



美国顶级销售员，施乐公司前第一销售员，  
超级销售圣经《我能占用您5分钟时间吗？》作者哈尔·贝克尔最新力作

# 销售如何 搞定人

世界顶级销售员的攻心话术

[美] 哈尔·贝克尔 南希·特劳姆 著  
吴果锦 译

HAL BECKER'S  
Ultimate Sales Book



时代出版传媒股份有限公司  
北京时代华文书局

014030269

F713.3  
397

# 销售如何 搞定人

世界顶级销售员的攻心话术

[美] 哈尔·贝克尔 南希·特劳姆 著  
吴果锦 译



**HAL BECKER'S**  
**Ultimate Sales Book**



北航

C1717109

F-713.3/397



时代出版传媒股份有限公司  
北京时代华文书局

## 图书在版编目(CIP)数据

销售如何搞定人 / (美) 贝克尔, (美) 特劳姆著 ;  
吴果锦译. — 北京 : 北京时代华文书局, 2014.2  
ISBN 978-7-80769-402-1

I. ①销… II. ①贝… ②特… ③吴… III. ①销售—方法  
IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第025824号

安徽省版权局著作权合同登记号 12131258

HAL BECKER'S ULTIMATE SALES BOOK

Copyright ©2012 Hal Becker with Nancy Traum.

Original English language edition published by Career Press,

220 West Parkway, Unit 12, Pompton Plains,

NJ 07444 USA. All rights reserved

## 销售如何搞定人

[美] 哈尔·贝克尔 南希·特劳姆 / 著 ; 吴果锦 / 译

出版人 田海明 周殿富

责任编辑 余玲 刘显芳 策划监制 俞根勇 装帧设计 汝俊杰 段文辉

出版 时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>  
北京时代华文书局 <http://www.bjsdsj.com.cn>  
北京市东城区安定门外大街136号皇城国际大厦A座8楼 邮编: 100011

发行 北京时代华文书局图书发行部 (010) 64267120 64267397  
印制 北京京都六环印刷厂 (010) 89591957

规格 710mm×1000mm 1/16

印张 14.5

字数 100千字

版次 2014年4月第1版 2014年4月第1次印刷

书号 ISBN 978-7-80769-402-1

定价 36.80元

谨以此书献给我已故的父母——约瑟夫和尤妮斯。他们教会了我一切，他们的人生道理时刻萦绕在我的心头。我唯一遗憾的是他们不能亲眼看到这本书的出版，因为这一切都要归功于他们的教导。

在此，我要向爱妻霍莉表示感谢，她的幽默感、好心肠和挚爱令我的每一天都充满阳光。还有我的女儿妮科尔，她总是提醒我多放松、多笑，而不要有丝毫烦恼。

谢谢你们。

## 专家推荐

以前曾拜读过哈尔·贝克尔的大作，而他的这本新书，又将以浅显易懂的讲述带给大家无价的见解。本书并不仅仅涉及销售技巧，不论你是否身处销售行业，其字里行间透露出的哲学亮点都会给大家带来无尽的动力。

——米克·弗莱明 (Mick Fleming), 美国商会执行委员会主席

哈尔·贝克尔对销售总是别有洞见。无论是销售行业的新兵还是老手，本书都是一本必备手册。

——乔恩·戴蒙德 (Jon Diamond), SafeAuto保险公司

首席执行官哈尔的这本书融合了他多年的销售经验，语言直白、句句珠玑。不论读者的销售阅历是深是浅，都能从中获益。

——亚拉·巴格塞里安 (Ara Bagdasarian), 美国旅游中心执行副总裁

哈尔的这本新书堪比经典销售教材，不论你推销的是产品还是服务，本书都能助你提升销售技能。读者能在轻松愉快地阅读享受中获益良多。

——乔治·伯恩斯坦 (George Bernstein), Nobel Learning Communities

首席执行官、Pearle Vision前总裁

要想成为一名优秀的销售人员绝非易事，哈尔的书再一次为大家铺设了前进的道路，本书内容清晰、言之有物，实用性强。如果你想在销售方面更上一层楼的话，强烈建议读一读本书。

——马克·克雷默 (Mark Kramer), Laird Plastics首席执行官

哈尔·贝克尔明白，销售专业人士的必备素质是——常识、勤奋，以及将销售理论和销售艺术合二为一的能力。通过阅读本书，你将具备上述素质。

——比尔·萨布莱特 (Bill Sublette), TruGreen公司首席销售官

哈尔的新作中既有故事事例，又有严肃的销售理论，每章结束还有配套检测题，可谓有理有据引人入胜。我曾与哈尔共事多年，也认真拜读了他的新作《销售如何搞定人》，我想说的是，他是一个实践理论家，也是一位出色的销售培训大师。相信大家一定会喜欢这本书的！

