



张海良 著

# 拿多少 业绩 说了算

——同样做销售，凭什么你能赚大钱



任何一个销售人员都得明白这个道理：**拿多少，永远是业绩说了算。**

很多人都对**高薪梦寐以求**，可是**高薪何来**？只有在**业绩的配合下**，**高薪才会实现**。

**这是一本可以让你加薪的书！**



立信会计出版社  
LiXin Accounting Publishing House





张海良 著

# 拿多少业绩说了算

——同样做销售，凭什么你能赚大钱



168697



广西工学院鹿山学院图书馆



d168697



立信会计出版社

LiXin Accounting Publishing House

## 图书在版编目 (CIP) 数据

拿多少, 业绩说了算/张海良著. —上海: 立信  
会计出版社, 2011. 5

ISBN 978 - 7 - 5429 - 2758 - 3

I. ①拿… II. ①张… III. ①企业管理: 销售管理  
IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 001946 号

策划编辑 戎其玉  
责任编辑 陈旻

## 拿多少, 业绩说了算

---

出版发行	立信会计出版社	邮政编码	200235
地 址	上海市中山西路 2230 号	传 真	(021) 64411325
电 话	(021) 64411389	电子信箱	lxaph@sh163.net
网 址	www.lixinaph.com	电 话	(021) 64411071
网上书店	www.shlx.net		
经 销	各地新华书店		

---

印 刷	北京东海印刷有限公司
开 本	710 毫米 × 1000 毫米 1/16
印 张	15.75
字 数	173 千字
版 次	2011 年 5 月第 1 版
印 次	2011 年 5 月第 1 次
印 数	1—10000
书 号	ISBN 978 - 7 - 5429 - 2758 - 3/F
定 价	29.80 元

---

如有印订差错, 请与本社联系调换

## 序 言

残酷而现实，是竞争时代的真实面貌。

这个时代全凭业绩说话，没有业绩，企业将无以为生。那么，对于厮杀于一线的销售人员来说，业绩究竟意味着什么呢？

很多销售人员对业绩是又爱又恨。爱的是，业绩能够带来高额的收入、领导的重视和同事的羡慕；恨的是，随时可能因为业绩问题被企业扫地出门，卷铺盖走人。对于销售人员来说，业绩就像是头上的紧箍咒，时刻牵动他们的每一根神经，决定着他们的命运。

存在类似想法的销售人员不在少数，可相当一部分销售人员很少在业绩上有出色的表现。原因很简单，他们不明白工作的意义；不明白工资从哪里来；不明白是什么决定自己在企业中的位置；不知道怎么做才能成为最优秀的销售人员——这些问题导致大多数销售人员能力低下、业绩差、收入少。

我们不妨仔细思考一下，工作的本质到底是什么？用一句简单的话概括，那就是：为自己做出业绩，为企业创造利润，并在这一过程中，将自身价值最大限度地展示出来。

从企业的角度看，如果销售人员无法将产品销售出去，企业没有赢利或者赢利很少，将如何生存？一旦企业出现问题，最先倒霉的自然员工，他们随时面临失业的困境。从这个意义上说，没有业绩，销售人员也就没有存在的意义。可见，企业对销售人员的评价完全是依据其个人工作业绩来定。只有那些能够为企业带来高业绩的销售人员，才是企业真正需要的。在市场经济条件下，学历再高，工作再努力，如果没有



## 拿多少，业绩说了算

业绩，一切都是空话。

换言之，销售人员工资能拿多少，全是业绩说了算。

那么，业绩又从哪里来呢？

销售人员每天都应问自己几个问题：“我的工资有多少”，“公司对我的要求是什么”，“什么样的心态能够促使我做出更多的成绩”，等等。一个优秀的销售人员能很快找出答案，然后朝着目标一路前行，既充实企业的“金库”，也填满自己的“腰包”；而平庸的销售人员，可能很难找到答案，更别说朝着目标努力了。

