

最简单的成功法则，从此改变你的命运



[美] 杰尔·厄卡夫 (Jerry Acuff) 著 鲁刚伟 译
维利·伍德 (Wally Wood)

Relationships

关系

The Relationship Edge in Business Connecting with Customers and Colleagues when It Counts

决定成败

一个人拥有关系的多寡和其质量的好坏在很大程度上决定

一个人生活质量的好坏和一个人生活的丰富程度。

你的成功路

从第180页开始

中国社会科学出版社

最简单的成功法则，从此改变你的命运

[美] 杰尔·厄卡夫 (*Jerry Acuff*) 著
维利·伍德 (*Wally Wood*)

鲁刚伟 译

F713.3
73

关系决定成败

The Relationship Edge in Business

北方工业大学图书馆



00591635

成功社

从此踏上成功路

SCG8561
中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

关系决定成败/(美)厄卡夫,伍德著;鲁刚伟译. —北京: 中国社会科学出版社, 2005. 2

书名原文: The Relationship Edge in Business Connecting with Customers and Colleagues When it Counts

ISBN 7 - 5004 - 4849 - X

I. 关… II. ①厄… ②伍… ③鲁… III. 销售学: 人际关系学
IV. F713. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 126387 号

Original English language edition Copyright © 2004 by Jerry Acuff with Wally Wood.
Authorized translation from the English language edition published by John Wiley & Sons, Inc.

Simplified Chinese edition Copyright © 2005 by China Social Sciences Press.
All rights reserved.

中国社会科学出版社享有本书中国大陆地区简体版专有权, 该权利受法律保护。
版权贸易合同登记号 图字: 01 - 2004 - 3842

责任编辑 张 剑
特邀编辑 杨安民
责任校对 风向标图文设计工作室
责任印制 王炳图
封面设计 点晴工作室

出版发行	中国社会科学出版社		
社 址	北京鼓楼西大街甲 158 号	邮 编	100720
电 话	010 - 84029453	传 真	010 - 84017153
网 址	http://www.csspw.cn		
排 版	北京中文天地文化艺术有限公司		
经 销	新华书店		
印刷装订	北京纪元彩艺印刷有限公司		
版 次	2005 年 2 月第 1 版	印 次	2005 年 6 月第 5 次印刷
开 本	700 × 1025 毫米 1/16		
印 张	13. 625		
字 数	203 千字		
定 价	24. 80 元		

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换。
版权所有 侵权必究
编辑部联系电话: 010 - 64045632; 010 - 64059527

赢得的褒奖

任何想改善他们与客户的关系、与同事的关系、与他们看重的人的关系——包括与家庭和朋友的关系——的人，《关系决定成败》都是一本必读书。杰尔告诉了我们极为简便而实用的建立关系的技巧，我已经将其应用于和客户及商务伙伴改善关系的过程中。

——乔·劳伯斯基 (Joe Laborsky),
托里·赖泽保健网络公司总裁
(Torre Lazur Healthcare Communications)

许多组织经常地教导它们的销售人员要更多地关注销售业绩、利润和提供的服务，而忘了与客户的关系才是一切的根本。本书是一个空前的突破，对如何建立关系的方法有极为深刻的见解。

——唐纳德·班乃尔 (Donald Bonnell), 全球工厂
(Global Workplaces) 地区总裁

我对作者的了解已经有 30 年了，他的生活充满智慧和便于遵循的箴言，现在，他把他的智慧和箴言呈现给读者。对于任何想要有更好工作、更完满家庭或者更好关系的人，这都是一本必读书。

