

在销售这个领域中，我从未见过
像博恩·崔西这样思想丰富的人。

——杰克·韦尔奇

国际销售大师博恩·崔西
最畅销的销售经典

ADVANCED SELLING STRATEGIES
The Proven System of Sales Ideas, Methods, and
Techniques Used by Top Salespeople Everywhere

博恩·崔西 销售圣经

[美] 博恩·崔西 (Brian Tracy) ◎著 路言春◎译

超过2/3的世界500强企业都在用的
顶级销售系统和策略



化学工业出版社

ADVANCED SELLING STRATEGIES
The Proven System of Sales Ideas, Methods, and
Techniques Used by Top Salespeople Everywhere

博恩·崔西 销售圣经

[美] 博恩·崔西 (Brian Tracy) ◎著 路言春◎译

超过2/3的世界500强企业都在用的
顶级销售系统和策略



化学工业出版社

· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

博恩·崔西销售圣经/[美]崔西(Tracy, B.)著;

路言春译. —北京: 化学工业出版社, 2009. 12

书名原文: Advanced Selling Strategies: The Proven
System of Sales Ideas, Methods, and Techniques

Used by Top Salespeople Everywhere

ISBN 978-7-122-06754-8

I. 博… II. ①崔…②路… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第179294号

ADVANCED SELLING STRATEGIES by Brian Tracy

ISBN 0-684-82474-4

Copyright © 1995 by Brian Tracy. All rights reserved.

Simplified Chinese translation copyright © 2010 by Chemical Industry Press

Authorized translation from the English language edition by arrangement with

Margret McBride Agency, Inc.

本书中文简体字版由Brian Tracy授权化学工业出版社独家出版发行。

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分, 违者必究。

北京市版权局著作权合同登记号: 01-2009-2591

责任编辑: 曾清燕 张焕强

文字编辑: 罗 琨

责任校对: 宋 玮

装帧设计: 润和佳艺

出版发行: 化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 装: 化学工业出版社印刷厂

720mm×1000mm 1/16 印张19 字数313千字 2010年1月 北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888(传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 39.80 元

版权所有 违者必究

你也可以成为销售冠军

你将读到的这本书能帮助你有效提高销售业绩。本书是基于我在不同行业里超过 30 年的销售经验写成的，里面每一页的内容都在实践中经受了严酷的考验。上千个不同行业的数万名销售人员使用本书中讲授的方法和技巧，成功地跻身各自领域最顶尖的销售人员之列。

从 1981 年起我开始在销售研讨会上讲授这些方法和技巧。我的销售研讨会办得非常成功，参加的人很多，培训效果也很显著。1984 年，我的讲授被录制成录像带。该录像带后来由芝加哥的 Nightingale-Conant 公司在 1985 年开始发行，到今天已经成为历史上销售类里最畅销的录像带。

1987 年，我的销售研讨会更新了很多，并被制作成了由 35 个子节目组成的专业销售培训节目，命名为《新销售心理学》。美国和加拿大无数的销售人员，参加了这些销售研讨会。大部分销售人员的业绩都显著增长了，有的业绩甚至是在一夜之间增长的。现在这些实际、有用的销售方法已经被翻译成了 14 种语言，在 31 个国家讲授，其中包括日本和中国，也许是最流行的销售培训了。

其实在我面向公众讲授这些方法前，我已经对上万家公司，超过百万的销售人员讲授过这些方法和技巧。很多运用这些方法的销售人员向我反馈，利用这些方法和技巧，他们迅速提高了自己的销售业绩，个人收入也翻了一番甚至翻了三倍，销售生涯发生了革命性的变化。

认识你自己

在讲我的故事及本书的内容之前，我先告诉你一些关于你的事情。我知道你作为销售人员的三个事实，每一个事实都关乎你能否在销售这个行业里取得成功。

第一，你从事着这个世界上最难对付的工作之一。销售是一种非常辛苦的工作，而且过去是这样，现在是这样，将来也还是这样。经济越萧条，市场竞争越激烈，销售工作就越难。

但是你还是得继续销售。你继续开发潜在客户，拜访客户，每天都面对不断被拒绝、失败、失望、梦想的破灭和期望的落空，而这些都是不可避免的。你抱怨，但是你还是得继续前行。而你，销售人员，正是我们这个社会里真正的英雄。

