

CLASSIC

STORIES FOR

MARKETERS

营销人必读

的 经典营销故事

营销就是一种商业智慧

郭亚军◎编著

SUCCESS



所有优秀的营销都因智慧而深入人心，  
因为深入人心，营销才变成一种艺术和情趣；  
因为智慧，营销人员才享受到营销的快乐和事业得心应手的舒畅。

当代世界出版社

# CLASSIC STORIES FOR MARKETERS

## 营销人必读 的 经典营销故事

# SUCCESS



当代世界出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

营销人必读的经典营销故事 / 郭亚军编著. —北京: 当代世界出版社, 2010.1

ISBN 978-7-5090-0598-9

I. ①营… II. ①郭… III. ①市场营销学—通俗读物  
IV. ①F713.50-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 226181 号

---

出版发行: 当代世界出版社

地 址: 北京市复兴路 4 号 (100860)

网 址: <http://www.worldpress.com.cn>

编务电话: (010) 83908400

发行电话: (010) 83908410 (传真)

(010) 83908408

(010) 83908409

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京佳顺印务有限公司印刷

开 本: 787×1092 毫米 1/16

印 张: 16

字 数: 220 千字

版 次: 2010 年 1 月第 1 版

印 次: 2010 年 1 月第 1 次

印 数: 1-8000 册

书 号: ISBN 978-7-5090-0598-9

定 价: 32.80 元

---



## 前言

所有优秀的营销都因智慧而深入人心，因为深入人心，营销才变成一种艺术和情趣；因为智慧，营销人员才享受到营销的快乐和事业得心应手的舒畅。

从本质上来说，营销就是一种商业智慧。智慧讲究攻心为上，营销也讲究攻心为上，如果一个营销人是懂智慧的人，那么他绝对是一个出色的营销大师。营销是一种运筹帷幄的智慧，是一种显露底牌的策略，从竞争的角度来讲，营销非常需要这些智慧和策略。

把梳子卖给和尚，看上去似乎是不可能的事情，但是一旦运用智慧和策略，把梳子卖给和尚就非常容易了。

N个人去参加一招聘，主考官出了一道实践题目：把梳子卖给和尚。众多应聘者认为这是开玩笑，最后只剩下甲、乙、丙三个人。主持人交代：“以10日为限，向我报告销售情况。”10天一到，主试者问甲：“卖出多少把？”答：“1把。”“怎么卖的？”甲讲述了历尽的辛苦，游说和尚应当买把梳子，无甚效果，还惨遭和尚的责骂，好在下山途中遇到一个小和尚一边



## 营销人必读的经典营销故事

晒太阳，一边使劲挠着头皮。甲灵机一动，递上木梳，小和尚用后满心欢喜，于是买下一把。

主试者问乙：“卖出多少把？”答：“10把。”“怎么卖的？”乙说他去了一座名山古寺，由于山高风大，进香者的头发都被吹乱了，他找到寺院的住持说：“蓬头垢面是对佛的不敬，应在每座庙的香案前放把木梳，供善男信女梳理鬓发。”住持采纳了他的建议，那山上有十座庙，于是买下了10把木梳。

主试者问丙：“卖出多少把？”答：“1000把。”主试者惊问：“怎么卖的？”丙说他到一个颇具盛名、香火极旺的深山宝刹，朝圣者、施主络绎不绝。丙对住持说：“凡来进香参观者，多有一颗虔诚之心，宝刹应有所回赠，以做纪念，保佑其平安吉祥，鼓励其多做善事。我有一批木梳，您的书法超群，若刻上‘积善梳’三个字，便可做赠品。”住持大喜，立即买下1000把木梳。得到“积善梳”的施主与香客也很是高兴，一传十、十传百，朝圣者更多，香火更旺了。

这是营销界广为流传的故事，故事中的丙是一个懂得运动轨迹的人，所以他成功了。

营销就是一种商业智慧。一个产品还没有上生产线，大师们便聚在一起商量它的定位、卖点，考虑它的通路、终端，苦心酝酿着它的传播表现，怎样才能打动消费者。甚至在产生一次消费之后，使用怎样的



手段忽悠消费者能够重复消费，提升产品的认知度，提高产品的美誉度，将产品深植于消费者心中，逐步形成所谓的品牌影响力。

商业智慧的设计者，就像悬念电影大师西区柯克一般，一步步在给人们设置“陷阱”，坑越挖越深，让人想跳都跳不出去。

其实，智慧之树是常青的、鲜活的，市场智慧也应该是这样的，它往往寓于身边的小故事中。

没有滞销的产品，只有落后的营销方式，讲一小时的大道理，不如读一分钟的小故事。本书以娓娓动听的小故事为引子，以营销案例为辅助，谈论营销的成败所在。小故事中有大智慧，小故事也往往比大道理更能说服人。那些深奥而枯燥的营销知识，通过讲故事的方式更能让大家理解和接受。希望您读了此书，增长营销的智慧，扩大市场占有率。