——赫尔曼·拉扎勒斯 (Herman Lazarus),
克蒂诺健康公司 (Cardinal Health) 区域副总裁

关系 决定成败

The Relationship Edge in Business

一本优秀的指导销售经理的工具书，一本详尽的指导如何建立牢固的商务关系和个人关系的工具书。

——约翰·M. 沃伊切克 (John M. Woychick)，
辉瑞制药公司 (Pfizer Pharmaceuticals) 资深销售副总裁

一本富有开创意义的书！一个首创的指导方法，告诉你如何与客户建立无价的长期关系。一本让你鹤立鸡群的好书。

——丹尼·考克斯 (Danny Cox)，《危急时刻的领导艺术》
(*Leadership When the Heat's On*) 作者

一次又一次，杰尔·厄卡夫证明他的销售方法成效显著。对于那些想让成功的销售成为他们每天生活的一部分的人，这是一本必读书。

——乔治·基摩耶尔 (Georges Gemayel)，
金兹米公司 (Genzyme Corporation) 副总裁

如果你想学习如何与客户和同事建立牢固而良好的关系，那么，去追随杰尔·厄卡夫吧！看看你的投入将如何产生丰厚回报。他的确是个销售天才。

——海蒂·J. 吉尔哈特 (Heidi J. Gearhart)，
罗氏制药公司 (Roche Laboratories) 全球销售总经理

前 言

本书的写作缘起于辉瑞制药公司（Pfizer）的一位副总裁，他要求我就他们的销售人员如何与客户共度更多的有效时间给他们提供一些建议。

在医药销售领域，销售人员常常与他们的销售对象——医生——只能交谈两到三分钟的时间，在这么短的时间内你可以表述什么内容呢？“你好，我是杰尔·厄卡夫，我想和你谈谈我们新开发的药品……”很明显，这样的交流不会有什么成效。我想，应该可以找到一种方法，利用这种方法，销售代表可以与他们的潜在客户、客户和同事有效地交流更长的时间。

在我回家的航班上，我反复思考辉瑞制药公司面临的挑战，我想起了我和我的朋友彼得·齐亚诺（Peter Ciano）合写的那本书，我们给那本书取的名字是《妈妈从未教过你的》（*What Momma Never Taught You*），书中包括记述生活事实的一些短章节，“痛苦是件好事”，“你妈妈确实更喜欢你兄弟”和“如果他们喜欢你，你就成功了”。

在那本书的最后一个章节，我提出了这样一个前提，那就是无论是在个人生活方面还是在职业生涯方面，一个人拥有关系的多寡和其质量的好坏在很大程度上决定一个人生活质量的好坏和一个人生活的丰富程度。我们与他人的关系越牢固越良好，我们的生活也就越美满。当然，牢固的关系并不是衡量是否成功和是否幸福的惟一标准，但是，它们的确可以帮助我们获取成功和幸福。

这样的思考让我想到人与人之间关系的几种可能性。我觉得，人际关系不外有六种状态，从最原初的——人们甚至不知道你名字的状态，一直到关系的最高境界——人们看重与你的关系。显而易见的是，随着你与他人的关系越来越牢固越来越紧密，和你保持这种关系的人也将越来越少。

关系决定成败

The Relationship Edge in Business

因此，关系金字塔的塔基由很多的人构成，而塔顶则只有很少的人。本书的第一章将详述关系金字塔的构成。

我告诉辉瑞制药公司的执行官，我确信：如果你能与客户改善关系，客户就会给你更多的时间。或者，如果你能带给客户独特的和有趣的东西，他们也会给你更多的时间。不过后一种策略存在难以解决的问题，你一旦带给客户独特和有趣的东西之后，你就要很快再去寻找其他独特和有趣的东西，以便让客户持续保有与你交流的兴趣。我并不否认这种策略的可行性，但我不能依靠它。

在返回途中，我想到了金字塔，实质上，辉瑞制药公司的困难所在是如何让它们的销售人员从塔基攀登到塔顶。如果你站在与客户或者同事关系金字塔的顶峰，他或她就一定能给你更多的交流时间，因为他们看重与你的关系。

我想，已经有人回答了如何建立牢固而积极的关系这一问题。比如，戴尔·卡耐基（Dale Carnegie）的著作《如何赢得朋友并影响他人？》（*How to Win Friends and Influence People?*），雷·吉伯林（Les Giblin）的著作《如何充满信心地与人交往？》（*How to Have Confidence and Power in Dealing with People?*），尼古拉斯·布斯曼（Nicholas Boothman）名为《如何在90秒甚至更短的时间内让人喜欢你？》（*How to Make People Like You in 90 Seconds or Less?*）的书以及里尔·朗兹（Leil Lowndes）的《如何成为有吸引力的人？》（*How to Be a People Magnet?*）的著作都回答了这一问题。

