

HZ BOOKS
华章图书

既然100多年都运行有效，那么就不加删改地遵照执行吧！

WILEY
Publishers Since 1807

全球最佳
销售教练
的力作

帕特森 销售法则

美国销售之父的
32条金科玉律

(美) 杰弗里·吉特默 著
《销售圣经》的作者

The Patterson Principles of Selling



机械工业出版社
China Machine Press

帕特森 销售法则

美国销售之父的
32条金科玉律

(美) 杰弗里·吉特默 著
安继芳 译 冯学东 审校

The Paterson Principles of Selling



机械工业出版社
China Machine Press

Jeffrey Gitomer. The Patterson Principles of Selling.

Copyright © 2004 by Jeffrey Gitomer.

Simplified Chinese Translation Copyright © 2005 by China Machine Press.

No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or any information storage and retrieval system, without permission, in writing, from the publisher.

All rights reserved.

本书中文简体字版由John Wiley & Sons, Inc.授权机械工业出版社在全球独家出版发行。未经出版者书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

版权所有，侵权必究。

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号：图字：01-2004-6545

图书在版编目（CIP）数据

帕特森销售法则：美国销售之父的32条金科玉律 /（美）吉特默（Gitomer, J.）著；安继芳译. -北京：机械工业出版社，2005.8

书名原文：The Patterson Principles of Selling

ISBN 7-111-16763-5

I. 帕… II. ①吉… ②安… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字（2005）第067019号

机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037）

责任编辑：刘照地 版式设计：刘永青

北京诚信伟业印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2005年8月第1版第1次印刷

880mm × 1230mm 1/32 · 6.25印张

定 价：25.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

本社购书热线：（010）68326294

投稿热线：（010）88379007

“硬性推销，令人反感；自愿购买，受人青睐。”

——杰弗里·吉特默，1989年

“客户一旦明白了我们提出的销售方案，他就不会坐等上门推销，而是主动与我们联系，自愿做出购买决定。”

——约翰·帕特森 (John Patterson)，1889年

赚钱？拿出你的诚意来！

世界上最早的一本销售手册创造了两家著名的公司，一个是NCR，一个是IBM。帕特森是美国国家收银机公司（NCR）的创始人，没有帕特森创建性地总结和提炼销售的流程和方法，就不会有沃森以及沃森创建的IBM。沃森在创建IBM之前，在NCR是一名卓越的销售代表，5年后离开NCR，自己创办了今天显赫的IBM公司，销售的第一个产品仍然是收银机。今天的许多人都知道标记为IBM的著名词汇“思考”，但是，并不是许多人都知道这个词汇是首先用在帕特森NCR公司的第一本销售指导手册中的。

100多年前的有关销售的指导手册，对美国的商业社会起到了多么大的作用似乎不容易评价，但是对于中国高速发展的市场经济来说，销售手册的贡献至少让销售的管理者有机会重新认识销售——这个社会科学中也有其自然科学的痕迹，也有逻辑线索，也有模型，也有标准的、规范的动作和行为，只要销售员按照这个标准的动作在潜在客户面前“表演”出来，那么，你得到客户签约的公司的可能性就是一个固定的数字，也许是15%，也许是25%，甚至可能是40%。也就是说，销售员的工作看起来是随机的，没有章法的，因此，能否成功签约也应该是不可预测的然而。成功的商业活动必有其成功的办法，

当一个企业的创建者有能力将销售——这个人人都无法预测结果的行为规范化以后，就得到了一个确定的成功率，因此，严格要求每一个销售顾问按部就班地学习这个手册，严格执行手册中对销售的行为规范，那么，整个公司的销售成功率就可以维持在一个确定的水平上，这就是将销售当做科学来看待的必然结果。

沃森是IBM的创始人，IBM有一整套严格训练销售顾问的方法，有高达40%淘汰率的训练体系，一个经过鉴定，测评通过的候选者经过IBM长达3个月的系统、封闭、魔鬼式培训后，只要不被淘汰，只要通过最后的仿真销售测试，就可以成为一名为IBM每年创造几百万美元业务的卓越销售员。在这个意义上，IBM简直就是生产百万富翁的机器。创造了多个销售顶尖高手之后，沃森自己也成就了IBM的辉煌事业。而沃森推行的这样高度机械化的，高效率的销售培训流程的最基础蓝本正是帕特森的第一本正式指导销售顾问如何说话，如何行动，如何倾听，如何获得客户信任，如何树立权威，如何留下专业形象的这样一本系统教材。

