原料，而且原料和岛上其他各方面的社会资源价格都很低廉。他们建议公司立即到岛国设立分厂，认为只要能够赶快大批量生产，肯定可以获取高额的利润。

第三组被派去的是公司的财务人员。他们比较了“国际贸易”和“本地化生产”两种模式的优劣后认为，岛国的原料、土地、劳动力、水、电等资源的价格相对低廉；而公司距离岛国最近的鞋厂，都非常远，而且岛国的关税较高，综合分析两种模式所需的各方面成本，“本地化生产”的优势较大。只要在岛国新建的鞋厂能够保持每天 1000 双以上的生产量，每双鞋的成本可以节省 4 元。按每月生产 3 万双计算，一个月就可



以节省 12 万元，半年就可以收回建厂的全部成本。所以，他们建议公司到岛国设厂，就地生产就地销售。

第四组被派去的是公司的营销经理们。经理们在岛国上呆了 5 天，拜访了上至岛国酋长，下至各行各业的普通老百姓，采集了岛国人 50 多双脚模样本。他们了解到，岛国的居民一直都没有穿鞋的习惯，看见外来的穿鞋人都非常奇怪——原来他们根本没有意识到穿鞋可以保护双脚。岛国很多人的脚都有毛病，他们想过很多办法去避免脚病，都不奏效。当他们了解到穿鞋可以使脚避免很多意外的伤害，更利于防止脚病后，都表示非常渴望得到一双鞋。经理们还了解到：岛国居民的脚，普遍地比公司所在地欧洲的同年龄段的人的脚长 2~3 英寸，大 1 英寸左右。因此，公司要对卖给他们的鞋重新加以设计。另外，曾经有一家制鞋公司，也派人来岛国考察过。但当他们发现当地居民都不穿鞋以后，认为没有市场，就放弃了继续努力。然而但也不能就此排除他们日后卷土重来的可能。岛国的居民是没有什么钱的，而且都听从酋长的命令。

岛上盛产香蕉，这些香蕉又大又甜又香，在欧洲是极具销售力和竞争力的。酋长答应：他将以 25 千克香蕉，换取一双鞋，一共需要大概 10 万双。第一批先要 1 万双，越快到货越好，公司可享受独家卖鞋权！

经理们考虑，这样的香蕉如果经过适当的包装，可以以每千克 30 元的价格卖给连锁超市，按 1 万千克算，扣除包装、运输、关税、人员工资等，每千克香蕉的纯利润为 3 元。1 万双鞋，如果从离岛国最近的厂运到岛国，公司的总成本为 16 万元。那第一批 1 万双鞋，可以换得的香蕉总数额是 25 万千克，而香蕉的总利润为 75 万元。扣除鞋的成本，公司可以在第一笔交易中营利 59 万元。如果鞋在岛国本地生产，则每双

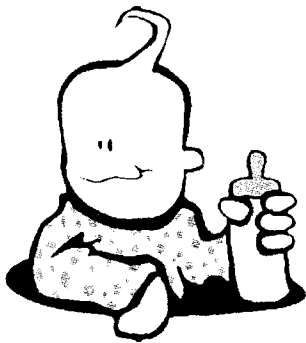


鞋可以节省成本 4 元，公司则可以得到 63 万元的总利润！

不过，经理们也算过了，投资设厂的资金需要 200 万元，而且从建厂到真正出成品交货，需要 3 个月的时间，满足不了酋长的迫切要求。如果在公司现有的鞋厂生产那 1 万双鞋，再运到岛国出售，只需要一个半月，这是酋长可以接受的。所以，经理们建议公司一边用“国际贸易”做成第一笔交易，搞好关系；一边在岛国建厂，以便为后续的市场拓展提供支持！

制鞋公司对营销经理们的报告大加赞赏，同时给予了重赏！

点评：营销人对一个市场的判断，不仅要有敏锐的市场直觉，还要做详细而深入的市场调研，并在充分了解消费者习惯、竞争者动向等基础上提出可行性方案。





2. 驼鹿与防毒面具

有一个推销员，他以能卖出任何东西而出名。他曾经卖给牙医一支牙刷，卖给面包师一个面包，卖给瞎子一台电视机。

但他的朋友对他说：“只有卖给驼鹿一个防毒面具，你才算是一个优秀的推销员。”