我们可以从销售精英身上看到，业绩从正确的思维方式中来，从实际贡献中来，也从充满激情、不怕输、勇于克服困难的精神状态中来，这些正是一名销售人员的力量源泉。销售精英不用担心职场的动荡起伏，因为他们拥有职业话语权，拥有决定自己职业生涯的资格。

业绩决定地位，业绩决定收入，业绩决定生活的品质。

所以，销售人员要想提高生活品质，除了做出业绩来，没有别的路径可走，业绩是最能证明自己工作能力和价值的砝码。

你拿多少薪酬，全由业绩说了算！

著者



## 目 录

### 第一章 没有业绩，销售人员何以为生 /1

销售人员经常抱怨工作太累，工资太低，处处遭受白眼不说，更痛苦的是辛苦忙碌很久最终却什么好处也没得到。

造成这种情况的发生，其根源就是业绩。成绩是学生的参考，而业绩就是销售人员的命根子！业绩的好坏，会直接决定你在老板心目中的地位和获取薪水的高低。

成事在我，永远把业绩摆在第一位 /2

没有业绩，企业和销售人员都难生存 /7

不重过程重业绩，不重苦劳重功劳 /11

业绩将指引你前进的方向 /16

### 第二章 发薪水的，是老板，更是你自己 /21

企业发展的快慢，与销售人员的的好坏有着直接关系。只有销售人员成功地将产品销售出去，向企业贡献了业绩，企业才会有足够实力发展壮大。

那些聪明的销售员总是把业绩放在第一位，凭业绩获得老板的赏识，拿高薪，得发展。对于这类销售员来说，拿多少薪水，全是自己说了算。

付薪水的人是你自己 /22



## 拿多少，业绩说了算

工作理念决定着回报 /27

老板都希望销售人员拿高薪 /32

高薪背后的深意 /37

别想着第一份工作赚多少钱 /41

### 第三章 先满销售人员的脑袋，再满销售人员的口袋 /46

在今天，凡是能做出一番名堂的企业，都将学习看成头等大事。想要适应竞争日益激烈的市场环境，想要创新，想要发展，无一不是凭借学习来实现。

从本质上说，企业的学习其实都是通过其内部员工的学习来完成。那些受老板青睐、享高薪待遇的销售人员，一定是一个懂得学习、善于学习并知道如何利用所学知识获取成功的人。

学习是一生的习惯 /47

善于思考，为自己加薪 /56

把事情做完美 /66

获得高薪的方法 /71

### 第四章 强执行力是高业绩的保证 /77

老板要的是结果，其评价销售人员的标准是看他们能否卖出产品、拉拢客户、做出业绩、创造效益。而作为销售人员，我们的职责恰恰就是做出业绩，为企业创造利润。

对于这些整日忙碌却不见成效的销售人员来说，没有结果的忙碌，不但白白浪费自己的时间，还耗费了企业的资源！再往深处思考，对于销售人员自身发展来说，缺少

成效只会阻碍自我成长，扼杀自己的想象力与创造力，最终难有作为。

执行永远是最重要的 /78

努力提高个人执行力 /83

拥有明确的执行计划 /88

学会分阶段实现目标 /94

## 第五章 锁定责任，才能锁定业绩 /101

现在市场难做是事实，谁都无法改变。然而，在困难面前自怨自艾、束手无策甚至不思进取徒劳无益。

销售人员所要做的，就是正视困难，锁定目标 and 责任，时刻关注市场动态，分析产品发展趋向，让自己真正置身于市场竞争的大环境中。只有这样，销售人员才能乐观地、理智地做出市场分析和判断，才能把市场做大，才能发现和把握危机当中的机遇，从而为自己开辟一片新天地。

