

AGILE SELLING 敏捷销售

从菜鸟到顶级销售 的精进训练

[美] 吉尔·康耐斯 (Jill Konrath) ◎著

张瀚文◎译

Get Up to Speed Quickly in Today's
Ever-Changing Sales World

18项获取销售信息的关键须知 / 18项关键必备的销售技巧 / 销售人士的18个成功习惯

美国新一代销售大师直击销售痛点，快速、精准、专业地
为销售人员把脉，手把手教你迅速提升销售力，
助你成为新一代销售大师

全美大受欢迎的
销售人士必备的
销售宝典

AGILE SELLING 敏捷销售

从菜鸟到顶级销售
的精进训练

[美] 吉尔·康耐斯 (Jill Konrath) ◎著

张瀚文◎译

Get Up to Speed Quickly in Today's
Ever-Changing Sales World

中国人民大学出版社

• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

敏捷销售：从菜鸟到顶级销售的精进训练 / (美) 吉尔·康耐斯 (Jill Konrath) 著；张瀚文译. —北京：中国人民大学出版社，2016.8

书名原文：Agile Selling: Get Up to Speed Quickly in Today's Ever-Changing Sales World

ISBN 978-7-300-23092-4

I . ①敏… II . ①吉… ②张… III . ①销售—方法 IV . ① F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 157139 号

敏捷销售：从菜鸟到顶级销售的精进训练

【美】吉尔·康耐斯 (Jill Konrath) 著

张瀚文 译

Minjie Xiaoshou: Cong Cainiao Dao Dingji Xiaoshou de Jingjin Xunlian

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511770 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京中印联印务有限公司

规 格 170mm×230mm 16 开本

版 次 2016 年 8 月第 1 版

印 张 14.5 插页 1

印 次 2016 年 8 月第 1 次印刷

字 数 176 000

定 价 49.00 元

版权所有

侵权必究

印装差错

负责调换

AGILE SELLING
Get Up to Speed Quickly in Today's
Ever-Changing Sales World

本书赞誉

在需要运用智慧来完成销售的商业时代,《敏捷销售》全面教会你如何快速成为顾客无可取代的销售顾问。运用这些策略可以提升你的销售团队的生产力,快速推动业绩成长。

乌姆博托·米利迪
InsideView 首席执行官

对任何一位中小型企业的负责人而言,在你招募一位新的销售人员之前,应该读一遍吉尔·康耐斯的《敏捷销售》。这本书将会向你演示如何让你的销售人员逐步成长,快速上手,为企业的财务绩效添砖加瓦。

梅琳达·艾默生
《12个月内成为自己的雇主》作者

当下,销售能力是适应不断改变发展的经济时代的核心所在。《敏捷销售》将为你提供各项工具与战略,提高销售人员的生产力,缩减流通环节,从而产生更高的营业额,助你在市场竞争中处于不败之地。

凡尔纳·哈尼什
Gazelles 公司首席执行官、《最伟大的商业决策》作者

吉尔业已成为销售人员在新时代取得成功的关键引路人。这本书是写给那些顶级的或立志成为顶级销售的读者的，他们希望成为业务倡议者而非单纯的交易处理员或者客服代表。遵循这些洞悉见解将让你成为解决客户业务难题的资深向导，以及他们在进行大单采购时优先考虑的对象。

汤姆·瑟西

亨特销售公司首席执行官、畅销书《像巴菲特那样交易》合著者

今天成功的销售已经不是传统意义上的“贩卖”，而是要让你自己成为潜在客户乃至整个行业内的宝贵资源。在《敏捷销售》一书中，吉尔·康耐斯演绎了在全新商业环境中创造机会的剧本场景。我敢保证，你至少会将全书读上两遍。

杰伊·巴尔

《纽约时报》畅销书

《“你”效用：为什么明智的营销是在于帮助受众而非大肆宣传》作者

从现在起，每一位销售人员都应当读一下《敏捷销售》，学习如何调整销售与学习技能来应对日益迅速的变化。吉尔的智慧带来了无价的宝藏，实用而迅速有效。这本书实在太棒了。

多纳尔·戴利

《Salesforce 里的客户计划》作者、TAS 集团首席执行官

《敏捷销售》这本书清晰、实在，彰显功效。

奥利维亚·福克斯·卡巴恩

《魅力》作者

本书赞誉

《敏捷销售》是有关如何成为销售专家的书。吉尔在多年的销售生涯中观察探索出：哪些可以创造出不同、哪些是有效的、应该具体做什么、如何来做、其中的差别如何，以及如何成就卓越的销售。这不是一本解答“怎样做”，而是“应该成为怎样的人”的书。对每一个希望成为伟大的销售专家的人而言，这都是一本值得阅读的书。