回到家，我买了以上所有的书和其他看起来能解答这一问题的其他书籍，在这些书中我发现了很多无懈可击的建议，它们都说你要以他人为中心，你要了解客户的需求，你要为客户做些特别的事情，确实，它们的建议无可指摘。

不过对我来说，创立一种特定的、清楚的关系建立方法更实用些，现在，你手里拿着的就是教你如何有效建立关系的方法建议。

这种方法，就像你将要看到的那样，是几乎每个人都可以实践的。你不需要有社交的禀赋，你不需要是外向型的性格，你不需要天生讨人喜欢，遵循本方法，你依然可以成功建立广泛而有效的关系。即使你不是销售人员，不是经理，甚至你不一定从事商务活动，但关系建立的方法依旧

会提升你的生活质量。

当然，你必须确信关系是很重要的事情，你必须了解他人的兴趣所在。同时，如果你能为他人做些花费不多但出乎预料、细致周到的事情，以表明你对他人的关切、展示你的专业素养、诚实的美德和你的学识，你就一定能成功。

我在很多商务场合常常问这样一个问题：关系对你们的成功至关重要吗？我得到的回答无一例外地是：没有比它更重要的了。之后我会问：“你们的组织用什么方法培训员工与客户和同事建立关系？”他们的回答往往是：“没什么方法。”

过去，公司从不教导员工如何去建立关系，因为这种想法既不可行也无法衡量其结果。我在本书中论述的方法则既便于操作又可以方便地衡量其成效。当然，它并不完美，也不是对每个人都同样适用，要与某些特定的人建立关系需要花费多长时间的问题本书也不能回答，我想，这并不奇怪，建立关系的能力和约会或者和对子女的教育一样，都是人类需要实践才能掌握的技巧。

因为关系的建立是需要贯彻特定的和清楚的步骤的过程，所以，几乎每个人都可以学习掌握。如果你有意识地实践本书论述的方法，你会发现，比起你今天的人际关系状况来，将有更多的人一同与你站在关系金字塔的顶峰。我确信，你会发现，就像我已经发现的一样，你会拥有一个更丰富、更幸福、更快乐的生活。

致 谢

我发现写任何一本书都是团队协同努力工作的典范。一本书可能最初缘起于一个想法和观点，但如果没有很多很多人的无私帮助和支持，任何一本书都不能面世。为此，我要感谢那些使本书付梓成为可能的很多人。

首先，我要感谢维利·伍德，几个月来，他一直与我协同工作，把握和梳理我的想法，并以让我折服的方式把它们（也包括许多他的想法）表述出来。维利一直处于我关系金字塔的顶峰。其次，我要感谢维利的妻子玛丽安·伍德，她为我们更出色地完成本书给予了无条件的支持，为本书的写作做出了很多贡献。玛丽·麦基为辨认我潦草的英文并把我和维利的手稿打印出来承担了艰巨的工作。约翰·威利出版社的朋友也为本书的面市付出了诸多努力。麦克·汉密尔顿因为其诚实、丰富的经验和悉心的引导而成为初次写作的人梦寐以求的导师，此外，麦克还为本书赋予了这个名字，维利和我为了寻找到我们钟爱的书名苦苦思考了几个星期而不得，而麦克在五分钟之内就为我们解决了难题。还有许多同意接受我们访谈的人，是他们的故事让本书的观点和概念鲜活灵动起来，感谢本书中写到的每个人，感谢你们成为本书的重要组成部分。

因为本书是我多年经验和学习的总结，我要借此机会对那些以他们的引导、支持以及和我的关系塑造了我的人格和信仰的人们表示深深的感谢。

我的父亲杰拉尔德和兄弟姐妹珍、裘德、乔安妮和特雷西对我的支持、对我的爱是我学习的动力和源泉，我对他们的感激之情难以言表。我的孩子，劳拉和赖安给了我写作的灵感，让我保持谦逊，作为他们的父亲我倍感荣耀。我的妻子玛丽安是我遇到的最好的人，同时是一位不可多得的生活伴侣。她的爱，她的支持和在许多方面的建议让本书的完成成为可

