

超越传统行销理念的《成功销售第一书》

成功 销售

THE SALES BIBLE

■ 杰佛瑞·基特玛 / 著

■ 何心瑜 / 译

第 1 书

拜访
行销
简报
谈判
诀窍
客户满意
销售展示
网络行销
利润评估



海南出版社
三环出版社

THE
SALES
BIBLE



* T110950 *

成功
销售

第

书



- ◎ 杰佛瑞·基特玛 / 著
◎ 何心瑜 / 译

The Sales Bible

by Jeffrey H.Gitomer

Copyright © 1996 by Jeffrey H.Gitomer

中文简体字版权© 2000 海南出版社

本书由台湾城邦出版集团授权出版

版权所有 不得翻印

版权合同登记号: 图字: 30-2000-72 号

图书在版编目(CIP)数据

成功销售第一书 / (美) 基特玛 (Gitomer, J.) 著

何心瑜 译. - 海口: 海南出版社, 2000.12

书名原文: The Sales Bible

ISBN 7-80564-953-7

I. 成… II. ①基… ②何… III. 推销 - 基本知识

IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2000)第 77001 号

成功销售第一书

作者: 杰佛瑞·基特玛

译者: 何心瑜

责任编辑: 苏斌 刘德军

海南出版社 三环出版社 出版发行

地址: 海口市金盘开发区建设三横路 2 号

邮编: 570216

电话: 0898-6812776

E-mail: hnbook@263.net

经销: 全国新华书店经销

印刷: 北京博诚印刷厂印刷

出版日期: 2001年 3 月第1版 2001年 3 月第1次印刷

开本: 850 × 1168 毫米 1/32

印张: 14.75

字数: 250 千字

印数: 8000 册

书号: ISBN 7-80564-953-7/F·45

定价: 26.80 元

目 录

第一章 创世书

概论“绝对不可能!”——本书的起源	3
如何使用本书	6
你非读不可的理由	10
传统行销,落伍了!	12
“随意贴”贴出成功	17

第二章 规则书

行销成功 39.5 招	25
态度、幽默、行动——行销成功三要素	35
幽默行销大法	37

第三章 秘诀书

态度是行销失败之母	43
行销好手自我检查法	47
克服心理障碍七法则	50
25 项客户的期待	54
假如你是业务人员……	60
开启客户的心动钮	66

第四章 天机书

交情是超级行销法宝	73
现在的客户是未来的资产	76
星期一成交是个好兆头	80
行销，从决策者下手！	84
个人使命承诺书	89

第五章 赞叹书

魅力出击攻无不克	95
为你的个人魅力打分数	99
将自己烙印在客户心上	105

第六章 探问书

成不成交，关键在发问	113
如何设计导引成交的问题	118
五个问题完成交易法则	121
“强力说明”威力无穷	126

第七章 自我行销书

“30秒自我行销”诀窍	133
“30秒自我行销”十大原则	139
转介绍的十大步骤	145

第八章 陌生行销书

“谢绝推销”其实不是真的！	153
突破“谢绝推销”12招	156
开场白就得打动人心	161
陌生行销游戏的八个步骤	165
陌生行销的成功要素	171

第九章 商品表现书

没有好感，就没有生意可谈	179
专业销售 15.5 招	185
让准客户掏腰包 12.5 招	189
如何建立客户对你的信心	193
陈腔滥调，绝对避免！	196
制造准客户参与感	200
成功团体行销 12 准则	204
21 世纪电脑化行销法	208

第十章 反对书

客户为何拒绝购买？	215
准备十分，业绩满分	225
拒绝购买沙盘推演	231

第十一章 促成书

19.5 个购买讯息	255
回答问题促成交易法则	259

别给客户说“不”的机会	263
“小狗”促成法	266
单刀直入促成交易	270
与客户分享使用经验	272

第十二章 毅力书

科学化追踪行销法	277
行销道具小兵立大功	281
交易总在七次“不”之后	285
行销，你从小就会的玩意儿！	289
13招“邮击”行销法	292
传真机业务开发法	294
如何突破电话语音障碍？	299
设计出人意表的电话留言	303
发挥创意取得约谈机会	308
谁说客户不会主动掏腰包？	312
19.5个成功的绊脚石	316
如何应付竞争对手？	321

