

本书不仅可读性超强，更重要的是具有极强的可操作性，充分体现了作者真正的来自于生活本身的智慧！

BRILLIANT SELLING

最棒的**营销经理**

在**想什么**、在**说什么**、在**干什么**

营销

DNA

培生教育
金融时报
职场精读

〔英〕杰里米·卡斯尔（Jeremy Cassell） 汤姆·伯德（Tom Bird）—著 苏剑光 李英—译 丁秀芹—审校

下列情况，你需要认真阅读本书：

- 就职于一家小型或中型企业，在那里每位员工都需要掌握有效销售和与客户打交道的基本功。
- 在销售外围部门工作——也许是和销售相关的后勤部门，需要了解销售流程和销售工作的相关知识。
- 在销售中既不是新手也没有丰富的经验，但是想要以现在的“最佳实践技巧”来衡量自己的工作。
- 也许你是一位销售经理、销售培训人员、顾问或训练师，你的工作在某种程度上就是要使销售业绩最大化。
- 也许你碰巧“沦落”到了销售行列，随着生意或事业的发展，你意识到了它的重要性。

也许你要面向不同的市场，针对不同的客户，以各种方式展开销售工作……

- “公司对公司”或“公司对客户”。
- 出售产品或服务——成品或定制品。
- 将产品直接出售给终端客户或通过销售网来销售。
- 以面对面的形式，通过网络、电话，或三者结合的方式来进行销售。

营销DNA

最棒的营销经理在想什么、在说什么、在干什么

[英] 杰里米·卡斯尔 (Jeremy Cassell) 汤姆·伯德 (Tom Bird) 著

苏剑光 李英 译 丁秀芹 审校



中国市场出版社
China Market Press

BRILLIANT SELLING

图书在版编目 (CIP) 数据

营销DNA：最棒的营销经理在想什么、在说什么、在干什么/(英)卡斯尔(Cassell, J.), (英)伯德(Bird, T.) 著; 苏剑光, 李英译. —北京: 中国市场出版社, 2012.5

书名原文: Brilliant Selling

ISBN 978-7-5092-0879-3

I. 营… II. ①卡…②伯…③苏…④李… III. 市场营销学—通俗读物 IV. F713.50-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2012) 第057553号

Copyright © Pearson Education 2009

Copyright of the Chinese translation © 2011 by Portico Inc.

This translation of *Brilliant Selling: What The Best Salespeople Know, Do And Say*, First edition is published by arrangement with Pearson Education Limited.

Published by China Market Press.

ALL RIGHTS RESERVED

著作权合同登记号: 图字01-2012-2208

书 名: 营销DNA：最棒的营销经理在想什么、在说什么、在干什么

著 者: [英] 杰里米·卡斯尔 汤姆·伯德

译 者: 苏剑光 李 英

责任编辑: 郭 佳

出版发行: 中国市场出版社

地 址: 北京市西城区月坛北小街2号院3号楼 (100837)

电 话: 编辑部 (010) 68033692 读者服务部 (010) 68022950

发行部 (010) 68021338 68020340 68053489

68024335 68033577 68033539

经 销: 新华书店

印 刷: 北京佳信达欣艺术印刷有限公司

开 本: 710×1000毫米 1/16 16印张 220千字

版 次: 2012年6月第1版

印 次: 2012年6月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5092-0879-3

定 价: 49.80元

业界人士推荐

有志于追求成功的销售人员的必备读物。

——派崔克·福瑞斯克 (Patrik Frisck), 威福制衣公司 (VF Corporation) 户外运动服饰中东欧地区公司总裁

《营销DNA》有别于其他充满行业术语的同类书籍，其内容实用易懂。阅读此书，你将从中获得大量丰富的、可操作的信息，定会受益匪浅。强烈推荐！

——保罗·马修斯 (Paul Matthews), 人才炼金术有限公司 (People Alchemy) 董事总经理

想要加深对营销流程的理解吗？想要学习发展和管理长期商业关系，并将其转化为持久的伙伴关系的艺术吗？将本书推荐给你们！

——菲利普范森 (Philip Fansen), 索迪斯集团 (Sodexo) 欧洲分部首席执行官

关于作者

杰里米·卡斯尔 (Jeremy Cassell)

大学毕业后我成为一名教师。我给A级学生教授过英语，为参加普通中等教育证书考试的学生上过历史课。我还经营过一家曲棍球俱乐部，当过其他一些体育项目的教练，最后成为位于德文郡 (Devon) 的凯利学院 (Kelly College) 的艺术团团长。

