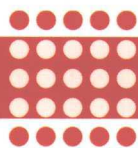


# 销售中的 人脉经营术

早一天经营



早一天成功

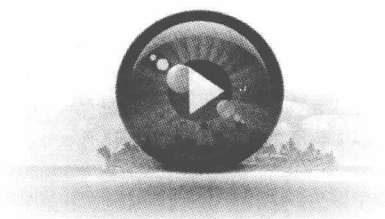
孟祥莉◎主编

XIAOSHOU ZHONG DE  
RENMAI JINGYINGSHU

经营人脉是每一位销售员要做的功课，早一天经营，早一天成功。  
编织一张既大又牢固的人脉关系网，为你网来好运、网来财富。

 中国纺织出版社

构建黄金销售人脉的实用宝典



# 销售中的人脉经营术

孟祥莉◎主编

 中国纺织出版社

## 内 容 提 要

经营人脉是每一位销售员要做的功课，早一天经营，早一天成功。

本书系统地介绍了销售人员如何构建、经营人脉，并利用人脉在工作中收获成功，包括如何编织和构建人脉，如何利用杠杆效应撬动人脉，如何打破人脉孤岛等，是一本内容全面、方法实用、技巧丰富的销售人脉宝典。

### 图书在版编目 (CIP) 数据

销售中的人脉经营术 / 孟祥莉主编. —北京: 中国纺织出版社, 2012.4

ISBN 978-7-5064-8298-1

I. ①销… II. ①孟… III. ①销售—人际关系学—通俗读物 IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 017650 号

---

策划编辑: 黄 磊 责任编辑: 于磊岚 责任印制: 陈 涛

---

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京东直门南大街6号 邮政编码: 100027

邮购电话: 010-64168110 传真: 010-64168231

http: //www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

尚艺印装有限公司印刷 各地新华书店经销

2012年4月第1版第1次印刷

开本: 710×1000 1/16 印张: 16.5

字数: 198千字 定价: 29.80元

---

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换



人脉越宽，路子越宽，事情就越好办。一个人如果交际能力弱，免不了处处为难。倘若使自己陷入人脉孤岛，那么你将举步维艰。

对销售员来说，人脉的作用就更大了。美国著名推销员乔·吉拉德就是一位著名的人脉营销大师，被誉为“世界上最伟大的推销员”，他所保持的世界汽车销售纪录，被收入《吉尼斯世界纪录大全》。乔·吉拉德在商战中总结出了著名的“250法则”。他认为每一位客户身后约有250名亲朋好友，如果你赢得了一位客户的好感，就意味着赢得了250个人的好感。反之，如果你得罪了一名客户，也就意味着得罪了250名客户。

由此我们可以得到如下启示：每一个人都是一座藏金的宝库，因为在每一个人身后都有一个相对稳定、数量不小的群体。善待一个人，就会发生连锁反应，他将为你带来更多的客户。所以每一个人都不能忽视。

构建有效的人脉是一个销售员到达成功彼岸的不二法门。销售员的个人能力相差并不多，你能做出多大的业绩，其根本取决于你有多大的关系，交往什么样的人。你的交往圈子就是一张无形的人脉网。请现在就着手去编织一张既大又牢固的人脉关系网吧，因为这张网既能为你网来财富，也能为你网来好运。

世界顶尖激励大师安东尼·罗宾说销售领域里得到最高业绩的一个概念就是“摇钱树”概念。人脉销售就是一个开枝发叶、开花结果的过程。

那么如何在销售中开枝发叶，为自己打开人脉呢？

本书为您系统地阐述了人脉营销的战略价值、赢得销售人脉的资本方



法、疏通人脉的技巧、找准贵人帮你拓展人脉的策略、点线布局扩张人脉版图的艺术、和难缠的客户结好人脉的手段、提升你的人脉经营力的技术、建立自己的私人俱乐部的招法、规避人脉孤岛的谋略。