扛着责任才能走更远 /102

不要把责任推给别人 /106

只有平凡的岗位，没有平凡的销售 /112

种下责任，方能收获成功 /118

把你的工作当成事业来做 /122

## 第六章 为公司省钱，公司就为你加钱 /127

微利时代早已来临，为企业节约资源，就相当于在为企业创造利润，做出贡献。无论公司是大是小，是富是穷，使用公物都要节省节俭。销售人员在平时的工作中，







## 拿多少，业绩说了算

也绝对不能铺张浪费。

节约一分钱，等于为公司赚了一分钱。如果你努力做到这些，肯定会被老板看在眼里，公司赢利后也自然不会亏待你。

微利时代，利润都是省出来的 /128

让节约成为优秀品质 /133

不值得做的事情不做 /139

### 第七章 效率拉着业绩奔跑 /144

金融危机的余威尚在，时间比以往更加宝贵。面对转瞬即逝的机会，销售人员一方面要加强自身的时间观念，学会掌握自己的时间节奏，合理地利用时间；而另一方面，在处理销售工作中遇到的实际问题时，也应该掌握一定的技巧，做到及时、高效，让自己的付出和业绩成正比，让效率拉着业绩奔跑。

掌握自己的时间节奏 /145

休息是为了工作 /148

把时间花在问题的预防上 /153

把复杂问题简单化 /156

随时解决发现的问题 /160

### 第八章 业绩都在魔鬼细节中 /164

这是一个追求精细化的时代，细节才是竞争最终和最高的层面。细节不单可以反映一个人的认真程度和处理问题的能力，更能够影响企业、产品以及销售人员自身在客户心中的形象，同时也是产品和服务的最佳附加值。

小小的细节，能够决定自己的事业能否成功。销售人员只有把细节做好，才能把业绩做大做强。

把简单的事情做好 /165

把问题扼杀在摇篮中 /169

在点滴中积攒业绩 /173

细节做好，业绩才能做大 /179

未来竞争就是细节竞争 /184

## 第九章 谁偷走了你的业绩 /188

很多销售人员让人觉得心疼：他们终日在街头忙碌，衣服湿了又干，干了又湿，业绩却没有任何变化，薪水也依然不见起色。那么，到底是谁偷走了他们的业绩呢？是拖延，是盲目，是抱怨，还是频繁的跳槽……

只有克服这些让销售人员的辛苦化为乌有的因素，才不会让机会和财富从身边悄悄溜走。

拖延让业绩从眼前溜走 /189

盲目是效率的敌人 /193

抱怨只能让你一无所获 /197

频繁跳槽不会“越跳越高” /201

## 第十章 团队协作让销售人员业绩升值 /206

如果只知道埋头蛮干，不懂得依靠团队的力量，也会越干越忙，越干效率越低。与团队相比，个人的能力十分有限，只有当个人与同事搞好关系，通力合作，那么个人的力量才会成倍地发挥出来，那些个人所无法解决的问题，也会变得容易解决。





## 拿多少，业绩说了算

正所谓智者找助力，愚者找阻力。只有融入团队当中，让更多的人帮助你，你才会获得真正的成功。

销售人员不是“独行侠” /207

成功不是一个人创造的 /212

融入团队是成功的开始 /216

让团队放大你的业绩 /221

## 第十一章 在危机中让业绩逆流而上 /226

市场竞争日益激烈，企业有时难免会遇到困境。然而，在公司最艰难的时期，你愿意继续为之奋斗吗？如果你选择放弃，那么到了最后，不是你放弃公司，而是你放弃了最好的竞争机会。

其实，企业可以出现困难，但行业永远不会破产，危机正好是销售员赢得成功的良机。销售人员要有创造性地去做市场，而不是被动地跟市场，这样才会轻松自如每一天。反之，即使市场一片繁荣，对你来说也是危机四伏。

