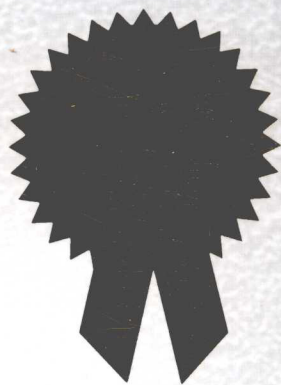


Michael Schell



**THE
CUSTOMER APPROVED
SMALL BUSINESS**

**中小企业
营销秘诀**

汉英对照

〔美〕迈克尔·谢尔 著 任一涛 李仁根 译

上海人民出版社

Michael Schell

认可书系
THE
APPROVED
SERIES

**THE
CUSTOMER APPROVED
SMALL BUSINESS**

**中小企业
营销秘诀**

汉英对照

〔美〕迈克尔·谢尔 著 任一涛 李仁根 译

 上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中小企业销售秘诀:汉英对照/(美)谢尔(Schell, M.)著;任一涛,李仁根译.—上海:上海人民出版社, 2010

书名原文: The Customer Approved Small Business
ISBN 978 - 7 - 208 - 08909 - 9

I. 中... II. ①谢...②任...③李... III. 中小企业—企业管理:销售管理—汉、英 IV. F276.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 183872 号

责任编辑 曹怡波

封面装帧 张志全

中小企业销售秘诀

(汉英对照)

[美]迈克尔·谢尔 著

任一涛 李仁根 译

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行 常熟新骅印刷厂印刷

开本 720 × 1000 1/16 印张 14.75 插页 2 字数 139,000

2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 208 - 08909 - 9/F · 1906

定价 28.00 元

献给我了不起的母亲安吉拉·哈纳福德，她给我的生命注入了富有活力的爱和对无限可能的信仰。

For my amazing mother, Angela Hannaford, for instilling in me her vibrant love of life and her belief in unlimited possibility.

你必须用心投入你的企业，并且将企业放在心中。

——托马斯·约翰·沃森研究所

You must have your heart in your business and your business in your heart.

— Thomas J. Watson, SR.

我更关注精灵出没的地方而不是已经出没的地方。

——韦恩·格雷茨基

I skate where the puck is going to be, not where it has been.

— Wayne Gretzky

译者序

在全球化日益发展的今天,中国正以开放的姿态积极参与国际市场的竞争。无论是久经商场的成功企业家们,还是众多初入社会立志创业的初学者,或是从事销售、外贸的专业人士,都开始越来越多地寻求了解西方现代企业的经营理念 and 运作规则。译者在从事供应商管理已有十多年, Tom 的公司专门为美国大公司提供供应商管理解决方案, Rengen Li 在美国可口可乐特别积极提倡供应商多元化。我们清楚地认识到,了解诸如美国大公司的采购模式与需求,对于提高供应商素质以至持续发展都至关重要。我们着手翻译有关企业销售或是管理精粹的文章,正是为了满足这些人士的需要。

徘徊在浩瀚的书海中,或许作为企业主和从事外贸的您可以不费力气的找到与您领域相关的书籍。然而,我们还是要向您隆重推荐迈克尔·谢尔的《中小企业销售秘诀》一书(此书英文名为《The Customer Approved Small Business》直译为《客户认可的小企业》,此为意译)。这本书是作者根据与 300 多家公司决策人的交谈情况而总结出来的,它真实再现了北美企业、特别是销售成功秘诀的全过程和原始记录。这本书为您提供了如何有效的管理、实现更高效的销售和发展企业的思路。您将会从这些实用的建议中获益匪浅。诚如原作者所述,“既然你看完了这本书,你就已经超前于”别人了,如果你运用这些秘诀达到了你的商业目的,他会得到个人的满足。

在此,还要说明,我们出版英汉对照的版本,是为了让您可以灵活地选择您的阅读方式。因为翻译是一门需要译者对语言本身和翻译的内容都有极高的把握度的艺术,即使我们的团队中包括了在美国从事商业多年的华人译者(他们已能精准地理解英语传递的信息)以及更了解国人语言习惯的本土译者,我们仍不敢妄称读完中译本就能获得与阅读原文一样的收获。而今众多的企业主已将英语作为他们的工作语言,阅读原文对他们而言已无语言上的障碍,可能只是出于高效的考虑才会选择译本。所以出版英汉对照的版本是考虑了读者的能力和阅读效果。我们衷心希望,我们所做的一切能将企业销售和管理的精粹传递给您和您的企业,企业主和从事外贸的您能够从中得到启发。