读完“千金难买是人脉”，你将充分理解人脉营销的战略价值，从而参透世界顶级人脉关系大师哈维·麦凯的名言：“一个人永远不要靠自己一个人花100%的力量，而要靠100个人花每个人1%的力量。”

看完“赢得销售人脉的资本”，你将理解赢得销售人脉的九大资本，从而有的放矢，修炼拓展人脉的基本功。学完“好口才助你疏通人脉”，你将学会用客户听得懂的语言来交流，获得打开拓展人脉的金钥匙。搞懂“找准贵人帮你拓展人脉”，你将发现人脉投资也有重点、亲疏、先后，关键性的节点人物，是销售成功的杠杆，对销售事业的成功起到加速器的作用。“点线布局扩张人脉版图”为你打开了拓展人脉的路线图，人脉的扩张变得清晰可鉴，这也为你拓展人脉增加了风向标和导航仪。学会“和难缠的客户结好人脉”，你不但能赢得朋友，还能赢得敌人，左右逢源，无往不利，无坚不摧。“提升你的人脉经营力”、“建立你自己的私人俱乐部”则属于深层修炼，人脉网也存在着新陈代谢，如何历久弥新，是一个重大课题，哪些用亲情经营、哪些用俱乐部经营、哪些用数据库经营大有讲究。“规避人脉孤岛”则重点阐述了应对人脉网逆境的情况，相当于为人脉加了个安全阀和保险栓，帮你弥补人脉营销的短板。

比尔·盖茨说：人生最大的财富便是人脉关系，因为它能为你开启所需能力的每一道门。卡耐基说：“专业知识在一个人成功中的作用只占15%，而其余的85%则取决于人际关系。”

让我们一起打开本书，为你的成功铺路吧！

主编

2012年1月



## 第一章

### 千金难买是人脉

这是一个崇拜成功、需要成功的年代。你拥有知识、金钱、背景、机会……如果再拥有人脉，你就可以叩开财富和成功的大门。因为，如果机遇、知识、背景是蛋，人脉就是会下金蛋的鸡。

销售就是一个不断创建人脉网的过程	3
用人脉拉动财脉	5
盘点你的人脉关系	8
每一个客户都是朋友	9
六个朋友决定你的富贵	11
250 定律让你广积人脉	12
你的 3A 级人脉在哪里	15
人脉网是从无到有的	19
拓展人脉必须主动出击	21

## 第二章

### 赢得销售人脉的资本

积极的心理态度，对于建立一个强大的人脉网是至关重要的。一种积极的心态是一块强有力的磁石，将会如同花蜜吸引蜜蜂一样，将其他人吸引到你身边。如果你面对世界展现出一种温暖的阳光般的外貌，你的朋友和商业伙伴就会自然而然地愿意聚集在你周围。如果真心希望成为一个人际关系大师，你必须积极乐观，并且期待着美好的事情降临在你的身上。

自信，是你开启人脉存折的密码	27
----------------	----



微笑，是你最好的名片	30
谦虚，让你处处受欢迎	33
诚信，收获高质人脉	36
热情，向客户传递亲情般的温暖	38
宽容，容纳四海人脉	42
敬业，换来客户源源不断	45
心锚，增强你的人脉关系	47
个人魅力，最值钱的人脉筹码	51

## 第三章

### 好口才助你疏通人脉

“良言一句三冬暖，恶语伤人六月寒。”在人脉圈里，为人做事一张嘴很重要，如果不想让语言成为破坏人际关系的利刃，就得先从嘴皮子练起。在人脉圈里，左右逢源、办事滴水不漏的人，说话都有一套。

用客户听得懂的语言来交流	57
站在客户的立场上说服	59
用有效的开场白抓住客户	61
用“狡猾”的提问吸引客户	68
给客户讲个生动的故事	72
讨论客户感兴趣的话题	74
最有效率的赞美语言	77
让客户不断说“是”	80
巧给客户戴高帽	82
幽默，打通人脉的灵丹妙药	84
坦率地将缺点全盘托出	87
认真聆听客户的每句话	89
完美的结束你与客户的谈话	93