第二，你是个很有行动力的人。你是个行动者，而不是个空谈者；是环境的改变者而不是环境的适应者；你掌握自己的命运。如果你对自己的处境感到不满，你会做些事情来改变。证据之一就是你选择了本书来提高自己的销售能力。

第三，你致力于自己的个人发展和职业发展。你认识到只有自己变得更好了，生活才会变得更好。我们生活在一个知识社会，你的高度取决于你自我发展的深度。所有的顶尖销售人员都是那些最求知的人。

我的成功之路

下面，我给大家讲讲我自己的故事。我原来并不是做销售的。年轻时，我从来没有想过把销售作为谋生的手段。高中辍学后，我在一家小旅馆里洗盘子。之后，我又去洗车。而当我再次失业的时候，我去擦地板。我以为我的人生就是一辈子做这样的工作了。

由于种种原因，我的工作都没能持续太久。没有高中毕业证书、没有值得一提的技术，我不得不做我能得到的任何一份工作。我曾经在一家锯木厂堆放木料，晚上轮班到墓地工作。当那份工作也跟我说“拜拜”的时候，我开着我那辆破车到一个山顶上砍树。这听起来好像挺有趣，但是一天需要工作12个小时，在高温下挥舞着一把长锯，到处是嗡嗡飞的黑苍蝇和漫天的灰土，推土机和工程车的噪声把你吵醒，这不是一件让人兴奋的工作。

我还挖过井。不论你有没有挖到水，工头都会把你解雇。这没有任何可说的。冬天来临时，我又不得不回到小旅馆去工作，因为那儿还暖和些。有时我会到

工厂拧螺母，每天机械地工作 8 小时。而当所有这些工作都没得做的时候，我又失业了。有时，我靠领取救济金生活。我经常睡在我那辆破车里，偶尔睡在车旁边的地面上。21 岁时，我在一家挪威的货船上得到一份厨房打杂的工作，这是船上最低档的工作了。农忙收割季节，我又到一家农场工作，睡在农场主谷仓的干草垛上。

当我再也干不动任何体力活的时候，我进入了销售这个行当。那时，我刚来到一个陌生的城镇，没有一分钱，绝望透顶。于是，我不得不接受一个只靠拿提成的销售工作，我从一家公司走到另一家公司，推销办公用品。

和许多销售人员一样，我没有受过任何培训，除了一点点公司的产品知识外。对于专业销售领域我一无所知，毫无概念。我以为只要出去找到那些愿意听我介绍产品的人就可以了，而如果我向足够多的人介绍了我的产品，他们中的一些人也许就会购买了。

在这种想法的指引下，我穿过了一条又一条街道，一家门一家门地敲着，每个小时都筋疲力尽地消耗着，但是我仍然很难挣到足够的钱，只能勉强度日。我住在那些出租的破房间里，只供应简单食宿的那种，或者很便宜的小旅馆里。我不断地从一个销售工作换到另一个销售工作，但是都是那种只有提成的。每做成一个销售能得到一点钱，这样我勉强维持着生计。我身无分文，总是担心着钱的问题。

幸运地，我有两样东西，最终把我从这种绝望的生活中挽救出来。第一是我从不害怕努力工作。我每天很早就起床，一家一家地敲别人的门，直到深夜。我以为这样，我就能找到那些愿意听我进行介绍的人。

第二是我热切渴望学习销售。我试着从我过去的经历中学习，以便将来能做得好一些。然而在我 24 岁时，我依然穿梭在各条街道上，总是穿着同一件衬衫，戴着同一条领带，穿着同一双旧鞋子。我只能勉强维持生计。

然而我人生的转折点到了。我发现了苏格拉底在公元前 410 年就说过的那条法则，现在被称为苏格拉底因果关系法则，也被称为因果法则。

这个因果法则非常简单——我们生活的这个宇宙是被规则而非偶然性所统治，发生的每件事都是有原因的。如果你能明确你渴望得到的结果，比如财富、健康、幸福或者销售成功等，再根据这个结果去追溯使结果发生的行为，然后你坚持做这些行为，你就能够得到你渴望得到的结果。

这条法则很简单，但是却很强大。如果我想在销售上取得成功，我需要做的全部事情就是去发现别的成功销售人员在做些什么，然后我去做同样的事情，持之以

恒，我就能取得同样的结果。

公司里最顶尖的销售人员是一个叫皮特的人。他的衣服都很贵，住的是最好的公寓，开的车也好得不得了，吃饭都选最好的饭店。他的这一切正是我想要的，于是我决定听听他的建议。