戴夫·布洛克

卓越合作伙伴公司首席执行官

《敏捷销售》是一本能快速起效的销售《圣经》！新加入的销售代表在进入状态的过程中，所耗费的时间等同于营业额的损失。本书为个人与企业独辟蹊径，助其快速汲取信息、掌握全新的技能，成为客户的更有价值的宝贵资源。这棒极了！

翠西·贝尔图齐

布里奇集团首席执行官

《敏捷销售》是新时代销售人员重要的指南和宝典。吉尔在全书中引述了大量实用而有效的具体实践，这是每一位销售人员，不论是刚刚入职还是富有经验的，都应当立刻加以阅读学习的。

迈克·舒尔茨

RAIN 集团主席、《洞察销售》合著者

当吉尔第一次和我谈起《敏捷销售》时，我立刻意识到没有比她更适合的人选来撰写这个主题了。她是我所知道的最为敏捷的销售人员。当阅读到原稿时，我为之折服。这本书涵盖了专家级销售所拥有的各项关键能

力。令人吃惊的是，居然从未有人写过这类作品。吉尔又和原先一样创造出了惊世之作。绝对值得一读。

戴夫·施泰因

ES 研究集团首席执行官兼创始人

自从和 1000 多名疯狂的粉丝一同注册并在 InsideSales 公司虚拟峰会上收听了她的演讲之后，我成为了吉尔忠实的听众，我的另外 62 位销售专家中很多人也都是这样。在她精彩的第三本书《敏捷销售》中，吉尔探讨了为什么有些销售能够取得成功，而另一些没有（因为不够敏捷）。《敏捷销售》颇具说服力地解释了敏捷的心智，分享了 18 项快速学习的策略，18 项根本的技巧以及 18 项长期积累起来的成功习惯，助你将各种障碍转变为机会。

肯·克罗格

InsideSales.com 创始人兼主席、

Forbes.com 每周撰稿人、InsideSales 网站第一博主

无论你刚刚从事销售工作，抑或是资深的销售人士，《敏捷销售》都可以让你在最短时间内取得不同凡响的成果。从快速学习了解全新信息到应对你的个人销售挑战，本书提供了各种经过实践验证的技巧与工具，这对你和你的客户至关重要。

坎德拉·李

KLA 集团主席、《磁性销售》和《销售与目标》作者

本书赞誉

《敏捷销售》给商业人士带来了全新的专业技能。在当前所有商务要素都在不断变化的环境中，机会只留给那些能迅速适应最快转变的人们。

约翰·扬奇

《胶带行销术》和《胶带式销售》作者

许多图书会向你引荐另一套系统或方法论能够快速提升销售。对你而言，想要在今天做得更好，并在未来保持更佳，你需要知道如何为客户应对迅猛而永无休止的变化，做出颠覆性的变革。在轻快的 63 段章节之中，《敏捷销售》将会带来连你自己都未曾想到的力量，让你变得与众不同，更好地满足客户和市场的需要。

安东尼·艾那里诺

《销售者的博客》作者

《敏捷销售》是所有刚刚加入销售岗位的同仁所必读的书籍。今天的销售需要知道如何在每天的忙碌工作中掌握新的信息并做出改变。全书用一种轻松的方式撰写，并附有大量案例解析。无疑这是吉尔·康耐斯迄今最重要的一本书。

罗莉·理查森

Score MoreSales 首席执行官

吉尔·康耐斯的畅销书《大客户销售攻略》和《客户太忙如何卖》确定了其在销售领域的大咖地位。在我看来，《敏捷销售》超越了上述两本书，简单来说，这本书并不仅仅谈及当前一线销售所面对的问题，同样还预见性地看到了未来。她向我们展示出如何避免平庸，拓展我们的商业思维，