——约翰·布伦南 (John Brennan), 哈特福德保险公司战略关系管理部副总裁

大家原本以为销售方面的书籍已经毫无新意可言，但哈尔此书又给我们耳目一新的感觉。他将自己30年的销售经验融进本书，其智慧和见解在当今销售行业举足轻重。真是一本好书！

——杰里·考克斯 (Jerry Cox), Total Training Network 总裁

哈尔的书再一次将复杂的销售理论变得浅显易懂，并将一路指引我们直达目标。

——杰里·L.凯西默 (Jerry J. Kelsheimer), 俄亥俄州五三银行总裁

兼首席执行官

哈尔善于将复杂难懂的销售知识以浅显易懂的方式阐述出来，连不是销售专业人士的读者也能轻松理解。他的销售理念早已通过实践检验，对那些工作与销售业绩息息相关的人士来说，本书一定能给你带来巨大帮助。

——瑞克·奇利科斯塔 (Rick Chiricosta), Medical Mutual of Ohio 首席执行官

哈尔是业内公认的王牌推销员，他将自己的销售见解、行业常识和个人魅力合而为一，转型成为一名顶级销售培训师、一位优秀的销售专业书籍作者。从《销售如何搞定人》中你将学到宝贵的见解，进而把自己的销售技能提高一个档次。

——大卫·斯科特 (David Scott), FM Turner 总裁兼首席执行官

## 销售如何搞定人

Hal Becker's Ultimate Sales Book

有幸读到哈尔的又一本大作。他的作品曾帮助我们公司在专业服务方面获益匪浅。

——加里·沙米斯 (Gary Shamis), SS&G注册会计师和顾问事务所注册会计师

哈尔的智慧、对世态的洞悉及其严肃实际的风格是销售人员所钦佩不已的。他的《销售如何搞定人》简明易懂，其见解和配套习题双管齐下，定会令大家学有所得。

——鲍勃·西尔维 (Bob Silvy), 《美国城市商业杂志》市场部副总裁



## 序

与销售相关的书籍已经多如牛毛，但真正能帮助一个人成为优秀推销员的究竟有多少呢？

本书与市面上的同类书籍大不相同，它是理论书与培训课的结合体。你可以每次读一点，也可以一次全部读完；不论以何种方式阅读，其关键是将所学知识牢记于心并将其应用到日常销售中。

本书内容将我在多家报刊上发表的大量文章融会贯通。在阅读过程中你将发现，有很多内容非常浅显，其实是大家久已忘记的常识和实用技巧。书中还有我对销售的理解和认识，并将那些行之有效的行动步骤列在其后。如此一来，本书就变得实用、易懂、别具一格；它定将能够提升读者的销售技能，并使大家乐在其中。

为将本书充分利用，我建议大家如此去做：

在读完每一课之后，都要自问：“怎样才能把这一课的内容用起来？”