现在我依然记得，多年前当我向他要建议时的时间和地点。他很愿意帮忙。当我问他做了些什么使他在销售上这么成功时，他反过来问我在做些什么，我每天都是怎样去销售的。

我不是很明白他的意思。我那时的销售风格就是出去挨家挨户地敲别人的门，直到有人愿意听我介绍我的产品，我就开始背诵我产品的所有好处，就像产品宣传册中所描写的那样。他问我：“你能做一次销售陈述给我看看吗？”我有点尴尬。我听说过“销售陈述”，但是不知道那具体指的是什么。我不得不问他能否做一次给我看。他同意了。

他拿了一张白纸让我坐在他的右边，假装我是潜在客户，他开始问我一系列的问题。我回答时，我看他在做些记录，然后又问我更多问题，并告诉我这个产品的好处，在每个阶段都得到了我的认可和同意。我完全着迷于他的销售陈述，从一般逐渐到具体，从产品特点到产品好处，从兴趣到采取行动，直到最后结束这个销售。简直太精彩了！

那是我人生的转折点。从那时开始，我不再是不停地说了，我也开始提问了。在我开口介绍产品前，我花更多时间去了解竞争对手的情况。我倾听，做记录，为潜在客户寻找好处，把他们的购买欲望和反对意见区分开，我的销售业绩开始增长。

我向皮特要了更多建议，他告诉我更多的方法，如怎样去安排销售拜访，选择合格的潜在客户，把产品最好的方面陈述出来，有效地处理反对意见，结束交易的各种方式等。然后他问我有没有读过销售方面的书。

我以前对于销售方面的书一点儿概念都没有。这是我人生的第二个转折点。我开始四处打听当地的书店，购买并阅读我能找到的关于销售的书。我早上5点钟起床，先读两小时的书，记笔记，计划我如何在当天使用这些我刚刚读到的方法。我的销售业绩继续增长着。

在我开始阅读销售书籍后不久，我偶然发现了录像带，这是我销售生涯的又一次突破。我惊讶原来有那么多有价值的信息。我花很多时间去听这些专业销售人员的经验和他们的销售陈述，最精彩的部分我一遍又一遍重复去看，做了很多笔记。随着我不断学习，我的销售陈述做得越来越好，销售成绩显著增长。

也许这个时代最伟大的发现就是：看看别人得到某种东西（这种东西正是你想要的）时做了些什么，你照着去做，你也能够得到它。

成功的关键是从专家那儿学习，学习并复制最优秀的人的做法。做他们所做的，直到这些行为成为你的第二天性。届时，你会惊讶地发现你也得到了同样的结果！

第三个改变我销售生涯的是销售研讨会和培训项目。只用几个小时，我就能学到最好的销售培训师们历经多年才总结出来的东西。通过这种方式，我可以节约上千甚至上万小时的时间。

在一年的时间里，我阅读我能买到的每本有关销售的书，观看我能找到的每个销售录像带，参加我能发现的每个销售培训课程，结果我从一个“乞丐”变成了一个富人，从生活在一个只能提供基本食宿的小旅馆到拥有了一个很大、很漂亮、家具家电齐备的公寓，从担心每一分钱到身上从不少于1 000美元的现钞。我每次出行都乘坐飞机，在最好的饭店吃饭。后来，我被提升为销售经理，之后又升为销售总监。

25岁时，我组建了一个95个人的销售队伍，业务范围覆盖6个国家，每个月有数千万美元的销售业绩。我在3个城市买了房，过上了一种我做梦都觉得不可能的生活。我的销售生涯继续腾飞，我在6个大洲的80多个国家开展业务。我已经周游世界3圈了。我住最好的酒店，在最好的餐厅吃饭，拥有了我一直想要的房子和车子。最重要的是，我有美满的家庭，我能给他们提供世界上最好的东西。这一切只是因为我学会了最优秀的销售人员成功的方法，并不断重复，直到我也得到了相同的结果。

作为一个销售咨询顾问和研讨会设计者，我有机会遇到来自美国、加拿大、欧洲、澳大利亚、新西兰和亚洲等许多国家或地区最好的销售人员，并和他们一起工作。我观察他们的行为，听他们成功的故事。我把他们的经历和我的经历及其他各个水平的很多销售人员的经历进行比较，发现各个行业里收入最高的销售人员，都有一条共同的主线贯穿着他们的生活。