# 目 录

## 营销动机篇：时刻不要忘记营销的目的

心态决定一切	3
爱心能使你感动“上帝”	7
没有耐心的推销是走过场	10
顶尖推销员头脑里有目标,其他人则只有愿望	13
到有鱼的地方去钓鱼	17
守信乃推销之本	24
把客户的心抓住	27
从好奇心上下手做文章	30
给不想喝水的马先吃些盐	32

## 营销心理篇：看透顾客的心理再行动

要成为一名销售心理专家	39
笑是最好的推销	42
与客户建立真诚的友谊	46
世上没有人愿意被说服,惟一能说服的是他自己	49
世界上最动听的语言是赞美	52
勇于承认错误	56



## 营销人必读的经典营销故事

用事实说话,用感情推销 59

### 营销攻心篇:攻心为上,善于与顾客“套近乎”

激起客户的需求要多提示	67
如何推销客户不感兴趣的产品	70
曲径通幽打通秘书这道关	73
不推销产品,而要去推销概念	76
集中精神是对顾客最大的尊重	79
适时沉默,扮酷	81
不能怠慢任何一个顾客	88
学习怎样走近客户	92
应该帮助顾客解决问题而不是制造问题	97
对访问的顾客要有所了解	104
满意顾客写的赞美函永远是推销最有用的工具	110
把顾客的盖头揭开	117
顾客需要尊重	120
激起顾客的好奇和贪婪心	123
让顾客感到不吃亏	127

### 营销备战篇:未雨绸缪,不打无准备之仗

推销之前先推销自己	135
顶尖的销售员首先是一名人际关系专家	138





热爱你的职业	142
等时机成熟时再报价	145
卓有成效地效仿他人成交	147
胆怯和害羞会让你失去一切	150
推销有时用耳朵比用嘴重要	154
在穿着上要得体	157
顶尖推销员永远不停止学习	160
<b>营销决战篇：关键时刻大显身手</b>	
“鞭子”的妙用	167
打好销售太极拳	169
打破与准客户的那道墙	174
有小鱼总比没有鱼好	181
推销很欢迎双簧游戏	185
销售就是把话说出来，把钱收回来	191
推销中最重要的是“问”	196
多问几个“为什么”	200
问，要问出你的水平	205
把不简单的事做到简单	212
不要担心异议	215
不用为你的安全担心	220
喋喋不休的推销员会令人反感	226
推销离不开心灵的温暖	229



## 营销人必读的经典营销故事

节约时间,快刀斩乱麻	233
表达感谢之情	237
推销员有时也应说“不”	240
“优良的服务就是优良的推销”	243

# 营销动机篇： 时刻不要忘记营销的目的







## 心态决定一切

以前，鹰和鸡生长在同一个家庭，当时群禽争斗，鹰和鸡备受外来欺负，他们找到了凤凰，要求学艺。

凤凰教导：“学艺是一件很艰苦的事情，但万事开头难，只要端正你的心态，勤奋苦练，像我一样在天空中飞翔也不是一件很难的事。”

鹰听了教导，暗下奋斗决心。

每天一大早鹰就起床，背驮几十斤的重物腾空飞跃，用鹰爪和鹰嘴在巨石上来回磨擦，以至于磨破嘴出血也不顾。

鸡听了教导，不以为然，认为凤凰自视清高，它的飞翔本领只是天生的，学艺像它那样飞翔成功是天方夜谭，但又担心凤凰说自己吃不得苦偷懒。

怎么办呢？

每天，当鹰一大早去练功，它便呼呼地跑上山头“呜呜”地叫几声，以示自己也起得早，当鹰每次去练爪功，它也使用嘴啄着小石头玩，以示自己在刻苦学艺。

三年过去了，鹰越来越强壮有力，扇动翅膀能腾空飞翔，挥动爪牙能抓起一只山羊，用其利嘴能啄死一头蛇，而鸡，只能在逼急时飞十来米远，其爪只能踩死蚂蚁，其嘴只能啄死蚯蚓，当然，鹰也脱离了鸡群，而鸡瘦弱的身