在金融业服务了一段时间之后，我开始了在快速消费品 (FMCG) 领域的营销事业——在欧莱雅公司作地区销售员。我在三年之内将销售业绩翻了一番，甚至在一次产品大型促销活动中赢得了一辆迷你轿车。最后我成为人力资源培训和发展主管，负责发展销售人员。

接着我在百事公司工作了一段时间，又做了一些管理咨询工作。然后我开始做起了自己一直向往的工作——给自己当老板！我在1999年建立了RTP (www.rtpc.co.uk)，一个以提高工作水平为目的的咨询机构。几年之后汤姆·伯德 (Tom Bird) 成为合作伙伴。

总之，我做过的工作涉及营销方面的学习、咨询、培训和指导，也曾为和戏剧相关的机构、生产美发产品和薯片的公司工作过。

我具有外籍英语教师 (TEFL) 认证资格，教练和神经语言程式学培训师资格，曾在专业服务公司、大型企业和中小型企业就职，从事关于影响和沟通领域的培训和指导工作。

在工作之余，我喜欢参与和欣赏很多体育比赛，收集二手书，还喜欢与我的妻子尼基 (Nichy) 和三个孩子 (菲利克斯、本杰明、伊莎贝拉) 一起度过愉快的时光。

汤姆·伯德 (Tom Bird)

我在销售和管理行业从事了15年的工作，之后我成了一名全职咨询师和培训师。我曾立志做一名飞行员，但是因为视力太差，并且缺乏飞行747飞机的资格，遭到了英国航空公司的拒绝。在深思熟虑之后，我决定进入销售领域。

开始我从事的是销售总监的工作，我为加油站的计量系统创建了新的账户系统。之后我进入高科技和软件业，在12年中为四家公司工作过，职位包括销售经理、销售主管、欧洲分公司负责公司运营和管理的副总裁。这些公司中刚开始很多都是家族式的私营企业，但是最后都在纳斯达克 (NASDAQ) 上市。因此我获得了很多在英国、欧洲和美国的销售和管理经验，有机会面对来自于私营和公有企业的各种挑战。

我具有商业培训的研究生学历和商业金融方面的资格证书，是神经语言程式学的高级治疗师，这些资历对我的培训、咨询和指导工作都起了非常积极的作用。

在工作之余，我是一个音乐发烧友（虽然我天赋不够），还热衷于烹饪（不过在这方面目前我还没有获得什么资格认证），另外还喜欢与我的妻子和两个孩子一起共度时光（两个孩子给了我很多实践和提高自己销售水平的机会）。

关于本书

我们都买过很多书，下决心把它们读完，结果这些书没读完就被我们束之高阁了。《营销DNA》却不一样。你不必从头到尾、一字不落地读完这本书。如果没有阅读或理解前一章的内容，你也可以接着去读下一章。你甚至不用读完所有的章节就可以学习到与主题相关的要点和“最佳实践技巧”（当然，把书读完能让你受益更多）。

那么你可以如何以自己喜欢的方式从《营销DNA》中获得信息呢？

- 本书中每一章的内容都有其相对的独立性。不需要阅读书中的其他内容，你就可以了解到相关主题的实用信息。
- 每章末尾都有“本章小结”，它是对要点内容的总结回顾。
- 每章内容里都有引言、练习和要点这样的专题，而且设置得非常显眼，你可以很容易地读到它们。
- 你也可以像读其他书一样，从头到尾地读完《营销DNA》！

不论你采取什么方法来读这本书，我们所关心的重点是为你提供实用的、有目标性的信息，此外，www.brilliant-selling.com会为你提供更多的信息和资料。只要致函resources@brilliant-selling.com，你就可以得到完全免费的资料数据包，从而帮助你充分地利用本书。

序言

我们都买过很多书，并信誓旦旦地要把它读完，结果现在这些书被放在书架的一角，我们也只读了那么二三十页。我们希望《营销DNA》与之不同。

我们和很多从事销售行业的人员进行了交流，向他们了解关于此类话题的书籍应该包括什么样的实用信息，以及他们愿意如何来使用这类书籍。我们还针对200多位成功的推销员设计了详细的销售调查表，以此来获得他们如何进行有效销售的相关信息。我们在书中使用了大量和此次调查相关的实证。

我们认识到你或许对销售还存在一些具体的问题，其中包括：

- 我要具体怎么做才能迅速地改进自己的工作表现？
- 在经济不景气的情况下，我如何才能取得良好的销售业绩？
- 我怎样才能获得更多收入？
- 目前在销售行业的“最佳实践技巧”是什么？