顶尖的销售人员在许多方面几乎都是完全一致的。在销售管理研讨会上，有时我会向学员描述他们公司里最优秀销售人员的特征，描述他们的品质、人格、性格、行为和态度等。销售经理或者公司老板总是会问我：“你描述得怎么这么准确？”

因为所有优秀的销售人员都有同样的态度和特征，能从同事和客户那里激发出相同的感受和回应，总是用同样的方法做同样的事情，也得到几乎完全相同的结果。

关于这本书

我是一个现实的人，总是用我自己、我的客户、我的销售团队们来试验销售的新想法和新观念。我从来不盲目相信任何事情，我也不希望你毫无怀疑地就相信任何事情。

所以，当你阅读销售书籍时，要相信自己，倾听自己的内心。把书中讲授的方法与技巧跟自己的个人经验进行比较，如果这个想法对你来说有意义的话，在真实场合中和潜在客户去试验一下；如果和你的个人发展相一致的话，也试验一下。保持足够的耐心，给这些想法一次机会。你只有从你的舒适区中走出去，做一些你原来从没有做过的事情，才会成长。但是只有你的内心深处告诉你这对你的现状有帮助，你才应该采取行动。

本书共分成十章，建议你按顺序一次阅读一章。在书上做些笔记，在那些你以后还要再回来看的地方做个记号。当你读完这本书时，把这本书当成一个参考工具，在需要时回到那个对你最有帮助的地方来查阅。

第一章，“销售中的心理学”，讲述各个行业里收入最高的销售人员的共同品质、特点和行为，你怎样可以把这些特点融合成你自己的性格和特点。你还会学到怎样开发你的自我形象和信心，从而取得销售上的优势。

第二章，“挖掘自身的最大潜能”，你将学到怎样培养坚实不动摇的自信、乐观、积极等品质，让自己从每天销售活动不可避免的挫折感中恢复过来，继续战斗。

第三章，“进行个人发展规划”，你会学到创建销售蓝图的方法，使你能够按计划实现并超越销售目标。你还会学习如何把前面两章学到的东西结合起来，规划好你未来每天、每周、每月的销售活动，进而成为最顶尖的销售人员之一。

第四章，“认清销售的本质”，你将认识到客户关系对于销售成功的重要性。你将学会怎样和潜在客户建立高水平的信任关系，如何把你的注意力和销售努力都放在这些决定销售的关键情感因素上。

第五章，“销售这门职业”，你将学习如何运用科学管理的原则让你在销售过程的各个方面都做得更好，如何掌握顶尖销售人员所运用的系统销售过程，如何识别成功销售的关键“部件”。你还会学到要成为你的行业里收入最高的一群人需要做些什么。

第六章，“刺激人们购买”，你将学习怎样判断客户购买的关键驱动因素。你会学

到为什么不同的人对同样的产品或服务反应不同，你该怎样介绍你的产品或服务来引发他们的购买欲望。你会学到激励理论的核心概念，以及怎样去发现客户的敏感点。

第七章，“影响购买决定”，你将学到怎样迎合潜在客户的潜意识去影响他们，怎样精心策划你的外表、身体语言、声音和语言等来获得完美的第一印象，怎样处理销售谈话中的元素来建立最大的可信度。

第八章，“开发潜在客户”，你将学习怎样找到合格的潜在客户，怎样分析你的市场、定义你的理想客户、识别那些成为影响中心的潜在客户、获得销售拜访机会。你将学到怎样克服人们购买的内在和外障碍，怎样获得推荐信，怎样让别人重复购买。

第九章，“怎样做有力的销售陈述”，你将学到怎样识别潜在客户最迫切的需求，如何针对竞争对手进行定位，如何展示你的产品让客户获得的特别的好处，让自己成为最佳供应商。你还会学到怎样做有效的销售陈述，即使面对最怀疑的潜在客户也能激起他的购买欲望。

第十章，“结束交易：成功就差这一步”，你将学到怎样获得客户购买承诺。你会学到怎样识别阻碍销售的各种类型的问题、担心和反对意见，你该如何处理。你还会学到迄今为止所发现的结束交易各种最有效的方法。

总之，这本书将彻底改变你的销售生涯，释放你的全部销售潜能。不断练习和实践本书中学到的东西，你一定能成为最优秀的销售人员！

博恩·崔西

CONTENTS 目录

ADVANCED SELLING STRATEGIES

The Proven System of Sales Ideas, Methods, and Techniques Used
by Top Salespeople Everywhere