行业永远不会破产 /227

愿与企业共度难关 /230

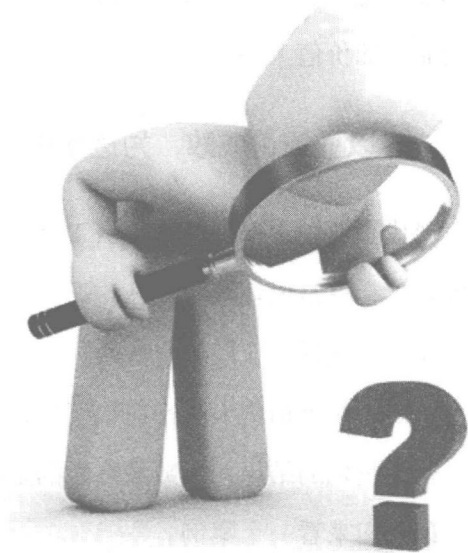
危机亦是良机 /234

信念使你脱颖而出 /238

# 第一章 没有业绩，销售 人员何以为生

销售人员经常抱怨工作太累，工资太低，处处遭受白眼不说，更痛苦的是辛苦忙碌很久最终却什么好处也没得到。

造成这种情况的发生，其根源就是业绩。成绩是学生的参考，而业绩就是销售人员的命根子！业绩的好坏，会直接决定你在老板心目中的地位和获取薪水的高低。





拿多少，业绩说了算



成事在我，永远把业绩摆在第一位

究竟什么是业绩？

业绩，就是一个组织及其内部成员通过高效能和高效率的手段，利用有限的资源来达成的目的。

由此可见，一个企业需要业绩，因为业绩是企业实现利润最大化的前提。一个销售人员同样也需要业绩，因为业绩是销售人员工作的结果，是履行职务工作结果的考核与评价，是企业销售人员贡献程度的衡量标准，是所有工作绩效考评最本质的考评，直接体现出一名销售人员在企业中的价值大小。

### 一、以业绩论成败，为达业绩“不择手段”

现代企业中，以业绩评价员工已成为业界共识，尤其是针对企业的销售人员，更是以业绩论成败。

让业绩说话，业绩决定成败！

所以，每个销售人员都应该明白，任何一家企业考核的标准只有一个，就是量化的结果，成败最终凭的是功劳而不是苦劳。

让我们来看一个案例。

武汉有一家民营企业，别出心裁地让销售人员们评选出他们认为最



“懒惰”的销售人员，经过不记名投票，10名最“懒惰”的销售人员新鲜出炉，随后老板将这10名销售人员叫到办公室。这些销售人员，怀着忐忑的心情来到老板的办公室，以为老板要炒他们鱿鱼。然而让他们没有想到的是，老板满怀笑容地对他们说道：“恭喜各位被评为本公司最优秀的销售人员。”

当时，这10名销售人员被这突如其来的一幕搞得莫名其妙。老板看到大伙这样，微笑着解释说：“根据我观察，你们的‘懒’突出表现在总是最先就把产品销售完，总是能找到大客户，并且一次就成交，所以，在他人眼里，你们每天大部分时间闲着，无所事事。但依我看，最优秀的销售人员无一例外都是‘懒汉’——‘懒’得连一个多余的动作都懒得去做；而那些勤快的员工，‘勤’在多余的动作上，整天看似忙忙碌碌，却不愿把精力花费在那些对公司产品感兴趣的客户身上，甚至谈成一件生意都要花很多时间，这样能有效率吗？能出业绩吗？”

很多人，也许都会觉得这样的事情有点天方夜谭。

其实不然，你会这么想，那是因为你还没有弄懂工作追求的是什么。我曾经问过许多企业家朋友，什么才是他们评价销售人员的标准？他们都毫不犹豫地告诉我：业绩。

那么，业绩究竟是什么呢？

业绩就是考核你能力的标准，是体现你价值的基石，是让老板放心雇用你的信物，是你得到报酬的资格。

既然业绩如此重要，那么，作为销售人员，很显然应该将业绩摆在第一的位置。也就是说，在销售中，一切工作都应该围绕业绩来展开。



## 拿多少，业绩说了算

俗话说，“为达目的，不择手段”，这句话或许偏激，但用在销售人员身上却十分合适。

对销售人员而言，是以业绩来论成败的，这就要求他们要有为达业绩，“不择手段”的精神。

有句话叫：不管黑猫白猫，抓到老鼠的就是好猫。对销售人员来说，也是一样的，你只有在相同的环境、相同的条件下，创造出更多的业绩，你才能得到老板的赏识和器重；而那些做不出成绩，光会耍嘴皮子的人则注定要被淘汰。

现实就是现实，没有人会去注意你工作过程中的酸甜苦辣，荣誉只会给予那些创造出业绩的人们。当你技压众人，出类拔萃，获得大家一致的认同，你才有资格去谈论你工作过程中的酸甜苦辣。