出于多年来的销售经验，我们认为你也许能勉强接受大量的学术理论模型、晦涩难懂的数据和与自己所处的市场毫无关系的详细的案例分析。但是也许你并不愿意接受这些！因此，我们关注的是销售中的实用技巧。那么对

你来说这样一本书也许就值得一读：它包括了很多实用技巧、实战经验和练习，它们都是以保证提高你的销售业绩的最佳工作方法为基础的。

这本《营销DNA》是为你这样以不同方式“接触”销售的读者设计的，那么你属于哪种人呢？

- 你就职于一家小型或中型企业，在那里每位员工都需要掌握有效销售和与客户打交道的基本功。
- 你在销售外围部门工作——也许是和销售相关的后勤部门，需要了解销售流程和销售首要工作的相关知识。
- 在销售中你既不是新手也没有丰富的经验，但是你想要以现在的“最佳实践技巧”来衡量自己的工作。
- 也许你是一位销售经理、销售培训人员、顾问或训练师，你的工作在某种程度上就是要使销售业绩最大化。
- 也许你碰巧“沦落”到了销售行列，但是随着生意或事业的发展，你意识到了它的重要性。

也许你要面向不同的市场，针对不同的客户，以各种方式展开销售工作……

- “公司对公司”或“公司对客户”。
- 出售产品或服务——成品或定制品。
- 将产品直接出售给终端客户或通过销售网来销售。
- 以面对面的形式、通过网络、电话，或三者结合的方式来进行销售。

本书的目标读者

在学校时，我们努力学习的明确目标都不是去成为推销员。我们没有梦

想过获得公司奖励的好车，也没设想过与客户会谈时的唇枪舌剑，更没有幻想过克服困难做成一笔生意的兴奋之情。我们都是“一不小心”成了推销员的，是一系列的机缘巧合，而不是理智的选择把我们带进了销售这一行。

在销售生涯中我们感受到了很多：喜悦、挑战、沮丧、收获，当然，我们也学会了自我提高。在销售工作中我们走了很多弯路，通过提高自身水平，学习到如何进行有效销售，我们终于找到了事业的方向。当然我们也参加过不少实用的销售课程的学习，但是从来没有任何学习渠道为我们提供全面易懂的知识，让我们了解什么是销售、如何做好销售工作。

人行这么多年了，还是有一些问题萦绕在我们心头：

- “我这么做对吗？”
- “我是不是遗漏了什么？”
- “我正在用的方法是‘有用的实践技巧’吗？”

你也有这样的疑虑吗？我们希望《营销DNA》这本书能为你揭开答案！

本书的内容和使用方法

本书由下列六个部分组成，每一部分都包括针对销售工作中各种因素的具体章节。

1. 销售人员的个人素质（你的因素）

这一部分介绍了推销员作为独立的个体，其个性、观念、价值观和习惯如何对销售工作产生重大的影响。它将帮助你明确工作重心，改进工作表现。

2. 流程和计划

也许这并不是你喜欢销售工作的原因，但是销售流程和你的计划对于保持销售业绩持续增长和改进你的工作表现都至关重要。我们还为你明确提出

了关键的首要任务。

3. 销售人员的影响力

你自信地和客户交流、谈判，同时影响着他们，在这种情况下，你如何同他们建立互信的关系呢？你需要哪些核心技巧来发展这样的关系呢？

4. 了解买家和潜在客户

这一部分内容涉及了如何明确买家和潜在客户的购买动机，得到与其会面的机会；另外还介绍了第一次会面时的一些做法。

5. 提出解决方案

这一部分内容重点在于如何通过提出令客户印象深刻的提案和有说服力的销售介绍，得到预期的销售成果。此外还介绍了解决客户异议并与其达成一致意见的一些方法。

6. 发展客户

做成了第一笔生意之后，你要如何同客户发展关系、向他们出售更多产品呢？

并非人人都想要从头到尾地读完一本书。根据你个人的兴趣或需求来浏览本书吧。也许你只是有一些同书中某个主要部分相关的具体问题，这样的话，你可以不必按照本书顺序，随意去读你关注的那个章节。不过我们还是以逻辑顺序对相关内容进行了排列。

为增加《营销DNA》的实用性，帮助你更加容易地从中获得知识，我们还设置了几个专题：

- 实践提示：以提出要点的形式总结了关键信息，这样你就能轻而易举地迅速获得信息，从而改进自己的工作表现。
- 实战经验：这些实战经验使销售技巧形象化，它们向你展示了如何在