关系决定成败

The Relationship Edge in Business

能，同时，她还是一位编辑，一位母亲，一位无人能出其右的伴侣。乔安妮和麦克·莫劳茨尼克给我的家庭、我的事业和我本人以极大的帮助，他们是我姻亲的楷模。

最后，有很多人在不知不觉中影响了我的生活，尽管他们没有意识到他们是以什么方式让我感动的，但没有他们，我就不可能成为现在的我。巴德·加勒特是我初中时代的老师，他是我在 25 岁之前遇到的最优秀的人格塑造者。吉姆·克拉奇费尔德、吉恩·瓦茨纳和唐·卡特克利夫是我职业生涯中最初的三个老板，也是一个人可能遇到的集领导者和激励者为一身的最佳三人组合，有 14 年的时间，我一直追随着他们学习，他们非常清楚如何让他人展现出优秀的品质，他们对我深远的影响是不可估量的。我参加的第一个区域销售团队包括“将领”——约翰·福克瓦，还有弗兰克·陶特瑞奇，博妮塔·克洛维，范·沃克，维基·托马斯，丹尼·克雷温，帕特·凯利，布伦达·斯科特，戴维·斯诺，克利斯·弗雷，卓伊·斯麦斯勒，黛布拉·休利特，萨拉·坦特，怀亚特·威尔逊，以及埃德·坎农。在那个团队八年多的工作是我生活中最值得怀恋的时期。在此我要特别提到约翰·福克瓦——我的第一个雇主，他是我 23 年来的挚友，他比任何其他他人对我建立关系技巧的教导都多，他也正是本书论述的成功人士的典范，而且他的努力也正是他之所以成为卓越的销售者和销售经理的原因所在。

我的生意合伙人麦克·麦克劳德对本书论述的观点的充分信任应该得到褒奖。麦克把我介绍给他的客户，后来，加入了我们的公司并传播我们的理念。我还要感谢我的几位客户，是他们把本书的理念应用于商务实践中，而且让我们有机会直接看到了它们产生的巨大影响力，这些客户是乔治·基摩耶尔、戴维·斯诺、杰西·里尔、泰米·雷利、特里萨·马丁内斯，奥兹格·森索伊，史蒂夫·恩格尔哈特，詹姆士·布鲁克斯，海蒂·吉尔哈特，黛比·威尔逊和汤姆·麦克丹尼尔。这些卓越的领导者中的每一位都深化了我对人、对关系和对领导艺术的认识和理解。最后但同样重要的是帕特里克·希金斯，他是管理顾问公司最理想的客户，他非常聪明，工作卓有成效、善于授权、长于倾听，他还是我所知道的最善于组建、培训和领导新销售组织的人。我非常感谢帕特（还有詹姆士、黛比和

海蒂) 给我和他们一起学习并从他们那里学习的机会。

彼得·齐亚诺, 我最好的朋友, 感谢你的友谊, 感谢你和我共同写作《妈妈从未教过你的》。那本尚未出版的书的章节激发了本书的写作。我23年来最好的朋友马克·科恩, 我欠他太多了, 他和他的妻子林妮总是在关键时刻给我以支持、帮助和鼓励。马克是诚实人格的化身, 每个了解他的人都知道他是真正绅士的典范。

最后我要感谢我的母校, 弗吉尼亚军事学院 (Virginia Military Institute, VMI)。在那样一所学校跟随优秀教师——约翰·G. 巴雷特——学习实在是不可多得的经验, 尤其是那里还有那么多优秀的人, 诸如我的室友汤米·劳森, 麦克·斯特瑞克兰德, 马克·帕默和肯·科尔曼。就是在那里, 我遇到了“好兄弟”吉姆·韦斯特布鲁克和“阿拉贡”迪克·伦道夫, 这两个军校的同学成为我终生的朋友。也是在那里, 我明白了友谊的力量, 关系的力量, 学习的力量和奋斗的力量。就是在弗吉尼亚军事学院, 我知道了“只要有决心你就能成为你想成为的人”。那么, 如果你想成为一个作家, 并且上帝会保佑你有一个美满的家庭, 有很多朋友, 有很多商务伙伴和很多老师, 你能做到你想做到的事情。