有关严格要求销售顾问在潜在客户面前按照既定模式“表演”的说法来自友邦保险公司的高级销售代表，这个销售代表有着出色的业绩。她说，我们每一个销售顾问都需要通过严格的表演训练，在客户面前将既定的动作按照步骤展示出来，获得签单的可能性是相对确定的，大约30%左右，因此，一个销售顾问是否成功，其实就取决于他的表演是否自然，是否流畅，是否表演了关键段落。因为，不同的客户需要表演不同的段落，确定了面对的客户类型以后，在多个段落中选择一个表演出来，

那么，合约就是一个必然的结果了。

本书的作者杰弗里·吉特默为世界上每一个销售员贡献的第一本书是畅销书《销售圣经》，1994年11月在美国首次出版后连续多次再版。吉特默本人不仅是一个优秀的销售领域的学者，他还自称为销售历史学家，他不仅用《圣经》的写法向销售员传递了有关销售的戒条，销售的规律，销售的口令和格言，还通过灵活的形式，用通俗易懂的语言激发销售员的潜能，让读者在阅读中产生冲动，产生向往，产生成就最伟大的销售员的心动和行动。吉特默自己的网站也在坚持自己的信条，用鲜活的事例，现实的支援来激发世界上每一个销售员访问他的网站，你也会看到书中那些没有详细解释的，许多鲜为人知的背后的说法、观点、故事，以及一系列的销售启发，让你不知不觉地在自己的销售行动中实现着吉特默留在你血液中，留在你头脑中，用“思考”这个词汇输入你意识中的销售理念、技巧、方法、能力，让一个普通的销售员脚踏实地地从现在开始走向成功之路。

美国电影中经常产生流传广泛的短语，2005年6月21日美国电影学会在100条经典台词中评选出25条影响广泛的台词，比如施瓦辛格主演的《终结者》中有一句话：“我会回来的！”成为美国青年人的经典短语。排第四位。而对于美国销售员来说，其经典短语来自1997年汤姆·克鲁斯扮演的《甜心先生》中的一个销售员说的话：“赚钱，拿出你的诚意来！”排列在第25位。作为本书的读者，如果你从事的是销售工作，那么，你不用忌讳我们谈论销售员的天职，那就是赚钱，用这个短语来说就是，**赚钱，拿出你的诚意来！**购买一本如此经典的销售指导手册并

VIII

不贵，贵的是你的诚意，贵的是你坚持阅读完，贵的是你将书中那些直接拿来就用的东西融化在血液中，落实在行动上，贵的是你自己，一个取得成就的卓越的销售顾问的自己。再说一遍：**赚钱，拿出你的诚意来！**

孙路弘

科特勒营销集团中国区高级营销顾问

作者简介

杰弗里·吉特默

杰弗里·吉特默是《销售圣经》的作者，目前，此书英文版已经第18次印刷，他同时也是*Customer Satisfaction is Worthless—Customer Loyalty is Priceless*的作者。杰弗里的书已在全球销售了350 000册。

每年100多次演讲

杰弗里经常举办销售和客户服务方面的演讲、年会和培训。在过去的十年中，他平均每年做115场演讲。

重要的合作客户

国家收银机公司 (NCR)、可口可乐、辛格勒无线 (Cingular Wireless)、希尔顿、顺意酒店 (Choice Hotels)、凯悦酒店 (Hyatt Hotels)、安特普里斯租车公司 (Enterprise Rent-A-Car)、信达思 (Cintas)、美利肯化学公司 (Milliken)、《金融时报》 (Financial Times)、特纳广播公司 (Turner Broadcasting)、康卡斯有限电视公司 (Comcast Cable)、时代华纳、美国家庭电影台 (HBO)、英格拉微电子公司 (Ingram Micro)、富国银行、宝马 (BMW)、巴蒂斯特保健组织 (Baptist Health Care)、蓝十字保险公司 (Blue Cross Blue Shield)、嘉士伯啤酒 (Carlsburg Beer)、沃索保险公司 (Wausau Insurance)、西北互助公司

(Northwestern Mutual)、体育管理公司 (Sports Authority)、葛兰素史克 (GlaxoSmithKline)、理光 (Ricoh U.S.)、AC尼尔森 A.C. Nielsen、IBM、美国电话电报公司 (AT&T)、卡特皮勒公司 (Caterpillar)，以及数以百计的其他客户。

每周

他所撰写的专栏《销售动向》出现在超过90份商业报纸上，每周有超过350万的读者。

每月

杰弗里的专栏出现在超过25份商业出版物和时事通讯上。杰弗里还是《企业家》(Entrepreneur) 和《销售力》(Selling Power) 等杂志的撰稿人和特约专家。

