

# One Minute 一分钟经理人

全球众多机构奉为主臬的一线主管培训读本

ONE MINUTE MANAGER

## 销售

北京工业大学出版社

The Truth about Selling

## 训练



# M anager

姚常晓 编译



## 销售训练

我们在事业上的最大成就，  
不外乎把事业由小一步步做到最大，  
为工作生涯争取更大的发挥空间。  
因此，及早朝这个方向努力绝对是一种成熟的工作态度。  
一个八面玲珑的成功人士绝非天生如此，  
所以，请及早为自己储备好这方面的能量，  
待关键时刻来临，才能从容自信迈向事业另一高峰！

北京工业大学出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

销售训练/姚常晓编译. —北京:北京工业大学出版社, 2002. 5

(一分钟经理人)

ISBN 7 - 5639 - 1117 - 0

I. 销... II. 姚... III. 企业管理:销售管理  
IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 029757 号

**一分钟经理人——销售训练**

姚常晓 编译

\*

北京工业大学出版社出版发行

邮编:100022 电话:(010)67392308

各地新华书店经销

河北固安保利达印务有限公司印刷

\*

2004 年 3 月修订第 1 版 2004 年 3 月第 2 次印刷

880mm × 1230mm 32 开 9 印张 150 千字

印数:6001 - 9000 册

ISBN 7 - 5639 - 1117 - 0/F · 83

定价:18.00 元

# 符 号



ONE MINUTE MANAGER

一分钟经理人在这里是一个符号，他代表着那些讲究技巧和效率的人。他们不忘每一天抽出一分钟的时间来反思自己的思维、行动方式与管理，并且认识到这些是自己走向成功最重要的元素。

# 总 序



ONE MINUTE MANAGER

- 《一分钟经理人》系列共四本书。
- 针对日常工作和生活中最让人感兴趣也最容易出问题的四个方面而写。
- 其中累积了人们生活和工作中最优秀的智慧。
- 四本书是一个完整的体系，同时也可以分开来单独阅读。

这个系列叫做《一分钟经理人》，共四本书，通过新颖的形式、形象而活泼的语言介绍了现代人日常工作和生活中在时间管理、销售、领导、决策上必须如何处理、怎样思维和行动才能获得成功的基本法则和经验。

本系列中的主人公是一位叫斯蒂芬的 MBA 学生，他综合了我们日常生活中绝大部分人的影子。从学校毕业之后，他立志成为一名优秀的人才，渴望在事业上建功立业。但是，在现实生活中他碰到了我们每一个人都可能碰到的许多困惑和问题，这些问题使他一度意志消沉……

强烈的事业心使他试图去解决这些困惑与难题，后来他遇到了一位叫杰尔先生的一分钟经理人，从他那里不断地学到新的知识和经验，并且成功地解决了自己在生活和工作中的困惑，不断地使自己一步一步地向前快速成长和发 展。从

我终于  
成功了



有信心  
有能力

有信心  
有能力

有信心  
有能力

工作了 有信心  
没能力

“没信心、没能力”到“有信心、没能力”再到“没信心、有能力”最后“既有信心又有能力”，他成功了，也成为了一名卓越的、有效率的经理人。

《一分钟经理人》系列丛书言简意赅但是意义深远，它综合了现实生活中管理方面的成功经验，方法简单而行之有效。

这套书用故事的形式来阐释管理学，来解答困惑，并且提出了一些管理方式，具有普遍的意义；书中所提出的问题是日常性的，也许我们每天都会遇到，而提出的解答方式和观点也是常识性的，但往往也是最容易被我们所忽略的。

知识和经验是十分宝贵的。前人有过的错误，可以不必再犯；前人成功的案例，则可作为参考。我们编译本书是希望它启迪人们的智慧，提高人们驾驭生活和工作的能力。我们相信：

人们只要手持一卷本书，用心学习其精粹以致用，不仅可以作为个人生涯、成长和事业发展的借鉴，受益无穷，而且完全可以通过学习、实践使自己成为极有效率的一分钟经理兼具有有效魅力的领导人。

销售  
训练

## 前 言

我们每一个人处于世上，其实总是在不断地销售自己，销售自己的知识、才华、精力等等给社会、企业和其他人，以求得社会、企业或大众的接纳和认可。因此“销售”能力应当是我们最基本的和最重要的生存能力。

我们知道：勇于在销售事业中开拓的人，往往是最优秀的人才，优秀的销售人员构成的销售事业是最诱人的领域，许许多多渴望成功和财富的人都愿意在这片天空中搏击，实现人生梦想。