第十三章 服务书

100分的客户满意度	327
“服务至上”黄金行销守则	330
用同理心处理客户抱怨	334

第十四章 沟通书

业务会议培养超级业务员	341
写封不同凡响的营销开发信	346
闭嘴聆听营销法	350
你是“听话”高手吗？	354
“看、问、听”分辨客户法则	360

第十五章 展览书

35.5个商展成功备忘录	367
展览会是千载难逢的营销机会	375
商展结束，营销战开火	381

第十六章 联谊书

人脉不足，营销难为	387
准客户尽在联谊活动中	390
联谊会营销 10.5 招	394
为下回见面留点新鲜话题	399
参加联谊会的 14.5 个准则	401
让重要人物记得你	406
一分钟电梯营销法	410
打铁趁热，立即行动吧！	414

第十七章 领导书

卓越领导学得来	419
领袖的七项专业知识	422

杰出业务经理的金科玉律	426
第十八章 趋势书	
非常行销时代来临了	433
行销就是无所不用其极	437
第十九章 数字书	
以数字游戏创造销售奇迹	447
第二十章 出埃及记	
后记——父亲在不自觉中教导我们行销	457

CHAPTER 1

创 世 书

开锣了！

每个人都想在行销事业上功成事就，然而大多数人却无法圆梦；并非他们不能，而是他们不知如何着手。

《成功销售的第一本书》是本成功工具；在本书中，你可以见识到行销的各种层面，此外更有许多行销法则。

想在行销界出人头地，你得：

- * 知道规则
- * 学习规则
- * 贯通规则
- * 遵循规则

第一章告诉我们一个行销新方法的小故事，包括基本的规则，并且教你一招达成任何法则、业绩目标或事业目标的必胜招式。

本书是参考书也是资源。

别只是拿起来读。

“如果你认为你能，或者你认为你不能，你都只说对了其中之一。”

——亨利·福特

要义：概论 “绝对不可能”

要义：如何使用本书

要义：你非读不可的理由

要义：传统行销，落伍了！

要义：“随意贴”贴出成功

I 概论 “绝对不可能！” ——本书的起源

正如所有行销工作一样，这本书是在我被拒绝时产生的。1992年春，《夏洛特论坛报》（Charlotte Observer）刊登了一篇有关我和我的行销技巧的文章，从此，我办公室的电话就响个不停。我去该报社提出我的想法。我自信满满地说：“我想一周帮你们写一则行销方面的稿子。”他们不仅拒绝了我，还对我说：“这是绝对不可能的。”我说：“错了，是在你们这儿绝对不可能。”

同一天早上，一个钟头之后，我与夏洛特的《商业周刊》谈妥，开辟一个专栏每周刊登一则行销技巧。我称此专栏为“行销动能”（Sales Moves）。

下一次有人告诉你“绝不可能”的时候，千万记得这句话的意思“至少一个钟头以内不可能”。

我是杰佛瑞·基特玛，是位行销人员，没有博士学位，大学也没毕业。我不住在象牙塔里，我住在北卡罗莱纳州夏洛特市；我在新泽西与纽约学会行销，那儿也是我长大的地方。我曾在多层次直销市场混过，当时他们称之为金字塔行销。我每天在夏洛特市区内做办公室陌生拜访，我还陌生拜访过《财富》500强（Fortune 500）的总裁，并

且销售成功。我做过 1 美元的业绩，也做过 100 万美元的业绩。我是个在街头闯荡将近 30 个年头的行销人员，有时满面春风，有时灰头土脸。我热爱行销工作！

“行销动能”专栏于 1992 年 3 月 23 日，首次刊登于夏洛特的《商业周刊》上。结果，该专栏一炮而红，随后又在达拉斯、亚特兰大、丹佛、普林斯顿以及其他城市与读者见面。

一直支持着我的好友马克·艾塞瑞吉（Mark Ethridge）——《商业周刊》发行人，同时也是普利策得奖记者——告诉我一句话：刊登“行销动能”是他 1992 年最具冲击性的行销决策。

读者开始打电话来，至今仍天天有电话不断自全国各地打来；各报社争相刊登该专栏，读者感谢我给他们行销上的帮助。我发现行销人员把我的专栏张贴在他们办公室的墙壁上。他们将我的专栏文章复印，到处传阅；寄给其他城市里的朋友与同事。他们用我的专栏文章作为销售会议的议题。

我女儿史黛西在夏洛特买了辆新车，汽车经销商里的每个业务员都是我的读者。当她（独自一人）在会议室时，他们对她说：“我们给你全年度最好的优待，因为我们不想令尊在专栏上写我们的不是。”