## 第四章 找准贵人帮你拓展人脉

因为贵人的相助，我们的人生才变得不平凡，才能把不可能变为可能。然而能助我们一臂之力的贵人，不会毫无机缘地出现，他需要你用心地寻找和发现，需要积极主动地投入和参与。

让名人给你当“托”	99
让见证人为你献美言	102
打通客户身边的人	104
借用第三方的影响力	106
陌生人中找贵人	108
组建自己的销售“智囊团”	111
让老客户成为免费推销员	113
将意见领袖发展为贵人	116
将贵人网升级到最新版本	119

## 第五章 点线布局扩张人脉版图

西班牙著名作家塞万提斯曾说：“重要的不在于你是谁生的，而在于你跟谁交朋友。”这两则名言都说明了一个道理：交友是人生中的大事。人脉网就是由各种各样的朋友构成的。

亲朋好友中觅人脉	125
产品发布会上找人脉	126
展销会中夺潜在人脉	128
宴会中结识人脉	130
饭局上扩充人脉	133
培训班里储蓄高品质人脉	135
时尚运动场所套人脉	136
公益活动中收获人脉	140
客户数据库中挖掘休眠人脉	143





旅途中意外邂逅人脉	147
到有对手的地方抢人脉	151

## 第六章

### 和难缠的客户结好人脉

有些客户非常难缠，在交谈的过程中，他们不是针锋相对、咄咄逼人，就是喋喋不休、没完没了，不是居高临下、好为人师，就是性情暴躁、喜怒无常……对于这样的客户，你应该区别对待，采取不同的方式和方法予以应对。

与难缠的“把门人”过招	157
为保守型客户展现新境界	160
满足健谈型客户的表现欲	162
开启寡言型客户的金口	165
与争论型客户和平相处	167
让急躁型客户慢下来	169
促使犹豫型客户果断拍板	173

## 第七章

### 提升你的人脉经营力

经营人脉好比种树，不必介意它最初的强弱大小，只要是一棵大有潜力的好苗，勤于浇水施肥，有朝一日，它一定会长成一棵参天大树，那时你就可以“大树底下好乘凉”了。

记准客户的名字	179
创造心灵的共鸣区域	181
与客户共享一些小秘密	183
勇敢承认“这是我的错”	185
多做一点点让客户感动	187
与客户一起把蛋糕做大	191



迅速与客户建立亲和力	194
与客户建立认同感	197

## 第八章

### 建立你自己的私人俱乐部

考察古今中外所有的成功人士，不难发现，他们不但是充满魅力、善于处理人际关系的高手，还是构建人脉网络的高手。从某种意义上讲，后者对他们的成功起到了决定性的作用。换句话说，如果想成为明天的赢家，除了个人勤奋努力，你还必须着手建立起属于自己的私人俱乐部。

即使客户不买产品也要感谢他	205
成交别忘记感谢客户	207
设身处地为客户着想	209
多发问候短信	212
写赞美信给客户的上司	214
用充满人情味的创意贺卡维系人脉	216
别出心裁的邮件	218
把真情包装在礼物中	220
打造亲密的私人友谊	222
雪中送炭俘获客户心	223
感情投资维系长久人脉	225

## 第九章

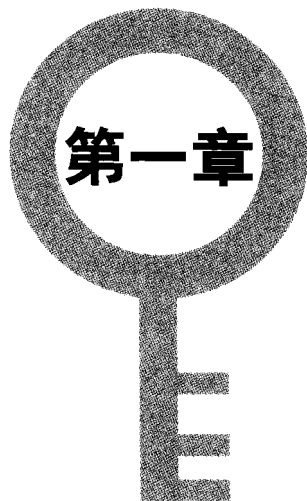
### 规避人脉孤岛

罗曼·罗兰曾经说过：人不能没有别人而单独过日子，最自傲的人也需要得到他人的一份温暖。的确，如果陷入人脉孤岛中，你将举步维艰。

不要直接指责客户的错误	231
不要把客户当做论辩的对手	234
拒绝客户时不要伤和气	237



不要在客户面前抨击竞争对手	240
不要轻易冒犯客户的领地	243
不要从门缝里看客户	244
客户隐私碰不得	247
不给客户开空头支票	249
可以用心交往，却不可以丢失尊严	251
参考文献	254