任一涛(Tom Y. Ren)

李仁根(Rengen Li)

“这本书是强有力的,蕴含坚忍不拔的意志且很实用,它用简单直接的方式帮你获得更多的收益,以及帮你的企业提高效率。这不是一本与案例有关的理论书,它是一本借助了诸多的工具一步一步帮你的小企业获得更多盈利的书,这些工具包括核对一览表、例子以及具体的建议。”

——拉尔夫·奥里瓦

商业市场研究所执行总监,
宾州州立大学斯迈尔学院营销学教授

“Hard-hitting, gritty, supremely practical. This book will simply and directly help you make more money and move your business to more efficiency. This is not a book on the ‘theory of the case.’ It’s a book on making your small business more profitable step-by-step, with checklists, examples, and concrete suggestions.”

— *Ralph A. Oliva, Executive Director,*

*Institute for the Study of Business Markets, Professor of Marketing,
Smeal College of Business, Penn State University*

“一旦你有了自己的企业,每天的事务很容易让你应接不暇,《中小企业销售秘诀》这本书是你可以放在床头的很棒的书,只要每天花五分钟来阅读,你就会从这些实用的建议和按部就班的练习中受益匪浅。用它来保证你和你的企业始终以客户为中心吧!”

——凯西·库珀

华盛顿联邦储蓄银行营销部副总经理

"When you own your own business, it's easy to feel overwhelmed by everyday demands. The Customer Approved Small Business is a great book to keep on your nightstand. If you can find time to read it just five minutes a day, you'll benefit from its practical suggestions and step-by-step exercises. Use it to keep yourself and your business customer-centric! "

— *Cathy Cooper, Vice President, Marketing,
Washington Federal Savings*

"《中小企业销售秘诀》这本书涉及了有效的客户沟通的方方面面, 这些方面包括重要的第一印象, 对给客户的电话进行角色扮演, 还有一些虽然简单却时常被遗忘的方面, 例如清楚的留言和感谢信。对专业从事服务和销售的人来说这是一本极好的书, 我会向我的管理团队推荐该书。"

——理查·杰克逊
ADP 小企业服务公司服务中心主管

"The Customer Approved Small Business touches on all aspects of effective customer communication. These areas include vital first impressions, role-playing customer calls, and simple but sometimes forgotten items like clear voice-mail messages and thank-you notes. This is an excellent book for both service and sales professionals. I will recommend it to my management team!"

— *Richard Jackson, Service Center Executive,
ADP Small Business Servic*

“我欣赏这本书，因为它提出的实用的见解和策略会帮助企业更高效地实现销售，无论它们是大企业还是小企业。在商业领域，在实现销售之前，一切都是零。”

——罗伊·索马森

美国青年企业信托公司首席执行官

“I like this book because its practical insights and strategies will help any business, large or small, sell more effectively. In business, nothing happens until somebody sells something.”

— Roy L. Thomason, *Chief Executive Officer, Young Americas Business Trust*

“谢尔的这本书揭示了如何获得更好的商业实践的重要建议。它必定能帮助小企业主增加盈利、实现目标。他们要做的就是抓住创新的机会并将书中这些极好的方法用于实践。”

——彼得·查拉汗

最大化软件有限公司销售和营销部副总经理

“Schell's book reveals cutting-edge advice for best business practices, and will certainly help small-business owners achieve their goals and increase their profits. All they need to do is seize the opportunity to be creative and implement the great ideas in this book.”

— Peter Callaghan, *Vice President, Sales & Marketing Maximizer Software Inc.*

“遗憾的是常识往往并不意味着通常的实践，本书给读者提供了能实现‘说到做到’的工具，谢尔提供了如何有效地管理和发展企业的思路，这些都是从那些最关键的人的角度出发的，他们就是客户。”

——罗宾·查卡尔巴迪

加拿大达能公司加拿大山泉水分部地区副总裁兼总经理

“Common sense-but unfortunately, NOT common practice. This book gives the reader the tools to ‘walk the walk.’ Schell provides the inside track on how to effectively manage and grow your business-all from the perspective of the people who matter most: the customers.”