在你认为重要的观点下面做记号。

每节课读两遍，然后再读下一课。

时刻提醒自己，只要养成良好的习惯，不论是销售还是其他方面，就

一定能够取得成功。努力发现此种习惯的乐趣所在。每取得一点成功，都要犒劳一下自己。

随时随地将书中所学应用起来。

每天结束时，回顾一下自己所取得的进步。你的进步有哪些？还能有什么改进？

随时注意身边的启迪和优秀事例。

# C 目录 ontents

## 专家推荐

### 序

## 怎样才算是一个优秀的销售人员？

第1课：阿尔曼表哥的故事/2

第2课：优秀销售人员的特征/5

课后测试1/7

## 优秀的销售人员该知道的东西

第3课：销售6原则/10

第4课：向小孩子学习/13

第5课：安迪的事例/16

课后测试2/18

## 倾听的重要性

第6课：你会“听”吗？/22

第7课：如何掌握“听”的技巧/25

第8课：沉默的威力/28

课后测试3/30

## 推销之前的准备

第9课：销售人员为何碰壁/32

第10课：推销前的准备工作/35

第11课：销售提案的写法/39

第12课：特点VS好处/42

课后测试4/44

## 提问的重要性

第13课：推销的关键在于“问问题”/48

第14课：过去、现在和将来/51

第15课：只需一个问题即可/54

第16课：两步推销法/57

第17课：神奇问题/59

第18课：调查问卷/62

课后测试5/69

## 提升销售业绩

第19课：怎样提升销售业绩/72

第20课：真正的人际关系不是一蹴而就的/75

第21课：人际推荐/78

第22课：突破“把关人”/81

第23课：高手推销只需要2分钟/84

第24课：销售人员的小抄/86

第25课：推销就像约会/89

课后测试6/91

## 五花八门的推销方式

第26课：登门拜访、打电话、发电子邮件/96

第27课：推销脚本为何落空/99

第28课：在销售工作中寻找乐趣/102

第29课：视频推广/104

第30课：“擒贼先擒王”/106

第31课：追逐潜在客户/108

第32课：过完新年再说吧/111

课后测试7/115

## 时间管理

第33课：15分钟阶段计划/120

第34课：像观光巴士一样安排路线/124

第35课：优秀推销员的一天/126

课后测试8/130

## 应对拒绝

第36课：跨栏/134

第37课：如何应对拒绝/136

第38课：常见的7种拒绝及其应对方式/138

第39课：角色扮演，集思广益/140

课后测试9/143

## 设立目标

第40课：目标的重要性/146

第41课：设定目标/149

课后测试10/153

## 结束会谈

第42课：哪个更难？/156

第43课：用心观察即成功了一半/158

第44课：销售结束语之父/160

第45课：试探型结语/162

课后测试11/165

## **客户关怀**

第46课：客户服务保证卡/168

第47课：客户服务的重要性/173

第48课：《老友记》里的乔伊/176

第49课：奉承/179

第50课：CRAP的重要性/181

课后测试12/183

## **角色扮演**

第51课：角色扮演练习/186

第52课：角色扮演练习中的各个角色/188

课后测试13/192

## **附加课**

附加课1：像高手那样使用PowerPoint/196

附加课2：面试中的推销之道/199

附加课3：癌症与问问题的重要性/202

附加课4：我的事业是如何起步的/205

课后测试14/208

## **课后测试题答案/210**

**致谢/212**

**作者简介/214**

## 怎样才算是一个优秀的销售人员？



漫画作者：普丽扬卡·派。

记住：销售的秘诀就是“真诚”二字。什么时候能把这两个字做到以假乱真的程度，你们就成功了。

## 第1课

### 阿尔曼表哥的故事

可以这样说，我们家里有很多非常聪明的人。我不知道他们自己是否明白这一点，但跟他们相比，我感觉自己就是个笨瓜。

我有一个表哥是心脏科医师。他的名字叫阿尔曼。阿尔曼远非那种每天巡房开诊单的医生，他对病人的态度好得不得了，就像是个相知多年的老朋友。阿尔曼有一种抚慰人心的人格魅力，病人们都觉得他真的是在用心照料他们。工作之外，阿尔曼也不过是个普通人，他最喜欢的电影是《斯巴达300勇士》和《星际迷航》，谈起电影或电视剧来也是滔滔不绝。

阿尔曼非常有才华，他的医学研究就是最好的证明。关于自己的专业，他曾出过书、发表过大量论文。他的妻子很美丽，他的孩子们也非常可爱。他是那种令你羡慕得咬牙切齿的人，因为他的才华和生活乐趣是你



无法比拟的。我们都爱他，他也很乐意与我们相处。

下面要说的才是正题。有一次全家人聚餐，席间他说的话平实而震撼，令我感触颇多、茅塞顿开。当时我们谈论的是人口的老龄化，以及医疗费用的多少，尤其是在人生迟暮之年里的医疗费用。他说，我们医疗费用的80%都花在了人生最后一年里。

阿尔曼补充道：“如果我说现在的医生是面向医疗，而不是面向病人在工作，你会不会觉得很惊讶？”换句话说，医生并非为病人考虑、做出最符合病人利益的选择，而是将医学和医疗程序放在了首位。看到这里，有的读者可能会反驳说：那都是为了拯救病人的生命啊。关于这个话题，我们会无休止地争论下去，但继续往下看的话，大家就能明白我为什么提到这件事了。

接下来，我开始认真思考这个沉重的哲学难题，然后突然想到了什么——销售人员在推销过程中是否也同样面临这种两难境地？答案是清晰而肯定的。大多数推销员是在“向”顾客推荐商品，而非“为”他们推荐商品。一般的推销员所推销的，都是能为自己带来最大收益的产品或服务，而不去考虑顾客的真正需求。

设想一下，如果推销员是设身处地为顾客着想，结果会是怎样呢？对了，就是这么回事！他们的眼睛将不再紧盯销售定额<sup>①</sup>、业务提成等事情，而变得真正设身处地为顾客着想。这种总是把你放在首位的推销员，是否正是顾客最想要的呢？说到这里，很多人会立刻想起自己以前遇到过的那

---

<sup>①</sup>销售定额，即销售经理希望销售人员在未来一定时期内和目标区域内完成的目标销量。