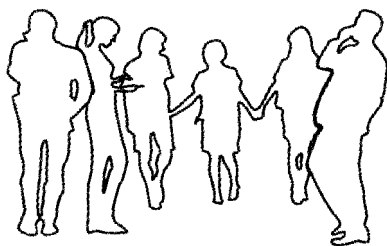


## 千金难买是人脉

---

这是一个崇拜成功、需要成功的年代。你拥有知识、金钱、背景、机会……如果再拥有人脉，你就可以叩开财富和成功的大门。因为，如果机遇、知识、背景是蛋，人脉就是会下金蛋的鸡。

---







## 销售就是一个不断创建人脉网的过程

人脉对一个人的成功很重要，台湾《数位周刊》的一份最新调查显示，华人百大新经济领袖就整体而言，除了“高学历”、“具有国际经验”外，还具有“跨区域影响力”的特质。其影响力主要是来自彼此合作、建立联盟的人脉；人脉越广，影响力也越大。

对推销员来说，销售就是一个不断创建人脉网的过程，只有大量地结识人，销售人员才可能获得成功的机会。

俗语“在家靠父母，出门靠朋友”说的就是人脉。人脉就是人际关系网，就是你结交的好人缘，就是你在需要时，可以毫不犹豫开口求助的那些人。

做销售除了需要有热忱和充沛的体力等以外，还可以借助朋友的力量、朋友的朋友的力量来拿到订单。借助朋友，就要广交朋友。美国销售界的传奇人物莱特曼最常做的一件事就是给各位朋友提供方便，让朋友的朋友们都能互相帮助。听说一个人要到某个地方去，他会提前通知那里的朋友，去机场或码头、车站迎接，并尽可能提供方便。

人际关系中，有些关系非常重要，一定要好好维护和利用。比如同学关系，尤其对于高学历的人来说，与同学关系的好坏对于我们未来的发展具有重大的影响；比如志趣相投的朋友，你可以把你的资料给你的朋友，让你的朋友在他的人际圈中为你推荐客户。

交朋友，不仅要交现时的朋友，更要注意培养未来的朋友。比如业务上的朋友。这是我们工作中直接面对的朋友，不要小看周围的任何人物；不要把他当做简单的产品服务对象。坚持和尽可能多的业务人士做朋友，会使我们更加容易掌握市场信息，更加容易处理投诉、服务等问题。比如一次性的朋友。这里说的一次性朋友泛指那些接触时间很短暂，却总要接触的朋友。比如说从你们公司买了个小商品的客户、一个朋友的朋友，一



个你经常要打交道的政府工作人员，处理不好与这些朋友的关系会使我们的工作效率大打折扣。

销售新手不要看不起这些小单，不管多买还是少买，都要把他们当做自己很重要的朋友、客户，一样地给予真诚的关心和服务。

有些朋友是早就认识熟知的，有些是需要销售新手去结交，要通过一个生人变熟人、熟人变朋友、朋友变生意的过程的。

那么如何去认识更多的朋友，让他们为你源源不断地带来客户呢？顶级销售人员的成功秘诀是：“坚持每天认识四个人。”

每天认识四个人，和他们成为朋友，让他们为你推荐客户。美国寿险推销大王贝吉尔，曾讲了这样一个故事：

一个意志消沉的年轻人向他请教，说他搞寿险推销已十四个月了，刚开始做得还不错，但后来就不行了，感觉没有市场了。贝吉尔向他提了几个问题，发现年轻人对许多准客户都浅尝辄止，浪费了许多“资源”。贝吉尔告诉他说：“你只做到事情的一半，回去找买过你保险的客户，由每个客户那里至少得到两份介绍名单。记住，在你卖给一个人保险之后，再没有比请求他介绍几个人的名字更重要的事了，此外，不管和准客户面谈的结果如何，你都可以请他们替你介绍几个朋友或亲戚。”年轻人高兴地告辞了。六个月后，他又来到贝吉尔的办公室，热切地告诉贝吉尔说：“这些日子以来，我紧紧把握一个原则：不管面谈结果如何，我一定要从每个拜访对象那里至少得到两份介绍名单，现在，我已得到了五百个人的名单，这比我自己四处去闯所得的要多出许多。”