于是，这位推销员不远千里来到北方，那里是一片只有驼鹿居住的森林。

“您好！”他对遇到的第一只驼鹿说，“您一定需要一个防毒面具。”

“这里的空气这样清新，我要他干什么！”驼鹿说。

“现在每个人都有有一个防毒面具。”

“真遗憾，可我并不需要。”

“您稍候。”推销员说，“您已经需要一个了。”说着他便开始在驼鹿居住的林地中央建造一座工厂。

“你真是发疯了！”他朋友说。

“不然。我只是想卖给驼鹿一个防毒面具。”

当工厂建成后，许多有毒的废气从大烟囱中滚滚而出，不久，驼鹿就来到推销员处对他说：“现在我需要有一个防毒面具了。”

“这正是我想的。”推销员说着便卖给了驼鹿一个。

“这可真是个好东西哪！”推销员说。

驼鹿说：“别的驼鹿现在也需要防毒面具，你还有吗？”

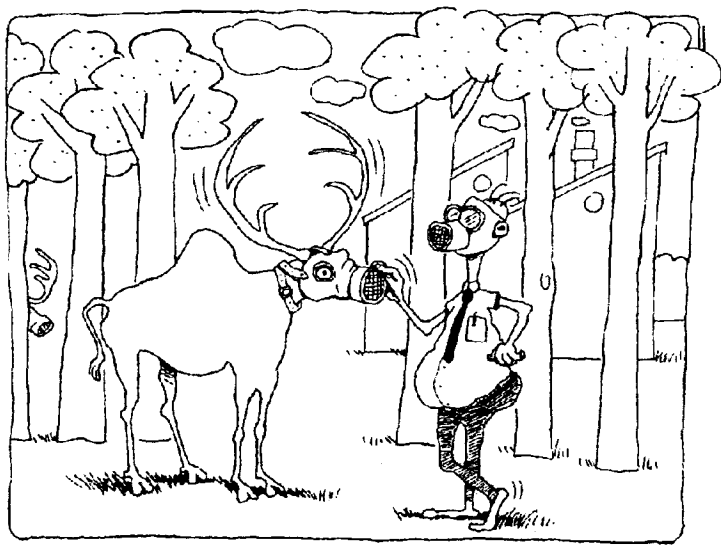


“你真走运，我还有成千上万个。”

“可是你的工厂里生产什么呢？”驼鹿好奇地问。

“防毒面具。”推销员兴奋而又简洁地回答。

点评：抛开营销道德而言，该推销员的高明之处在于既成功地创造了客户需求又提供了有效供给。





3. 找到“真金”的人

自从有人在河畔散步时无意中发现金子后，这里便常有来自四面八方的淘金者。

他们都想成为富翁，于是寻遍了整个河床，还在河床上挖出很多大坑，希望借助它找到更多的金子。

的确，有一些人找到了，但另外一些人却只好扫兴归去。

也有不甘心的，便驻扎在这里，继续寻找。

彼得·弗雷德就是其中的一员。

他在河床附近买了一块没人要的土地，一个人默默地工作。他为了找金子，已把所有的钱都押在这块土地上。他埋头苦干了几个月，直到土地全变成坑坑洼洼，他失望了——他翻遍了整块土地，但连一丁点金子都没看见。

6个月后，他连买面包的钱都快没有了。

于是，他准备离开这儿到别处谋生。

就在他即将离去的前一个晚上，天下起了倾盆大雨，并且一下就是三天三夜。

雨终于停了，彼得走出小木屋，发现眼前的土地看上去好像跟以前不一样，坑坑洼洼已被大水冲刷平整，松软的土地上长出了一层绿茸茸的小草。

“这里没找到金子，”彼得忽有所悟地说，“但这土地很肥沃，我可以用来种花，并且拿到镇上去卖给那些富人。他们一定会买些花装扮他们华丽的厅堂。如果真是这样的话，那么



我一定会赚许多钱，有朝一日我也会成为富人。”

彼得仿佛看到了将来，美美地咂了一下嘴说：“对，不走了，我就种花！”

不久，田地里长满了美丽娇艳的各色鲜花。

他拿到镇上去卖，那些富人一个劲地称赞：“噢，多美的花，我们从没见过这么美丽娇艳的花！”他们很乐意付少量的钱来买彼得的花，以便使他们的家变得更加富丽堂皇。

五年后，彼得终于实现了他的梦想——成了一个富翁。

点评：终点只有一个，但到达终点的路却不止一条。