## 营销人必读的经典营销故事

体也只能靠人类保护。

心态决定一切；心态始于心灵又终于心灵。

鹰能够学艺成功是它有一个端正的心态，勤奋刻苦，而鸡从一开始就认为学艺是很难的事情，所以他整个学艺的过程只是在做形式。

一个拥有积极心态的人，也是一个对成功强烈渴望或需要的人。

心态实际上就是信念——相信你自己，相信你成功的能力。事实证明，只有先让自己相信才能让别人相信。

在推销的过程中，心态同样很重要，如果你与客户打交道时没有一种积极的心态，在客户面前你就会成为一个木头人。

积极的心态能够创造执著、热情和成功。

在推销这个行业，失败者和成功者之间惟一的差别就是心态不同。失败者的心态是：我从来都不行，现在不行，将来也不行。

而成功者的心态则是：我过去行，现在行，将来仍然行。

### 事典：端正心态推销成功

有一个销售经理同一个名叫平的推销员出现了一点小磨擦。平很有能力，他在过去的日子里证明了自己的才干，是个很讨人喜欢的小伙子，但在最近的几个月里，他却一直走下坡路。

## 营销动机篇：时刻不要忘记营销的目的



这个销售经理尽一切努力想把他拉起来，并认真研究了她的推销工作，对他进行鼓励，直到他听腻了。但这些都未奏效，最后，销售经理不得不对他下了最后通牒，给他定下了一个最后目标：“在以下十个客户中，至少要做成三笔交易，否则走人。”

他不想被开除，销售经理也不想让他走——因为他非常讨人喜欢。



销售经理给他一下午的时间，对他说：

“平，今天下午我放你假，你可以回家了。到家以后，不要去做平时要做的事，到花园里去，放松一下一遍遍对自己说，‘我明天就能做成一笔买卖，我明天……’冲澡和吃晚饭的时候，一遍遍对自己说，‘我明天就能做成一



## 营销人必读的经典营销故事

笔买卖，我……’不要看电视，多散一会儿步，不断地重复这句话，直到脑子里一片空白。”

“早点上床，不要看书，也不要数数，对自己说，‘我明天就能做成一笔买卖……’不断地说，直到你入睡，——要带着感情说，有信心地说。”

一开始，他怀疑这样做是否会见效，当他第一次谈业务时，他的客户带有几分消极和拒绝的姿态。平一点也不感到奇怪——他的疑虑得到了证实，这方法看来不见效。

接着，发生了一种奇怪的现象。尽管这个客户仍然持消极态度，但他露出了一点积极的姿态和想购买的愿望。平的潜意识被调动起来了，似乎有人击了他一下，他下意识地对自己说：“坚持一下，也许你今天就能做成一笔买卖。”他两个月来第一次开始寻找和倾听积极的回应。

不用说，他做成了这笔买卖，达到了他的目地。现在，他又成为一名优秀的推销员了。

如果你与客户打交道时没有一种积极的心态，在客户面前你就会成为一个木头人，以下是推销员调整心态的几个良方：

- (1) 每天起床早一点，做几次深呼吸，给自己鼓鼓气。
- (2) 在心中不断对自己说，我一定行，没有我办不到的事。
- (3) 想自己所拥有的优点。
- (4) 推销对象也是人，只要是人就有感情，不信你推销的话不令他心动。





(5) 不要对自己失去信心，即使真的没成功，也不要失望，因为这也在情理之中。

推销悟语：好心态是成功推销的第一步。

## 爱心能使你感动“上帝”

军队在边陲安营扎寨。一个寒夜里，将军在营幕内饮酒。两边点着大蜡烛，身边还生着大火炉，再加酒在身体里发热，于是头上便冒出汗珠子来，将军一边抹汗，一边叹气地说：“天气太不正常了，寒天里，却还是这么热！”

有个士兵在营幕外站岗，被寒夜的冷风吹得牙齿格格地直发抖。他听见将军的这番话，便进来跪禀说：“将军大人，你这里天气是不太正常。可小人们站的地方，天气倒是还正常的。你若不信，就请去试一试看！”将军明白士兵话里有话，便下令士兵们升火取暖。

第二天，战争打响了，士兵们在将军的指挥下个个奋勇向前，取得了伟大的胜利。

士兵巧妙地回答了将军的不体谅，将军也是一个明白事理的将军，拥有爱心，能充分地设身处地考虑士兵的处境，给所有士兵升火取暖，最终使第二天的战争获得胜利。

在推销的时候，只要有足够的爱心，就可以成为全世界最有影响力的人。任何负面的情绪在与爱接触后，就