第一章 销售中的心理学

- | | |
|--------------------|-----------------|
| 成功靠的是态度，还是能力 /003 | 第一重要的工作是什么 /011 |
| “自我概念”：业绩的驱动力 /004 | 自我形象修正 /013 |
| 自我概念组成三要素 /006 | 本章小结 /020 |
| 成功销售的主要障碍 /009 | |

第二章 挖掘自身的最大潜能

- | | |
|-------------------|-------------------|
| 对时间的态度决定一切 /025 | 自我潜能开发 /037 |
| 销售的七个心理法则 /026 | 改变潜意识，提高销售业绩 /042 |
| 七个提高心理适应力的练习 /031 | 销售中的心理预演 /043 |
| 细节决定成败 /036 | 本章小结 /047 |

第三章 进行个人发展规划

- | | |
|----------------|--------------------|
| 从价值观和愿景开始 /051 | 你的关键成功因素是什么 /063 |
| 明确你的价值观 /051 | 分析你的公司 /066 |
| 敢于梦想才会成功 /053 | 市场分析 /067 |
| 写下你的使命陈述 /054 | 提高能量回报水平 /068 |
| 对境况进行分析 /056 | 战略计划让销售更简单 /070 |
| 审视个人生活现状 /060 | 多次拜访巧用“里程碑方法” /072 |
| 零基础思考 /061 | 本章小结 /073 |
| 自我分析 /063 | |

第四章 认清销售的本质

- | | |
|-------------------|-----------------|
| 购买的主要障碍是什么 /077 | 建立长期关系的重要性 /091 |
| 风险：销售的关键因素 /079 | 友谊是销售的基础 /095 |
| 销售的新模式 /080 | 关系建立的七大步骤 /097 |
| 倾听：销售成功的关键之一 /087 | 销售需要信誉 /099 |
| 成功销售应该如何倾听 /089 | 本章小结 /107 |

第五章 销售这门职业

- 好方法成就销售精英 /111
- 专业销售的基本过程 /112
- 做一个优秀的思考者 /113
- 销售的关键“部件” /114
- 需要让别人评价你的表现 /116
- 持续改善的惊人结果 /116
- 销售的关键成功因素 /117
- 优秀表现的定点超越 /120
- 持续改善 /124
- 大客户销售中的过程分析 /125
- 本章小结 /129

第六章 刺激人们购买

- 人们为什么购买 /132
- 区分第一动机和第二动机 /134
- 敏感点式销售 /137
- 激励因素 vs. 非激励因素 /139
- 产品的四个组成部分 /140
- 质量, 服务, 价值和价格 /142
- 阻碍销售的消极因素 /145
- 公司为什么购买 /147
- 销售人员就是购买动力 /150
- 他们为什么购买 /150
- 本章小结 /154

第七章 影响购买决定

- 为成功而打扮 /157
- 根据会见对象确定穿着 /158
- 职场中关于着装的争议 /159
- 应该为着装花多少钱 /159
- 需要注意的其他方面 /162
- 别让气味毁了销售 /165
- 视觉效果也会左右销售 /166
- 模仿客户的身体语言 /168
- 创造有助于购买的办公室环境 /169
- 说话方式也是信息 /169
- 增加词汇量 /171
- 不要忽略触碰的重要性 /172
- 本章小结 /174

第八章 开发潜在客户

- 识别黄金潜在客户 /178
- 一定要问自己的问题 /180
- 按时间划分客户类别 /187
- 潜在客户的四种类型 /188
- 远离难打交道的潜在客户 /190
- 顶级的潜在客户 /192
- 潜在客户哪里找 /192
- 开发潜在客户中的大客户 /197
- 开发潜在客户的电话技巧 /199
- 对客户的提问做好准备 /200
- 克服开发潜在客户的恐惧 /202
- 在销售中应用条件反射原理 /203
- 练习公众演讲 /205
- 开发潜在客户的心理预演 /206
- 勇敢迈出第一步 /207
- 首次销售拜访的四种开局方式 /208
- 两步销售法 /209
- 本章小结 /210