“你的业绩如何？”

“今年前六个月我签了238000元的单子，以我手头的保险来推算，今年我的业绩应该会超过50万元”。



认识朋友，包括把你的客户当朋友是一个长期的过程。一定要坚持做，才会有结果。销售人员认识朋友，犹如一家石油公司，在提取石油之前，早已投入大量的资金去购置工具机器，又要聘请大量人员来进行开采和钻探工作。石油公司投下大量金钱去做一些不知有没有结果的钻探工作，但他们认为这是成功之前的必然投资。我们做销售的人，也许认识了一百个人，才得到一单生意。但这并不代表我们浪费了九十九个人，因为我们得到一个结果，得到一个老客户。这是做销售的心态和代价。

### 销售箴言



您要每天至少和四个陌生人认识、倾谈。如果每天要和四个陌生人谈生意，您一定感到有压力，但当您转变心态，去认识四个朋友，清楚他们的特长和与众不同的地方，了解他们工作的情况，明白他们工作上的困难，体验他们保持今天成就的窍门，相信陌生人也乐意向您吐苦水。您成为好听众之后，陌生人便会与您成为好朋友。由陌生人变成朋友，由朋友变成客户，这个方程式是要遵守的。

## 用人脉拉动财脉

推销便是将产品卖出去。而产品的卖出过程就是人与人之间的交往过程，所以对推销员来说，有良好的人际关系，帮自己忙的人越多，推销的成绩就越好。这里的人际关系是指在一个人追求事业成功和幸福快乐的过程中，存在的一个类似血脉的系统，即人脉。从表面上看，人脉虽不是直接的财富，但它是一种潜在的无形资产，一种潜在的财富。没有它，就很





难聚敛财富。

人脉如同树脉，一棵小树苗要想长成参天大树，成为栋梁之材，必须要有粗壮厚实的根脉提供营养，必须要有充足丰富的枝脉和纤细纵横的叶脉提供空气、阳光和雨露。

人脉是事业成功的助推器。我们每一个人都希望自己有一个生命中的“贵人”，在关键时刻或危难之际能帮我们一把。“啊！那个人很好，我们工作上曾有往来，虽说我离开那个单位很久了，但他还是年年寄贺卡和信给我。这个推销员，你若能帮忙就尽量帮忙。”像这样从旁协助，像这种人一开始通过工作认识，就算变成无直接交易的关系后，仍会对你的工作直接或间接地加以帮助。

人脉是事业发展的情报站。在这个信息发达的时代，拥有无限发达的信息，就拥有无限发展的可能性。信息来自你的情报站，情报站就是你的人脉网，人脉有多广，情报就有多广，这是你事业无限发展的平台。

很多人知道比尔·盖茨成为世界首富的原因，是他掌握了世界的大趋势，还有他在电脑上的智慧和执著。其实比尔·盖茨之所以成功，除了这些原因之外，还有一个最重要的就是比尔·盖茨编织了一张世界上最丰富的人脉之网。

让我们来领略一下比尔·盖茨的人脉积累法则。

第一，利用自己亲人的人脉资源。

比尔·盖茨20岁时签到了第一份推销合约，这份合约是跟当时全世界第一大电脑公司IBM签的。比尔·盖茨之所以可以签这份合约，中间有一个中介人——比尔·盖茨的母亲。比尔·盖茨的母亲是IBM董事会董事，妈妈介绍儿子认识董事长，这不是理所当然的事情吗？假如当初比尔·盖茨没有签IBM这个单，相信他今天绝对不可能拥有几百亿美元的个人资产。