实际操作中运用这些技巧，从而提高你的理解力和实际操作能力。

- 练习：我们在每一部分都提供了你可以独立完成的练习，以使本书的内容更加符合你的实际情况，帮助你实现理想的业绩。

在开始阅读之前

想想你阅读本书的目标是什么。你具体想实现什么目标呢？如果你能学习到书中讲解的内容，在相关工作上取得了进步，那么这会对你的工作、事业和经济上的成功有所帮助吗？

如果你可以提高自己的工作表现，把销售额从10%提高到15%，这会产生什么影响呢？你可以马上开始阅读了……当然，请多读几页！

目 录

关于本书 / i

序言 / iii

第一部分 销售人员的个人素质 / 1

第 1 章 销售人员的个性特点 / 5

第 2 章 影响销售成败的观念和价值观 / 15

第 3 章 工作表现与销售业绩 / 23

第 4 章 自我指导与不断完善 / 31

第二部分 流程和计划 / 37

第 5 章 取得进步的工具——销售流程 / 41

第 6 章 充分利用时间 / 59

第 7 章 为成功作好规划 / 65

第 8 章 设定正确的目标 / 71

第 9 章 管理销售信息 / 77

第三部分 销售人员的影响力 / 83

第 10 章 有效影响的基础——信任与关系 / 87

第 11 章 控制情绪——随时表现自信 / 99

第 12 章 提出恰当的问题 / 103

第 13 章 倾听和学习 / 113

第 14 章 合作性的谈判 / 119

第四部分 区别买家与潜在客户 / 129

- 第 15 章 做销售的秘诀 / 131
- 第 16 章 现代买家 / 135
- 第 17 章 有目的地挖掘客户 / 143
- 第 18 章 与潜在客户初次会面 / 153
- 第 19 章 了解潜在客户的需求 / 157

第五部分 提供解决方案 / 163

- 第 20 章 吸引客户 / 167
- 第 21 章 编写完美的销售计划书 / 175
- 第 22 章 为成功的销售演讲作准备 / 181
- 第 23 章 有说服力的演讲 / 187
- 第 24 章 充分利用异议 / 195
- 第 25 章 成交与承诺 / 201

第六部分 发展客户 / 205

- 第 26 章 客户的价值 / 209
- 第 27 章 管理与客户的“关系” / 213
- 第 28 章 客户管理的重点 / 223

结束语——走向辉煌的未来 / 231

第一部分

销售人员的个人素质

第1章 销售人员的个性特点

第2章 影响销售成败的观念和价值观

第3章 工作表现与销售业绩

第4章 自我指导与不断完善

你是否做成过自己认为不大可能或根本就不可能做成的事情而令自己大吃一惊呢？

两年前，在一次推销工作中，我正在为保住订单而感到日渐沮丧。这是一笔大生意，我也了解在激烈的竞争中我们处于下风。可我总是忘不掉过去曾经败给过这个竞争者，为此也“浪费”了不少时间。最终我鼓起勇气向销售主管澄清了我的疑虑。他了解到我的情况后，向我提出了两个关键性的问题：

“你认为我们具备满足这个潜在客户需求的最佳方案吗？”

“你询问过客户他们从哪些方面看得出来我们能为他们增加最大的价值吗？”

这两个问题言简意赅，随之我陷入了深思。

我逐渐意识到自己忽略了这笔生意中的要点所在——我所能增加的价值和客户对我的特殊了解。我所做的不过是按部就班，这不但让我做不成大生意，也让我在与某个对手交锋时失利。每次得到类似的机会，我好像都是遵循同一种思维模式，结果我的行为方式也受到了影响。销售主管的话让我意识到了这个问题，并激励我去关注问题的要点，与此同时也让我发现了那些

暗藏在我成功路上的绊脚石。

谈到销售人员，很多人脑海中呈现出来的是和销售角色相关的某种特定的形象。你心目中典型的销售人员是什么样子呢？对下面几个问题你是如何理解的呢？这一部分内容将会为你揭示这些问题的答案：

- 我具备一个销售人员的个性特征吗？
- 在我所具备的个性中有哪些具体方面能够促进或影响我的工作表现呢？
- 我的信念是如何给我的销售业绩带来正面（或负面）影响的呢？
- 为了不断地追求进步，我该着重做些什么呢？

如果你能清醒地意识到阻碍自己的问题并能解决它们，这会怎么样呢？如果你能更多地关注到他人接受信息的方式从而改变自己习惯性的交流方式，那又会怎么样呢？这样做会产生什么影响呢？