从而走向巅峰，即便是在最具挑战性的时刻。

乔纳森·法灵顿

Top Salesman World 首席执行官、乔纳森富联公司管理合作伙伴

我曾以为，吉尔无法超越原先那部《客户太忙如何卖》，但是她在新书《敏捷销售》中确实做到了。这本书深入研究了我們大脑的工作方式，并谈到了如何快速学习新的信息与技能。无论你涉世未深，或对销售岗位已经轻车熟路，你都可以从中获得重要的见解，在更短时间内成就更多。吉尔在书中整合了有关销售策略、技巧以及管理的建议，再一次推出了一部伟大的作品。

迈克尔·尼克

ROI4Sales 首席执行官、《高阶管理层的要务》作者

当今世界，购买者通过网络与在线社交媒体获得大量信息，销售人员从中重新扮演哪些角色呢？吉尔谈到了敏捷销售的重点：个人需要更快速的学习、保持与客户紧密的联系，并超越他们所销售的产品，成为价值的创造者。威利·洛曼的“拜金一族”会受到挑战，因为这已经不再适合全新的商业经营环境，全新的敏捷性销售将成为这种经济环境中的英雄。

斯蒂芬·理查德

Vorsight 管理合作伙伴

假如你拥有一家中小型企业，并希望业务有所成长，《敏捷销售》是一本你不容错过的书。吉尔在分享心智、工具与技巧方面拥有强大的力量，而这些是与当今的购买者达成共赢所不可或缺的。如果你正在招募新的销

本书赞誉

售人员，或希望自己能变得更好，读一下这本书吧。

安妮塔·坎贝斯

Small Business Trend 首席执行官

你是否注意到购买者已然发生了变化？他们自我学习，只是在准备购买时才请你来商议、谈判价格。如果说有人知道应该在这种情况下如何应对的话，那只能是吉尔了。想要提升销售？阅读这本书中的见解吧。更新、更快、更加专注……这本书是写得极好的。

奥伦·卡尔夫

畅销书《无所不在的投资》作者

市场变化越来越快，保持领先绝非易事。吉尔·康耐斯带来的实用而策略性的建议能够有助于销售人员快速理解用户需求，并有效加以满足。

托德·亨利

《赤身离世》作者

AGILE SELLING
Get Up to Speed Quickly in Today's
Ever-Changing Sales World

推荐序

瀚文最初推荐这本书时，我认为是介绍互联网最新技术前沿领域的书籍，并没有引起太多兴趣。在知识快速更新的时代，雨后春笋般涌现的各种理论、技术、观点和数据都是前所未闻的，时间久了便容易失去新鲜感。再浏览《敏捷销售》这本书之后才知道，这是一本讲述一线销售人员如何应对变革的书，写得非常生动有趣，每一章内容短小精干，与本书所要传达的敏捷主题相得益彰。

对在企业中涉足研发设计、生产管理、市场营销等领域的职业经理人而言，敏捷或者说精益这些概念都不会陌生。敏捷是伴随时代快速发展的步伐在近几十年里应运而生的。今天我们已经进入到工业 4.0 时代，而在工业 3.0 之前是不需要敏捷的，因为有足够大的市场可以支撑起所有的供应方。只有当资本与技术的积累大幅度地促进了生产力的发展，从而打破原有的供需平衡，将卖方市场转变为买方市场时，商品或服务的供应者才会发现提供更加廉价、高效的产出往往会陷入到红海的竞价中，而如果能找到快速满足市场的方案，并根据需求的变化，在最短时间内做出自我调整，才是保持长久竞争力的关键所在。

在研发和生产端实现敏捷相对较为容易，因为在这些领域已经有非常成熟的理论及实践提供支持，而这些环节的流程又相对规范化，你可以通

过迭代开发实现快速交付，藉以精益生产完成个性化。海尔公司的互联工厂已经可以实现“黑灯车间”，完成用户个性定制和可视化生产。

相对而言，前端的市场营销工作因其具有较多的不确定变化因素，要求销售人员具有更高的主观能动性，因此很难制定出一种可以有效复制的标准化流程。在我看来，我们对销售精英的认识也经历了三个阶段，而这三个阶段与生产力的发展，以及市场的需求是密不可分的。