“销售力直播” 节目主持人

杰弗里被选任“销售力直播”节目 (Selling Power Live!) 的主持人，每月一小时的节目面向成千上万的订阅者。CD中包括杰弗里接见的世界级专家，他们都折服于吉特默的卓识或策略。并且，在每月的《销售力》杂志上都刊登有整页的广告，广告靠杰弗里的照片和证书来增加订閲量。

在网络上

他的3个网站 www.gitomer.com、www.trainone.com 和 www.knowssuccess.com 每天有5000次以上的访问量，访问者包括读者和演讲的参会者。他的网站设计以及电子商务能力已经被同行视为标准，并且获得了客户的赞许。

利用基于网络的训练来增加销售额

目前，在网站www.trainone.com上，每周提供流式视频销售训练课程（物超所值），其中的内容是纯杰弗里式的——风趣，注重实效，真实，并且可以立刻实现。这种变革引领了电子学习的潮流。

销售咖啡因

每周二清晨免费向注册用户赠送10万份电子杂志。这使得我们可以及时地把有价值的销售信息、战略提供给你，并及时答复销售员的提问。

在线的销售评估

2003年，我们推出了世界上第一个销售评估系统，该系统重新定义了“成功”。这款奇妙的工具不仅可以评估你在12个主要方面的销售知识，还附有50节简短的销售课程，以评估你的销售能力。

由于出色的表达能力而获得的奖励

在1997年，杰弗里获得了美国国家演讲者协会颁发的专业演讲者认证（CSP）。在过去的25年中，只有不足500人获此殊荣。

目 录

推荐序 赚钱? 拿出你的诚意来!

作者简介

墓地偶遇感思/1

为什么帕特森被誉为美国销售之父/7

帕特森是如何确立自己的观点和战略的/11

《心想事成》/13

基于事实的销售法则/15

交易凭据的演化及作用/17

《销售入门》的演化: 第一本销售培训手册/21

可能购买者/33

32.5条帕特森销售法则/35

1. 思考! /36
2. 自信: 销售员征服他人的最突出性格/40
3. 积极的人生态度完全由你自己决定/42
4. 新兵训练营的宗旨是从那些有志从事销售的人员中挑选称职的销售员/44
5. 生存的根本在于知与行的完美结合/50
6. 学习: 获取知识的首要自我修养/54
7. 属于自己的图书馆是永不穷竭的知识源泉/59

8. 借助计划指明方向，以免彷徨徘徊/62
9. 运用“今天时间管理”战略/65
10. 寻找可能购买者/69
11. 加强业务联系，促成更多销售/73
12. 创造需求，把厂家的被动推销转化为客户的主动购买/75
13. 准备充分的销售演示应该突出演示的个性化色彩！/78
14. 不要以自我为中心，要掌握可能购买者的信息，赢得对方关注/82
15. 问题带来答案，答案带来销售/86
16. 用心倾听，才能彼此理解/89
17. 少一些销售套话，就多一些销售机会/91
18. 你所传达的信息必须像你的产品一样带有鼓动性，这样才能吸引可能购买者/94
19. 拒绝是实现销售的必由之路/99
20. 销售需要灵活协作，而不是僵化应付/102
21. 达成购买协议，实现成功销售时，记住给对方收据/104
22. 服务赢得声誉，声誉赢得销售/107
23. 超值服务赢得客户推荐/110
24. 赢得推荐，而非请求推荐/113
25. 销售员无能为力时，推荐信将有助于销售的实现/116
26. 广告赢得关注，致谢赢得客户/119
27. 竞争就是做好充分准备，实现最优表现/122
28. 找出那些助你成功的人，并对他们表示衷心的感谢/127
29. 只有付出真诚，才能赢得他人的忠诚/130

30. 无论对错，关键是要做出决策/133
31. 行为造就声誉，请杜绝卑劣行为/137
32. 如果完成了家庭作业，做好了充分准备，那么，就会在销售业绩表上充分体现/140
- 32.5 既然100多年都运行有效，就不加删改地遵照执行吧/142
- 百分俱乐部的传统/143**
- 成功的传统，生活的法则/147**
- 活动挂图的非凡魔力/151**
- 1904年世界博览会上的传奇故事/157**
- 奇妙的5和.5/159**
- “可能购买者”蕴藏的巨大魔力/163**
- 法则的遵行/167**
- 宣告成功/171**
- 帕特森的32.5条销售法则/175**
-
- 参考文献/177
- 致谢/179
- 译者后记/181