— Robin Chakrabarti, Regional Vice President & General Manager,
Canadian Springs Water Company, a division of Danone Waters of Canada

“如果用老掉牙的‘必读书’来描述本书就会产生误导的效果，这是一本适宜放在你的桌上，可以翻到破旧，并在认为重要的页数贴上市事贴的书，那些关于如何把事情做得更好的一览表、引言以及建议都是非常宝贵的，你将不再拘泥于今天可以做的事情，而是去赚取更多的利润，提高效率以及降低你的小企业的压力。”

——赛·基万尼·穆罕默德

德克斯尔财务有限公司首席运营官

(该公司为私人投资银行)

“It would be misleading to use the tired phrase ‘a must-read’ for this book. This is a book that belongs on your desk, well-worn, tattered, with Post-It Notes sticking out of selected pages. The checklists, quotes, and suggestions on how to do things better are invaluable. You’ll come away with things you can do - today - to make more money, improve efficiency, and reduce the stress in your small business.”

— *Sai Jiwani Mohamed, COO, Dexior Financial Inc.*

— *A Private Investment Bank*

“我欣赏这本书……它易读且能当作一个按部就班的指南来实现企业的成功。或者如果你是在寻找能帮助企业进入更高层次的事实的箴言的话,这里亦有很多。”

——李·雷美克

亨廷顿国家银行企业银行集团经理

“I enjoyed this book ... It’s an easy read and can be used as a step-by-step guide for small business success. Or if you’re just looking for nuggets of truth to help take your business to the next level, it has plenty of those, too.”

— *Lee Lemke, Business Banking Group Manager,*

Huntington National Bank

目录

第一部分：基 础

- 秘诀1：开发一个操作手册 / 5
- 秘诀2：雇用有主动性且有团队精神的员工 / 11
- 秘诀3：选择恰当的人在外销售 / 16
- 秘诀4：在团队中只保留合适的人才 / 18
- 秘诀5：制定一个员工手册 / 21
- 秘诀6：为每个职位制定岗位描述 / 23
- 秘诀7：制定一个合适的商业计划 / 25

Chapter 1: Foundation

- Secret 1: Develop an operations manual / 5
- Secret 2: Hire self-starters who fit your team / 11
- Secret 3: Find the right people for outside sales / 16
- Secret 4: Keep only the right people on your team / 18
- Secret 5: Develop an employee manual / 21
- Secret 6: Create a job description for each position / 23
- Secret 7: Write a proper business plan / 25

第二部分：开发新业务

秘诀8： 整理好你的潜在客户资料库 / 36

秘诀9 (很关键!): 在你阅读并能灵活运用秘诀10—14之前，不要给资料库的任何
人打电话 / 45

秘诀10： 制定行业定位说明(ISPS) / 47

秘诀11： 制定主要原因说明(PRS) / 53

秘诀12： 制定一些关键点说明(KPS) / 55

秘诀13： 基于许可的电话销售指南 / 59

秘诀14： 不要在电话销售中留言 / 67

秘诀15： 10分钟的会面 / 70

秘诀16： 定制企业明信片 / 75

Chapter 2: Developing New Business

Secret 8: Getting your prospect database in order / 36

Secret 9(Crucial!): Don't call the contacts in your database until you've read and cus-
tomized Secrets 10—14 / 45

Secret 10: Create an Industry-Specific Positioning Statement (ISPS) / 47

Secret 11: Design a Primary Reason Statement (PRS) / 53

Secret 12: Create Key Point Statements (KPS) / 55

Secret 13: The Permission-Based Cold Call Guide / 59

Secret 14: Don't leave voice mail on cold calls / 67

Secret 15: The 10-Minute Meeting / 70

Secret 16: Customized business postcards / 75

秘诀17(至关重要!): 在你看完秘诀18—27之前不要和采购员或决策者联系 / 79

秘诀18: 会面前的研究 / 81

秘诀19: 准备好真实的陈述以先发制人地应对客户可能提出的异议(GPOS) / 85

秘诀20: 为你和潜在的客户的会面设计一些有效的问题 / 90

秘诀21: 对潜在的客户可能提出的棘手问题要有所准备 / 97

秘诀22: 编一页公司业务简介(CIS) / 103

秘诀23: 使用预备的会议议程 (AMA) / 106

秘诀24: 准备一份企业的概况描述 / 112

秘诀25: 留给你的潜在客户几个可以问其他供应商的重要问题 / 114

秘诀26: 给潜在客户提供他们可以联系上的证明人 / 119

秘诀27: 制作你的会议计划 / 123

Secret 17(Crucial!): Don't meet with a buyer or decision maker until you've completed
Secrets 18—27 / 79