在初期阶段，优秀的销售人员在我们脑海里的形象基本是这样的：奔走日当午，汗滴脚下路，谁知销售难，单单皆辛苦。这种锲而不舍的苦干实干精神在今天仍然难能可贵，它是创造出成功销售金字塔的基础。但是，这在今天快速变化的商业环境中是远远不够的：网络技术前所未有地拉近了人们相互间的距离，同时也让竞争对手更加容易渗透进来；我们的客户变得更加智慧，通过互联网能够获取到更加专业的信息。另外，互联网还拓宽了更多的购买渠道，许多传统的坐商即商场店铺首当其冲地受到了严重冲击。

于是进入到第二阶段，销售人员开始更多专注于对客户需求的把握，试图通过满足客户的个性化需求，从多层面的市场竞争中取得优势。这是销售人员的本职所在，即通过所销售的产品或服务来满足客户的业务所需，其中涉及到了大量的沟通技巧、聆听艺术以及分析判断，扮演好这样的角色，意味着在产品的后端与客户一线之间建立起一条高效的通信路径。而如今的挑战在于这两端不断的变化，我们需要不断学习了解新的产品、服务、竞争对手以及用户的商业环境，才能发挥起连接客户和产品的桥梁作用。在《敏捷销售》这本书中，作者引述了大量实践和技巧来帮助销售人员在忙碌的销售工作中实时充电，这并不仅仅适合希望在销售领域取得持续成绩的销售人员阅读，也同样也适用于某个领域的新手阅读。

推荐序

当然，只有少部分销售精英才能够进入到第三阶段，与客户建立起充分的信任，成为他们的业务咨询顾问，并在协助客户成长的过程中实现自身销售业绩的增长。这自然会要求销售人员有扎实的专业知识，并且对客户的细分领域有独到的认识与见解。之前，这部分销售精英往往都是在某个行业中历练多年的骨干分子。他们不仅对自身的产品或服务有着充分的了解和认识，而且对该领域的客户也有足够的积累。但这种情况在互联网时代或许会发生变化，如果懂得如何应用互联网工具，初出茅庐的销售新手亦有机会在短时间内累积起丰富的经验。竞争与挑战的激烈程度也促使我推荐身边的朋友阅读这本书，书中所涉及的某些技巧与工具让人受益匪浅。

今天每一个人都需要不断地学习，太多的新鲜词汇走进了我们的生活：中国制造 2025、工业 4.0、互联网+、物联网、大数据、云计算，等等。其中的一些可能不会在当下直接影响到市场，但随着蝴蝶效应激起的涟漪，最终将波及到商业领域。主动迎合还是消极等待？如果你的答案是积极的，那么我非常推荐你认真阅读这本《敏捷销售》。

柴小舟

霍尼韦尔大中华区副总裁兼总经理

AGILE SELLING
Get Up to Speed Quickly in Today's
Ever-Changing Sales World

译者序

木讷时代的结束

第一次听到“敏捷”的概念是在 2004 年，敏捷开发的概念刚刚兴起，给 IT 行业带来了全新的思路。那时系统开发是一项艰巨而复杂的过程，为期漫长，往往在原本的功能尚未完成之际最终用户又有了新的想法。于是项目的整个开发周期变得相当漫长，项目负责与开发人员通宵达旦仍难以加快步伐，延迟交付是每一位最终用户都会遇到的，且功能往往与用户所设想的存在很大距离。

短短 10 年时间，这种局面在今天已截然不同，仰仗开发工具与敏捷思维的出现，我们会看到各种软件的新版本如长江后浪推前浪般不断推出，以至于许多最终使用者都不愿意费时去升级软件，来获取对自己不太重要的功能；另外，可以看到某种创新的功能在很短时间内便会在市场上遭遇同类、甚至更加优秀的后继者的模仿和超越。

我想或许正是由于这种后端产品服务的推陈出新加速了整个商业环境的变革。10 年之前，客户的采购行为更多专注于产品或服务本身，比如是否为全球知名厂商、技术参数或服务细节、价格与预算情况，即便在问及案例应用时也更多侧重于确保产品或服务的成熟度与应用口碑；而在今天，客户可以借由多种渠道，了解到更多关于你的产品或服务的信息，包括所