因此一分钟经理相信，销售不仅仅使人各项能力倍增，会更有智慧，在各个方面都能得心应手；学会以销售员的眼光看世界，会令人觉得道路越走越宽，成功和财富不再是可望而不可及的东西。

而这正是世界上 80% 的富翁都曾是客户的秘密所在。



# 目录 MULU

|                  |    |
|------------------|----|
| 引子               | 1  |
| 意料之外             | 3  |
| 斯蒂芬的反思           | 6  |
| 第一封 E-mail: 必备素质 | 9  |
| 形象是走向成功的第一步      | 9  |
| 高效制作销售道具         | 13 |
| 成为沟通高手           | 16 |
| 不受欢迎的销售人         | 24 |
| 与众不同的素质          | 27 |
| 第二封 E-mail: 销售策划 | 35 |
| 第一步: 善于发现市场      | 35 |
| 第二步: 发现客户        | 37 |
| 第三步: 了解客户        | 43 |
| 第四步: 合理的销售方案     | 47 |
| 第五步: 恰当控制费用开支    | 48 |

## MULU 目录

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| <b>第三封 E-mail: 应对拒绝</b>     | 54  |
| 如何成功地约见客户                   | 54  |
| 擅长开场白                       | 59  |
| 成为谈判赢家                      | 68  |
| 对症下药应对拒绝                    | 72  |
| 达成成功交易的秘诀                   | 80  |
| <b>第四封 E-mail: 重视你的售后工作</b> | 89  |
| 一项不可忽视的工作                   | 89  |
| 售后服务要到位                     | 95  |
| 学习客户调查                      | 97  |
| <b>斯蒂芬的经验一: 客户管理</b>        | 103 |
| 如何向客户送礼                     | 103 |
| 取得客户的好感                     | 107 |
| 有效管理扩大客户网                   | 109 |
| 运用客户信用分级制度                  | 113 |
| <b>斯蒂芬的经验二: 超越自我</b>        | 119 |
| 自我调节法则                      | 119 |
| 技能训练法则                      | 122 |
| 身体训练法则                      | 123 |
| 观念训练法则                      | 125 |

## 目 录 MULU

自我激励法则 128

尾声:崭新的开始 130

关于“附”的思考 133

附:销售大师的黄金经验 134

## 引 子

## ONE MINUTE MANAGER

在上本书《时间管理》中，我们讲到在经过一段时间的努力和磨合后，斯蒂芬已经可以非常轻松自如地处理好工作和自己日常生活的关系了。这段时间，显然爱姆士经理对斯蒂芬开始改变看法了……以前严肃、刻板的脸上偶尔也会露出一丝笑容。斯蒂芬这段时间为自己的进步感到高兴。几天来的沮丧心情为之豁然开朗，久违的意气风发又回到了身上。

今天在部门会议上，爱姆士经理宣布了新的工作安排，并把负责 B 产品销售的重要工作任务主动提出来交给斯蒂芬负责。虽然在很多人看来负责销售并不是一件什么值得骄傲的事情，但是斯蒂芬不这么认为。从读 MBA 开始，斯蒂芬就认为：对于企业而言销售其实是真正的关键，一个有志于从事企业工作的人，他应当从销售开始干起，销售是最能锻炼和体现人的智慧和才能的岗位，只有从事过销售事业的人，他将来才能真正准确地了解

## 备忘录

只有从事过销售事业的人，他将来才能真正准确地了解市场，敏锐地把握市场，才能为自己将来的进一步发展打下基础。





市场，敏锐地把握市场，才能为自己将来的进一步发展打下坚实的基础。特别是斯蒂芬曾经从《财富》杂志上了解到世界上 80% 的富翁都曾经当过推销员，推销员出身的人往往比其他人拥有更多的发展机会，成为财富的代表，这些坚定了他的想法，这也是当初他 MAB 毕业时放弃了很多清闲、舒适的工作而选择这一工作的根本原因。

迈着轻松的步伐走出公司的大门，斯蒂芬赶往本市最豪华的咖啡厅。斯蒂芬决定今天约几个朋友放松一下。听着咖啡厅中轻松的音乐，和朋友们亲切的聊着天，斯蒂芬感觉到一种从没有过的轻松，当然这就好比勇士上战场前的平静……其实斯蒂芬的内心已经充满了战斗的豪情。时间过得很快，深夜悄悄来临了。和朋友道别之后，沿着城市的街道慢慢的走着，看着天上皎洁的明月，回想着几个月以来的工作，一种激情涌上心头。斯蒂芬突然记起了美国一位著名企业家说的话：