我感谢你们所有的人。

1 赢得的褒奖

1 前 言

1 致 谢

1 第一章 攀登关系金字塔

2 建立关系是种技巧

3 发生在孟菲斯的回报故事

5 价格防线在关系面前不堪一击

6 彼此信赖，关系融洽，销售的压力将化为无形

8 没有有效的对话，就不会实现销售

10 攀登关系金字塔

12 你需要学识、诚实美德和行动

14 金字塔的关键点

17 第二章 如何建立牢固的关系

18 三个步骤建立良好关系

22 做真实的自我

23 把人往好处想(哪怕他是蠢货)

25 彻底贯彻步骤

28 掌握战略，而不是学习战术

30 使你与众不同

32 超出预期的无私行动

一个人拥有关系的多寡和其质量的好坏在很大程度上决定一个人生活质量的好坏和一个人生活的丰富程度。

良好的关系会帮助我们的商务生活取得更大的成功。

很少有人确知如何有意识地、系统地建立和保持良好的关系。

没有有效的对话，就不存在销售，就不会成功说服别人，就不会有人接受你的产品、你的服务和你的计划。有效的对话是对事实的分享。

你对他人的了解越多，你就越有可能与他人建立牢固的人际关系。

关系 决定成败

The Relationship Edge in Business

- 35 建立关系需要时间
- 37 确认谁是关键人物，之后付诸行动

41 第三章 获取良好关系的 20 个问题

- 42 建立和保持牢固的关系需要时间来经营
- 44 与客户交流的“过程”是推动关系发展的动力
- 45 了解客户的珍爱
- 47 人类共有的 13 个特性
- 50 你歇会儿，让别人说话
- 51 不战而屈人之兵
- 52 从这 20 个问题开始，了解你的客户
- 54 FORM 教你如何提问
- 56 告诉我一些你让我惊奇的事情
- 58 尊重他人的时间和观点
- 59 为你的提问制定计划

62 第四章 好的问题提升对话质量

- 63 动机很重要
- 64 提出一个好问题
- 65 搭建交流的桥梁
- 67 提问的开始
- 68 先问些个人问题
- 72 携带一本书
- 73 不要暗示答案
- 74 了解他人的珍爱
- 77 让他人思考
- 79 激发深度思考