墓地偶遇感思

“硬性推销，令人反感；自愿购买，受人青睐。”这是我独创的标志性话语，也是我所信奉的销售信条，多年来，我一直遵循，始终不渝。

一天，负责我们研究项目的主管阿曼达·德罗什（Amanda Desrochers）突然喊道：“杰弗里！快来看！”她迫不及待地读起来，“‘客户一旦明白了我们提出的销售方案，他就不会坐等上门推销，而是主动与我们联系，自愿做出购买决定。’这句话是帕特森提出来的。”她得意地笑着，“真是英雄所见略同啊！”

对此，我丝毫都不感到吃惊，我只是有点儿好奇（甚至还有些得意）：我与帕特森之间的观点竟会如此的相似！相隔这么多年，我们之间的观点竟几乎没有发生丝毫改变。

这些言辞，这种论调，虽然相隔百年，但其中蕴涵的思想竟然会不差分毫！

有谚语说：“世道沧桑，历久弥新。”正如许多谚语所说的那样，岁月如梭，惟真理永恒。

本书为师从约翰·帕特森学习销售提供了大好时机。帕特森

是美国国家收银机公司（The National Cash Register Company, NCR）的创始人、总裁，更是**美国销售员的鼻祖**。要知道：当这些关于成功的法则诞生时，人类还没有发明电话，没有发明汽车。那时，公路还不像今天这样四通八达；怀特兄弟（他们也来自美国俄亥俄州的代顿）还没有飞上天；蒸汽和煤是当时主要的能源；而内战退役的老兵刚刚从战场返回家乡。要想旅游？那只有马车和火车可以作为旅行的交通工具。整个美国西部地区依旧是荒野一片；那时还没有高速路，没有汽车，爱迪生才刚刚开始研究灯泡。那时，恰恰是美国制造革命的开始。而恰恰就是在那时，约翰·帕特森决定接受挑战，担任领导。

一天，当我完成了NCR公司迈阿密和戛纳的年度销售大会的项目后，我突然产生了一个绝妙的想法：找回帕特森销售法则，并为之赋予新的内涵、新的意义。

作为一名对销售历史有一定研究的学者，我早已了解了帕特森的相关事迹，但对其博大精深的战略以及取得的辉煌成就却知之甚少。他从未写过任何关于销售方面的商业书籍。“他是**美国销售之父**，”我想，“而他的销售法则却已被历史掩埋。”

正是帕特森**首创了最初的个性化销售模式**；正是帕特森**首倡了如何应对拒绝的第一本培训手册**；也正是帕特森**开办了第一个销售训练营**：他把销售训练开设在帐篷里、在野地中，他并不把潜在客户称为“潜在客户”或“未知客户”，而是把他们看做是“可能购买者”。也正是帕特森提出了“THINK！”（思考！）的理念，但后来人们却把它看做是沃森[⊖]与IBM的杰作。然而，鲜为人知的事实是：沃森曾为帕特森工作过，当他离开时，沃森带着这个信念，并借助这一信念，开创了IBM的传奇。

⊖ 指IBM的创始人托马斯·沃森（Thomas J. Watson）。——译者注



上述内容，你是否知晓呢？

于是，我致电NCR公司，告诉他们，我想在21世纪重现帕特森销售法则的神奇魔力，他们在电话中当即表示“完全可以”。这太棒了！我要通过大量的研究来发掘帕特森在上个世纪交替之际缔造百万企业帝国的独到战略，并将这些战略与当今的计算机技术和移动通信技术结合，开创出新的销售战略。

于是，我和阿曼达就动身去俄亥俄州的代顿。

我们到了代顿，为帕特森一书收集一些相关的历史背景。晚餐时，我们准备去烤肉店用餐。烤肉店人满为患，我们还需要等20分钟，于是，我打算先在周围随便转转。

走过三个街区，我们到了一座古老的建筑面前。这座建筑看起来像座城堡，居中是一扇大门。“是块墓地，”我对阿曼达说，“咱们进去看看吧。”我知道这个想法有点儿傻，但那确实是个很美的地方。

那天天气也与我们要拜访的地方很般配：日渐黄昏，阴云密布，暴雨欲来，烘托出了墓地的阴森。墓地门口停了一辆车。里面都是早已故去的人，还用担心安全问题吗？我向门卫能否入内。“我们就要关门了，你们要进去的话，出来时就只能从另一边的‘迎宾中心’离开了。”

“没问题，”我一边答应着，一边问，“这里都葬了哪些知名人士？”

“怀特兄弟！”他有点炫耀地回答。

“哦！还有其他名人吗？”我又问。

他拿出一张地图，递给我：“这儿有张地图，你看看吧。”

我又问他：“约翰·帕特森也葬在这儿吗？”

他指着远处回答说：“当然啦，他就葬在帕特森圆丘的第