## 二、业绩是销售人员的命根子

成绩是学生的命根，而业绩就是销售人员的命根子！你的业绩好坏，直接决定着你在老板心目中的地位和你获取薪水的高低。

所以，你要时刻牢记：做销售精英，必须拿业绩说话！

曾经有这样一个故事：

甲、乙、丙三个人一起在一家加工贸易公司做销售人员。这家公司的产品不错，销路也不错，但最近公司却遇到一些困难，原因是一些贷款无法及时收回。

公司在广州有一个大客户，半年前就买了公司 10 万元的产品，但总以各种理由迟迟不肯支付货款，公司决定派甲去讨账。

当甲见到那位客户，并说明来意后，那位客户并没有给甲业务员好脸色。他告诉甲，这些产品在广州销售十分一般，他现在连本都没有收回，让甲过一段时间再来。

听到客户这样说，甲觉得这位客户不好惹，心想他欠的又不是我的钱，跟我没什么关系，于是便返回了公司。

甲无功而返，公司只得派乙再去要账。乙找到那位大客户，但对方的态度依然很强硬，说这段时间资金周转很困难，让乙体谅他们的难处，还说等资金到位了一定还钱。乙听到此话也很无奈，最终依然无功而返。

眼看就要到年末，最后没办法，公司只得派丙去讨账。丙刚跟那位客户见面，就被对方教训了一顿，说公司三番两次派人来逼账，摆明了就是不信任他们，以后没法合作了。然而丙并没有被客户的态度吓退，他想尽办法试图说服那位客户。在丙长时间的劝说下，甚至晓之以理、动之以情，对方终于被丙说动了，开了一张10万元的现金支票给丙。

然而，当丙拿着支票到银行取钱时，却被告知账上不足10万元，还缺2000元，因此无法取出。很明显，对方耍了个花招，给的是一张无法兑现的支票。马上就要到年末放假的日子，如果不及时拿到钱，欠款将会继续拖延下去。面对这种状况，丙灵机一动，自己拿出2000元存到客户的账户里，这样一来，账户里就够10万元了，丙立即将支票兑了现。

当丙带着这10万元回到公司时，公司的老板对他刮目相看，非常欣赏他，并让公司其他的销售人员都向他学习。

之后，这家公司发展得很快，丙也很努力，在不到5年的时间里就







## 拿多少，业绩说了算

当上了公司的业务经理，后来又当上了总经理。而甲和乙依然还是公司里最普通的销售人员。

显然，业绩成为丙与甲、乙两个销售人员的一道分水岭：丙通过自己的努力创造了业绩，也获得了老板的肯定；而甲、乙因为业绩平平，只能做一名普通的销售人员。可见，丙优于甲、乙的地方，就在于他取得了业绩，为公司做出了贡献。

哪一个销售人员不想当一名精英、享受高薪的待遇，受到企业的重视呢？然而，要想做到这一切，靠的是什么呢？是学历，还是能力？

其实，真正能够让你得到这一切的，既不是学历，也不是能力，而是业绩。虽然，谈及人才的标准，每个企业都有各自的标准，但唯一不变的，而且公认的标准，就是业绩。

一项调查同样证实了这一点。对进驻上海的全球 500 强企业进行调查后发现，这些公司对人才要求的共通点就是业绩。尤其是一些著名的跨国公司，对人才标准的界定早已走出了“唯学历”、“唯学位”的误区，而主要强调的是业绩。

如果，一个名牌大学的毕业生，工作 5 年了还做不出成绩，能说他是一个有用之才吗？所以说，业绩在竞争中是至关重要的，因为只有业绩才能把一个人同其他竞争者区别开来。大多数企业在进行人才评价时，更多的是看他为企业做了哪些贡献、有何业绩。

所以，无论你是想“升值”还是想升职，都需要拿出业绩来，只有业绩才最有说服力。在简历中，也唯有业绩这一栏是老板最关心的，因为它赋予了员工太多的意义。