应用的技术、运用发展的趋势、行业内的部署情况，甚至可以通过网络搜索到产品的价格区间。

那么，站在市场营销角度，销售人员的价值何在？你要做的不再是西装革履地出现在客户面前，占用他们大量的时间来介绍乏善可陈的产品幻灯片，然后打探“您打算什么时间下订单呢？”抑或只是陪着客户灯红酒绿拉拢关系；又或者是等待客户召唤，提供一份又一份报价单……这些都已过时，因为今天的客户，一方面借助互联通信手段掌握了更丰富的信息，甚至已经成为该特定领域的专家，另一方面他们同样面临着更加严峻的压力与挑战。他们需要借助产品或服务供应商的力量，提升对未来业务的拓展能力、评估现有环境中的瑕疵与风险。换言之，今天的客户需要的是一位行业专家，而非单纯的产品推销员。

我曾经作为产品总监陪同销售人员一同拜访客户，那时我负责企业级存储系统已有数年，对产品与技术细节可谓了如指掌。但在和最终用户的交流过程中被问及到了一个棘手的问题：用户为了确保最高等级的可靠性，需要对产品的电源进行重新改造，其中涉及有关供电标准、电源尺寸以及整个机房设置方面的细节，这是我无法一下子回答上来的。但这并不重要，只要打开电脑，查看详细的白皮书，上面定会有相应的答案。我转而向用户询问：“既然您对安全性如此看重，那么有没有考虑过‘持续数据保护’的解决方案呢？”他立刻来了兴致，问道：“对，我在你们的网站上看到过这类技术的介绍，但是适合我们现在的的环境吗？”在接下来的两个小时内，我们就此内容展开了广泛的探讨，介绍了目前行业内技术的应用情况，给企业业务带来的优势与可能存在的风险，并请技术工程师对用户现存环境进行了充分的评估。在之后的一周内，我们交付了一份完全为该用户定制化的解决方案。这时，该项目最终的结果已毫无悬念。

译者序
木讷时代的结束

这是个非常有趣的时代，这是个告别木讷的时代。从路上匆匆行人的步伐中，你便能够感受到这个时代的节奏。我们的父辈或许将一生贡献于一个工作岗位上；这在今天看来是难以想象的，“自我雇佣”“跨界经营”成为了许多职场人士的选择。那么，在掌握自己职位所需的信息和技能时，你仍然不慌不忙，不温不火吗？读一下吉尔·康耐斯的《敏捷销售》，在我看来，这并不仅仅是一本写给一线销售人员的书，每个从事商业活动工作的人都能够从中受益匪浅。

最后，感谢吉尔精彩的作品；感谢张国成、顾邹芸老师给予的帮助和支持；更重要的是各位读者，感谢你们不吝惜时间读完这部著作，我相信你们会感到相见恨晚，爱不释卷。

张瀚文

霍尼韦尔大中华区资深产品经理

前 言

尽管我从事销售工作有数十年之久，我仍然不禁要如此严肃地扪心自问：“为什么我花费了如此长的时间来探索销售人员的成功之道？”一直到最近几年，我才有所领悟，深入洞悉，找到了那些卓越的销售人员与众不同的特质所在。

首先，我先介绍一下背景情况。我在很长一段时期里都致力于“销售人员竞争能力”这一领域的探索。在我担任销售顾问期间，我从战略与战术层面帮助过销售人员，使他们能够创造出新的商机，加快销售周期，启动新产品销售，以及在现有客户中扩展新业务。我曾经写过两本有关这方面的畅销书：一本是《客户太忙如何卖》(*SNAP Selling*)，由浅入深地指导销售人员如何在节奏日益增快的时代赢得项目；另一本是《大客户销售攻略》(*Selling to Big Companies*)，详细描述了如何与客户企业级决策制定者建立会议面谈。这两本书中所提到的实践与指南，在很大程度上帮助到了数以万计的销售人员。

不过我仍未能勾勒出完整的全貌。并非有意为之，而是出于我个人的无知，许多我未曾引起注意的事情其实都在助力于最终的成功。

所有这一切在 2011 年的一天发生了转变，那天美戴公司 (Medix) 的首席执行官安德鲁·利穆赞 (Anderw Limouris) 邀请我为他年轻的销售团