当我第一天下笔写专栏时，我就知道有一天我会写本书；这是很顺理成章的发展。我的良师益友泰·包伊德（Ty Boyd）也对我如此建议。鼓舞对行销人员来说，具有重大的意义。我很感谢他的鼓舞，也很感谢你们的鼓舞。

我所使用的资料全是我自己独家提供的。我所引以为据的，是我 30 年来行销及 16 年的行销顾问经验。我听过数千个钟头的录音带，读遍触目所及的每篇文章，在时间许可的情况下参加每一场讨论会。我的任务是教学相长，每天我都寻找新的事物来学习。

我会继续写我的每周专栏，提供你们所需要的资讯，让你们今天马上能够多做一些业绩；我知道你们的障碍在哪儿；我知道你们有多么努力地在工作；我也知道事情有时候会多么令人心灰意冷；我会协助你们！

1993 秋，我开始着手拟订本书大纲。经过无数个挑灯夜战的夜晚，一周在北卡罗莱纳州的比基山（Beech Mountain），一周在南卡罗莱纳州的希尔顿小岛（Hilton Head Island），陪伴我的是我的麦金塔计算机（一般将之称为苹果机——编注）；我的好友编辑兼书评家，罗德·史密斯（Rod Smith）；以及我的猫儿利多，我才能完成这一切。我原以为出书是件轻松的事。700 个小时的工作量——还真轻松呢！这儿呈现在你眼前的便是《成功销售的第一本书》，我衷心希望它能为你我带来财富。

行销人员不断地在求变创新；
行销人员需要一个能够不断给他们激励的动力来源；
行销人员需要立即的答案；
行销人员天天绞尽脑汁想多做些业绩……在今天。

2 如何使用本书

行销人员经常在很短的时间内要面对一大箩筐的问题。在同一天，他们要打陌生电话，接着要面对 10 位潜在客户，然后参加资讯交流活动，做 3 场商品说明会，寄 5 封信，被客户拒绝 6 次，才能完成一件成功的行销。这就是他们一天的工作情况！

行销人员需要一本可以依赖的参考书，让他们在心生疑问、遭遇困难或面对挑战时，能立即得到切合实际的答案。他们需要的就是《成功销售的第一本书》。

《成功销售的第一本书》不是一本介绍销售方法的书。它是一系列真人实事的心得、技巧与哲理，足供你引为己用，并加以修正，融入自己的销售方式。你可依今天的行销个案状况，选择适用的来协助你行销成功，也可以依照所需去为明天的行销工作做准备；要达成你的行销目标，必须先具备相关知识。

《成功销售的第一本书》是一本切合实际的锦囊妙计，它不是一些高深难懂的博士论文或学术研究报告，它是我

30年甘苦成败的精华，我知道它们行得通，因为我就是一个实例。

它是简单、实用的解决方案，并且头头是道，能在现实生活中帮助你，你不妨试用一两个看看效果。

善用本书，财富倍增

1. **当做参考资料** 让行销技巧与每天的行销挑战拓展你的学问与专业知识。
2. **当做每日一课** 让它成为你迈向行销第一人的每日修行课程。
3. **当做研讨小组的研讨内容** 让你逐日成长为一名行销专才。
4. **主持会议** 大部分的章节长度很适合行销训练或脑力激荡会议之用。
5. **解决问题** 当你束手无策亟需解答时。
6. **准备行销工作** 以获取具有竞争性的优势。
7. **完成行销**

8. **教战手册** 每天带着它做行销工作，当你开始吃闭门羹时，有重要契约要签订时，或者当最有希望的准客户对你第三次的留言仍音讯全无时，把它拿出来看吧！

在阅读的同时，请准备一支黄色萤光笔及一支红笔，用黄色萤光笔标出你所寻找的部分，用红笔在旁写下你的感想、实际行动计划以及想法。

使用本书的好方法：

- **现在就试** 要获得最大成效，最好尽快将你所学到的资讯，运用在潜在客户或客户身上。一旦运用了它，你就拥有了它。一天一招新技巧，一年就是220招（除去节假日后——编注）新技巧了。5年内，你就会有1000个以上的技巧能够随心所欲地运用。
- **随身携带本书** 当做你的应变手册与参考书。午餐时读上一章；与同事讨论其中的观念。但是最重要的是，用它来达成行销目标——各式各样的行销。

另外，每章前头都有一段前言，代表该章内容精神所在，它在本书中扮演着相当重要的角色。前言提供资讯的精神，并使用该资讯的精神。基本上，每一节都是独立的，同时都是在为下一节铺路；每一节都与其他节互相影响；每一节皆反映出整体；每一节对整本书都有贡献。