第九章 怎样做有力的销售陈述

- 利用差距分析 /212
- 做销售就要会提问 /213
- 保持控制权的三种问题 /215
- 提问题时三个最有用的词 /216
- 回答客户没有问的问题 /217
- 使用证明——获得超级信任的关键 /219
- 一定要回答的问题 /221
- 看人下菜碟 /222
- 如何认清客户类型 /224
- 做你自己 /225
- 把握销售过程 /226
- 在合适的时间报价 /227
- 建立关系，从自身优势开始 /227
- 用提问找到客户问题 /229
- 提出解决方案 /230
- 把握购买过程 /231
- 活用“四”的法则 /232
- 销售中的敏感点 /234
- “铭刻在心”销售法 /239
- 销售陈述的工具 /241
- 理顺销售陈述过程 /245
- 获取信任，提高购买温度 /248
- TDPPR法 /248
- 本章小结 /249

第十章 结束交易：成功就差这一步

- 至关重要的最后一步 /252
- 为什么最后一步那么难 /253
- 反对意见的作用 /254
- 将反对意见归类 /255
- 处理反对意见的一些基本原则 /256
- 掌握回应反对意见的时机 /257
- 回应反对意见 /258
- 反对意见是怎么提出来的 /260
- 保留反对意见结束交易 /263
- “门把手”结束交易法 /265
- 当价格阻碍成交时 /265
- 在合适的时机恰当地谈论价格 /267
- “你的价格太高了” /269
- 价格 vs. 价值 /271
- 证明你的产品并不贵 /271
- 感受——原来感觉——后来发现 /272
- 一分钱一分货 /273
- 结束交易 /273
- 结束交易的十个条件 /276
- 结束交易时要避免的五种错误 /279
- 克服结束交易的障碍 /280
- 发现购买信号 /282
- 沉默是金 /284
- 七个结束交易的终极技巧 /285
- 销售最后一步的最后思考 /289
- 本章小结 /290

ADVANCED SELLING STRATEGIES

The Proven System of Sales Ideas, Methods, and Techniques Used
by Top Salespeople Everywhere

第一章 销售中的心理学

有些销售人员不管市场环境如何，业绩总是十分出色：赚很多钱，住很好的房子，开豪华车，在高级餐馆享受美食，腰包总是鼓鼓的，银行的存款似乎总是用不完。他们看上去总是那么高兴、乐观、积极和友好，似乎生活完全掌握在自己手中。他们是公司里最优秀的销售员，公司也依赖他们获得订单。是什么让他们如此潇洒？

许多人花费了大量时间和金钱来研究这些最成功的销售人员，他们的客户、同事、经理也对他们进行了研究。今天，这些研究结果终于可以使我们清楚地知道是什么使得他们成为最优秀的销售人员，最重要的是，我们明白了在销售领域心理学的重要作用。

人类行为学领域有一个“决胜边缘”（winning edge）的概念。我认为这是最重要的发现之一。决胜边缘是指“能力上的细微差别往往导致结果上的巨大差距”。这意味着如果你能在销售的某个关键点上提高一点点，你的销售业绩将产生巨大增长。改变你以前工作中的一件小事情，也许就能突破你销售生涯的一个大门槛。赛马比赛中的第一名，即便只是鼻子领先了一点点，它也能赢得第二名10倍的奖金。难道第一名赛马的速度比第二名快10倍吗？当然不是！那么它比第二名快两倍？快50%？快10%？不是！第一名只是鼻子稍微领先了一点点，但却赢得了10倍的奖金！

同样，那些获得大量订单的销售员完成了100%的销售，得到了100%的销售奖金。可是他们的产品就一定100%比竞争对手好吗？或者100%比竞争对手便宜吗？当然不是！他们的产品可能还不及竞争对手，产品价格也可能还略高一点。而且大多数情况下，得到订单的这个销售员也并不比那个输掉订单的销售员高明多少，他只是在某个关键领域领先了一点点，但是这就足以让他赢得订单！

决胜边缘这一概念对成功是至关重要的。你也许听过帕累托法则，著名的80/20法则，即80%的销售是由20%的销售人员完成的。考虑到行业特性，这个比例也可能是90/10或70/30，但是整体来说，80/20原则适用于整个销售领域。20%的销售人员完成了80%的销售业绩，得到80%的销售奖金，而其他80%的销售人员只贡献

20%的销售业绩，分得20%的销售奖金。

如果换算成销售额，这种对比更具震撼力。如果在某个时期里10个销售员完成了100万美元的销售额，那就是说其中2个销售员完成了80万美元的销售额或者说每人完成了40万美元的销售额，而其他8个销售员加起来才完成了20万美元或者说每人完成了2.5万美元。40万美元对比2.5万美元，这可就是16：1啊！优秀销售员的业绩是普通销售员的16倍！