如果你爱惜这个人才，那么让他去做销售吧！如果你憎恨这个人，那么他去做销售吧！



## 意料之外

ONE MINUTE MANAGER

从第二天早上开始，斯蒂芬感觉到自己完全投入了一种全新的工作，他决心将自己的全部热心，也将从前所遇到的一切不愉快化作工作的动力，去从事他所热爱的销售工作。

一大早赶到公司，斯蒂芬就向上司递交了自己昨晚熬夜赶出来的销售计划和报告，这是斯蒂芬在读 MBA 时养成的良好习惯，也是斯蒂芬一直引以为傲的。

“A 经理，我已拟好了我的销售计划和报告，我想我的计划是这样的……只要客户上门来了就一切 OK 了。”

## 备忘录

如果你爱惜这个人才，那么让他去做销售吧！如果你憎恨这个人，那么让他去做销售吧！



“客户上门来？”爱姆士经理用一种怪怪的眼神看了斯蒂芬一眼反问了一句：“你以为客户会自己送上门来吗？”

“这……”斯蒂芬显然被爱姆士经理问住了。

“这样吧，你的计划书先放在这里，干你该干的事去吧。”

A 经理下了逐客令。走出 A 经理的办公室后……

“什么意思，也太武断了吧？”斯蒂芬被 A 经理的当头冷水

浇得非常不理解。

.....

回到自己的办公室，销售主管山姆走了过来，向斯蒂芬布置了这个星期的任务：开拓几个新的客户，同时拜访几个老顾客。

斯蒂芬很愉快的接受了任务，开始工作了……

一个月的时间很快过去了，从陌生到熟悉，刚开始的新鲜感在一点点的减少，兴趣也发生了逐渐的改变。斯蒂芬发现做销售没有当初自己想象的那么简单。

开拓新的客户：有的客户根本就不理你，斯蒂芬试图说服他们，但是有礼貌的人会很客气地告诉你他没有时间，碰上脾气不好的客户，就毫不客气地给你脸色看；有的客户，在电话里面说得好好的，但是一见面就变卦了……

拜访老客户：有的老客户，一旦切入销售的正题，他就会转移你的话题；有的老客户，开始的时候很热情，但是交往几次之后，就不断地以各种各样的借口敷衍你。

所有这一切都出乎斯蒂芬当初的意料之外，斯蒂芬以前对销售的知识也了解不少，但是现在才发现在实际的工作中，这些东西往往派不上什么用场，甚至按照那些做法去做销售只会更加糟糕。斯蒂芬再一次陷入了困境……

每次看到周围同事兴高采烈地交谈今天又完成了多少销售额，斯蒂芬就感觉到了一种隐隐的心痛，看着自己那缓缓增长的销售额，斯蒂芬想不明白：为什么别人就能那样得心应手，游刃有余，而自己干的却如此费劲吃力呢？难道自己不是干销售的料吗？斯蒂芬不由得对自己的能力产生了深深的怀疑。

在下午的部门会议上，斯蒂芬受到了经理的点名批评。这让斯蒂芬更加感到害怕……他知道如果再这样下去，他就真的是一

位失败者了……





## 斯蒂芬的反思

ONE MINUTE MANAGER

一整天斯蒂芬把自己关在屋子里反思：

“确实自己并不缺少关于销售的专业知识，如果需要写一份销售计划或者报告，相信自己可以在很短的时间之内弄出来，但其实这仅仅只是纸上谈兵而已。作为一名真正的销售人员，他应当是和市场紧密地联系在一起的，他熟悉他所在的市场，同时他应当和各种各样不同的客户打交道，这其中又涉及到公关能力和技巧的问题。自己之所以失败，主要是以前误以为闭门造车的东西就是现实的全部，而没有考虑到要将自己所学到的东西与现实的市场和客户紧密结合起来……”

“对呀，将自己的专业知识与市场、客户紧密结合起来”斯蒂芬大脑中升起希望之光，“但是必须借用什么途径和方式呢？”

.....

这时“经验”二字就像一道闪电一样掠过，斯蒂芬突然意识到：自己所缺乏的不就是经验吗？

但是自己该向谁去学习呢？

关键的时候，斯蒂芬又想起了那位已经给过自己很大帮助的一分钟经理人杰尔先生。斯蒂芬记得当初第一次和一分钟经理打