F 是关于家庭(FAMILY)的，问他人关于他们父母、孩子和兄弟姐妹的事情。

O 是关于职业(OCCUPATION)的，问他们做什么工作，他们想做什么工作，他们正在学习什么，他们最喜欢他们工作中的什么内容。

R 是关于消遣娱乐(RECREATION)的，问他们业余时间喜欢做什么，由此可以延伸到关于业余爱好、运动、读书、旅行和音乐等方面。

M 是关于动机(MOTIVATION)的，问他们生活中的激励因素是什么，这样的谈话常常可以延伸到宗教和政治方面。

80 获得尊重的方法

83 第五章 毕竟，世界很小

84 为自己建立联系

86 利用世界很小效应

90 为他人建立联系

91 与难于相处的人建立联系

92 探究联系

95 第六章 知道不如做到

96 表露你对他人的真正关切

97 馈赠商务礼物不是为满足私欲

99 对机会保持警觉

113 做正确的事情

116 第七章 与他人良性互动

116 恰当地表示对他人的尊重

118 识别你尊重的品质

121 获得尊重的 13 个方法

122 建立尊重的实例

137 第八章 确立你的目标

141 你可以心想事成

143 为自己确立“聪明”的目标

145 想像你的目标远景

148 确立困难的目标，但不要太多

151 愿意付出代价

建立尊重的实例

对他人真正的感兴趣

说到做到，要么就别说

要么学识渊博并善于询问，要么保持沉默

控制你的情绪，愤怒会把一切事情搞糟

诚实而坦率

客观并避免偏颇

百折不挠但不要有侵略性

成为一个学有所长的人，适当的时候与人分享你的学识

对每个人保持谦恭

专注倾听他人

努力了解他人和他人的观点

做显示你无私品质的事情

发现他人的需要并帮助他人得到满足

关系 决定成败

The Relationship Edge in Business

155 你可以走得更远

158 第九章 如果你是老板将怎样呢？

159 商务运营成功的六个驱动因素

167 命令和控制式管理的问题

169 对工作满意和不满意

171 销售培训中的问题

172 销售是学习和教导的过程

174 经理应该做什么

175 关系发展的指导程序

178 经常地、有意识地、计划周密地建立关系

180 第十章 呵护有效的关系

181 理解客户的终身价值

184 为关系创造时间

189 帮助他人取得成功

192 保持对话持续进行

197 在不需要帮助的时候也要保持联系

200 决定与众不同

第一章 攀登关系金字塔

关系，在你的商务成功中有多重要？如果你觉得它们算不了什么，或者根本不重要，我想，你不必读下去了。我曾在一些培训讨论会上提出过同样的问题，我也问过一些大公司的资深执行官，他们大都觉得，“关系是一切”，要么，“没有比它更重要的了”。

虽然，我们大都本能地知道如何与他人建立和维持一个良好而持久的关系，这一点，已经从我们选择配偶和挚友的过程中得到验证，遗憾的是，我们很少有人能同样利用我们的本能，去有意识地、系统地、经常性地建立和保持良好的商务关系。

想想看，一定有特定的顾客，或者是同事，与你保持不寻常的良好人际关系。你是怎么建立这样的关系的呢？这个问题，很少有人能轻易解释得通。他们会说，“我们挺合得来……”或者，“他对老式外挂发动机感兴趣，我也是……”或者，“我想，那是因为我们的孩子在同一家托儿所……”

因为我们实在弄不清楚，我们牢靠的商务关系和个人关系是怎么建立起来的，恐怕我们也很难告诉别人如何建立稳固而持久的关系。更遗憾的是，我们不能有意识地、系统地、经常性地重复我们经历过的过程，不知道如何与一个对我们的生意成功至关重要的人从零开始建立关系，我们也不知道如何改善几近消亡的关系，不知道如何改变与不喜欢我们的人的关系，还有，我们不知道如何化敌为友。

《关系决定成败》这本书，将帮你了解关系建立的过程。在商务生活中，如果某种联系对你的商务运营至关重要，你可以把本书拿来使用。你可以从中择其一二，用以改善你的商务关系，我相信，你会觉得该书值得一读。

建立关系是种技巧

无论是与顾客、供应商，还是与雇员之间，良好的关系都是商务运营中的基本要素。随着事业的发展，关系网和关系的品质也要不断地扩展和提高，没有良好的关系，事业不可能快速发展。很明显，有些行业，比如，管理咨询业、会计服务业、律师业等，比之自助加油站、折扣连锁店、直销公司等行业，要更有赖于它们与顾客的个人关系。当然，对任何行业来说，关系都是不可或缺的。

作为个人，随着你和同事、经理、顾客和潜在客户关系的扩展和改善，你的职业前景也将越发光明。如果你是个项目经理，或者在一个职能交叉的团队工作，很可能，你没有多少权限但责任重大，在其中，你只能凭借你与他人的关系来完成工作。如果这些关系良好而牢靠，你的工作效率将大大提高，如果关系淡漠，或者情况更坏——你们间的关系是消极的，那么，想把工作做好，你将步履维艰。

如果你有意培植和利用你与重要商务伙伴的良好关系，比如，与顾客、同事、经理等的关系，你在商务生活中取得更大的成功几乎是水到渠成的。反过来亦然，如果你和顾客、同事、经理的关系恶劣，你的商务生活无疑会一塌糊涂，更不用说你的个人生活了。

建立良好关系的关键是要有意识地、系统地进行，并成为常规行为。说到底，这是人人都可以学会的技巧，它需要一个你可以掌握的方法或者说程序。之所以说你可以掌握，是因为你已经本能地经历过了这个过程的所有步骤。如果你学会了本书中提到的简单易行的步骤，你的商务生活，包括你的个人生活，一定会得到改善。这在我管理过和咨询过的人们中间已经应验了成百上千次。

建立良好关系的过程有以下三个步骤，下一章，我将详细陈述。

1. **正确的态度取向。**你要认定关系是很重要的，你必须相信，你是别人很想结交的人。为什么呢？因为他们看重你的经验，或者你所受的训练，或者你的技能，或者你的才干，或者你的学识，也