这种销售结果的巨大差别绝不能简单地用销售技巧和销售方法的差别来解释，一定还有其他的差别。他们其实是在同样的竞争环境下，走出同样的办公室，针对同样的客户，以同样的价格，将同样的产品卖到同样的市场的。这个差别正是销售人员的心智和心理状态的差别！

本书就是要告诉你，在令人激动的销售生涯中如何实现你的目标和梦想，成为业绩最好、收入最高的销售精英。而这一切不需要别的，需要的只是你在心理上“决胜边缘”。

成功靠的是态度，还是能力

80/20法则在每个销售人员身上都有体现。一个销售人员的成功80%靠的是态度，20%靠的是能力。

不论在哪个领域，积极的态度、对自己及工作富有建设性的探讨和积极的思考总是和成功如影随形。不管市场环境如何，永远保持自信和保持对工作的热情是成功销售的敲门砖。

由产品知识和专业销售技巧所构成的能力也非常重要。只有当你彻底了解产品，对销售能力有十足的把握，并能有效地进行销售陈诉的时候，你才能有强烈的自信，而这种强烈的自信正是积极的态度基础。

思考的质量决定生活的质量。不断改善某个方面的思考质量，那个方面的生活质量就会得到提高。通过思考，你能掌握自己的生活并决定自己的命运。你也许现在还不是你最想成为的那种人。你看待自己可能成为什么样的人发生变化的时候，你的性格和销售结果发生变化的时候也就到了。这时，你的潜意识开始重组，你能感觉到你的能力在发生变化，你生活的每一方面都在发生积极的改善。正如哈佛大学的威廉·詹姆士（William James）在1905年说过的：“我们这个时代最大的革命，就是发现了人们通过改变自身的内在思维态度可以改变他们外在

的生活表现。”

优秀的销售员都很冷静、自信，有积极的自我期望。他们感觉良好，相信自己正在做的事情对成功有着确定无疑的帮助。他们对自己的生活和职业发展都很满意。他们坚信对于现在从事的工作，他们是最擅长的、是做得最好的，而且客户也是这样认为的。通常，客户在他们做销售陈述或者描述产品或服务之前就已经决定购买了。无论到什么地方，他们都是销售冠军。根据因果法则，发展和他们一样的态度和个性特点，你也能成为他们中的一员。

“自我概念”：业绩的驱动力

20 世纪对人类行为有效性研究的重大的突破之一就是发现了自我概念（self-concept）。自我概念是你对自己和这个世界的所有看法或信念的总和。这些看法或信念在你婴儿时期的第一次经历中开始形成。经过多年的成长，你形成了一系列复杂的、相互交织的想法，比如怀疑、恐惧、态度、价值、期望及其他的意识。你把这些东西吸收进大脑，并认为这些东西是正确的，这些东西成了你潜意识的操作指令，并且控制了你所想、所做、所说、所感觉的一切事情。在没有任何大的事情发生前，你将一如既往地和原来一样去想、去做、去说、去感受。

你对自己有全面的自我概念，或者说你对自己是谁、能做什么有坚定的想法。你生活中的每一方面也都有一个迷你自我概念。这种迷你自我概念决定了你对人、健康、人际关系、工作、学习、创新以及任何你所做事情的看法、感觉和行为。

你对自己能挣多少钱也有个迷你自我概念。不管你对自己的收入是否满意，这个收入水平都是你基于自己过往的收入水平和现在的信念体系换算出来的。你关于收入水平的自我概念，已经成为你潜意识的一部分。即便你换了工作或者移居到其他城市，你也倾向于挣同样多的钱。你的收入水平经被固定住了。

事实上，这种收入水平的自我概念已经深深地根植于你的脑海里。你比现在的收入挣得多还是挣得少，你都会感觉不舒服，甚至只要想想你的收入会比你已经习惯的多了还是少了，你也会感到不舒服。

假设你比现在的收入水平多挣 10%，你会把多出来的 10% 尽可能地花掉，你有一种不可抑制的欲望，甚至可能买一些你本来不需要的东西。如果在某个时期你挣的钱超过了让你感到舒服的水平，你会被驱使投资一些你根本不懂的东西，或者是借给那些根本不可能还钱的人。