Secret 18: Pre-meeting research / 81

Secret 19: Create some Genuine Preemptive Objection Statements (GPOS) / 85

Secret 20: Create some effective questions for your prospect meetings / 90

Secret 21: Be ready for tough questions from your prospects / 97

Secret 22: Create a Company Information Sheet (CIS) / 103

Secret 23: Use an Advanced Meeting Agenda (AMA) / 106

Secret 24: Prepare an overview of your company / 112

Secret 25: Leave your prospect with some crucial questions for other vendors / 114

Secret 26: Provide references your prospects can contact / 119

Secret 27: Create your meeting planner / 123

秘诀28：会议结束时口头总结要点 / 126

秘诀29：给潜在客户发一个会议小结 / 130

秘诀30：提出意在扩大销售的战略建议书 / 134

秘诀31：成交：越简单越好 / 146

秘诀32：在整个过程中一直保持你的客户愉快 / 151

第三部分： 把一切整合起来

秘诀33：承诺一个完成日期，确认完成 / 161

秘诀34：少许诺、多兑现 / 164

秘诀35：演练重要的语音留言 / 166

秘诀36：录制你的角色扮演以提高你的交流技巧 / 170

Secret 28: End your meeting with a verbal key-point summary / 126

Secret 29: Email your prospect a follow-up summary / 130

Secret 30: For more sales, consider a strategic proposal / 134

Secret 31: Closing: Keep it simple / 146

Secret 32: Keep your customers happy / 151

Chapter 3: Tying It All Together

Secret 33: Commit to a target date and confirm completion / 161

Secret 34: Under-promise and over-deliver / 164

Secret 35: Rehearse your important voice-mail messages / 166

Secret 36: Record your role-plays to improve your communication skills / 170

- 秘诀37：**确认并去掉那些软弱的词句 / 172
- 秘诀38：**理解“二八定律”并运用于实践 / 174
- 秘诀39：**为你的任务表设置优先级别 / 176
- 秘诀40：**从团队出发计划工作并实施计划 / 179
- 秘诀41：**真诚且开心地工作 / 182
- 秘诀42：**将自己定位为专家 / 185
- 秘诀43：**每天都制定给潜在客户打电话的目标 / 188
- 秘诀44：**关键决策：两个重要的问题 / 191
- 秘诀45：**赏识并表彰你的员工 / 193
- 秘诀46：**让你的员工知道公司的状况 / 195
- 秘诀47：**要有清楚的目标，并将它们写下来 / 197

- Secret 37:** Identify and eliminate weak words and phrases / 172
- Secret 38:** Understand the 80/20 Principle — and live it / 174
- Secret 39:** Prioritize your task list / 176
- Secret 40:** As a team, plan the work and work the plan / 179
- Secret 41:** Have fun and be authentic / 182
- Secret 42:** Position yourself as an expert / 185
- Secret 43:** Schedule your prospecting calls daily / 188
- Secret 44:** Key decisions: The two essential questions / 191
- Secret 45:** Appreciate and recognize your staff / 193
- Secret 46:** Keep your employees informed / 195
- Secret 47:** Have clear goals — in writing / 197

秘诀48：不要“重复地发明轮子” / 202
秘诀49：进行有效的谈判 / 203
秘诀50：测试、测试再测试 / 207
秘诀51：重要的任务聘请专家完成 / 209
秘诀52：如果你要写感谢信，这里提供一些规则 / 210
秘诀53：利用榜样的力量来让你保持积极性 / 212
最后的一些想法 / 214

Secret 48: Don't “reinvent the wheel” / 202
Secret 49: Negotiate effectively / 203
Secret 50: Beta-test, beta-test, beta-test / 207
Secret 51: Hire specialists for crucial tasks / 209
Secret 52: Thank-you notes: if you use them, here is the rule / 210
Secret 53: Use role models to stay motivated / 212
Some Final Thoughts / 214