

MY WAY

A SALESMAN'S ACHIEVEMENTS

(美) 乔·库尔曼 (Joe Culmann) / 著
孙 奇 / 译

我的路

美国金牌推销员的成长历程

在本书出版之后的 40 年里，它一直是推销书籍中
销量最大的，影响了美国近半个世纪的推销员。

4
My Way, a Salesman's Achievements

我的路

美国金牌推销员的成长历程

(美) 乔·库尔曼 (Joe Culmann) / 著

孙 奇 / 译



 长安出版社

图书在版编目(CIP)数据

我的路:美国金牌推销员的成长历程/(美)库尔曼著;孙奇译.
—北京:长安出版社,2003.4
ISBN 7-80175-053-5

I. 我… II. ①库…②孙… III. ①库尔曼-自传②推销-方法
IV. ①K837.125.3②F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 020168 号

我的路:美国金牌推销员的成长历程

(美)乔·库尔曼(Joe Culmann)著,孙奇译

出版:长安出版社

社址:北京市东城区北池子大街 14 号(100006)

网址:<http://www.ccapress.com>

邮箱:ca@ccapress.com

发行:全国新华书店经销

电话:010-65270593

印刷:北京星月印刷厂

开本:1/32

印张:10

字数:178 千字

版本:2003 年 4 月第 1 版 2003 年 4 月第 1 次印刷

印数:1—8000

书号:ISBN 7-80175-053-5/D·032

定价:19.80 元

(如有印装错误 本社负责调换)

**我请读这本书的推销员原谅,因为我是把
这本书献给每一个企业人,本书既讲做事,也讲
做人。**

——乔·库尔曼 (Joe Culmann)

凡听见我这话就去行的，好比一个聪明人，把房子盖在磐石上，雨淋，水冲，风吹，撞着那房子，房子总不倒塌，因为根基立在磐石上；凡听见我这话不去行的，好比一个无知的人，把房子盖在沙土上，雨淋，水冲，风吹，撞着那房子，房子就倒塌了，并且倒塌得很大。

——《新约·马太福音》

对本书的评价

在我的青年时代,我读《我的路》,那是我推销事业的第一课,也是我做人做事的第一课……当时我几乎可以将好些段落背出来。

——美国汽车推销冠军,乔·吉拉德

我说的完全是我自己的真实感觉,应该把《我的路》译成各种文字,发行几十亿册,让世界上每一个渴望成功的人都读一读,贫穷的人可能会少很多。

——日本保险推销之神,原一平

我也经常阅读各种推销书籍,最读不厌的就有这本《我的路》。我在上面做了很多笔记,让人吃惊。

——日本保险推销之神,原一平

一个金牌推销员的技巧精华,还有他的爱心,他的热情,就像清新的微风,……,你会明白,为什么《我的路》在推销界里维持着半个世纪的影响。

——福特汽车公司、克莱斯勒汽车公司前总裁,李·亚可卡

我眼里的好书,是那种能帮助社会和个人不断进取的著作……昨天再读《我的路》,我有了新的启发。

——美国推销大王、重庆食品公司创建者,吉·鲍洛奇

我要求我们的销售人员,必须阅读《我的路》。毫无疑问,30年前,乔·库尔曼就教我们如何推销了(指乔·库尔曼在本书中谈到的他与 IBM 高级主管的一次对话)。

——阿莱克·麦克尼思,IBM 公司前高级主管

他高声朗诵着,手里拿着一本书,《我的路》。他为什么不拿着别的什么书呢?……

——美国 1950 年电影《谁是我的榜样》镜头

译者序 关于本书及其他

本书的英文原著，我是到美国之后才读到的。为出国，我花光了钱，必须赚回来，就找了一份推销，半工半读。可是，您一定知道，推销这碗饭并不好吃。我读那些讲推销技巧的书，纯粹是功利主义。本书，My Way, a Salesman's Achievemengts，就是在特价书店里淘到的，定价 7.95 美元，我只花了 1 美元，等于那个时候的 3 元人民币吧——我必须节省外汇。但是，我的收获有多大呢？无价。我不再依靠工资过活，经济基础自立，上层建筑自主，并得以自由地回国创业。如果问美国生活什么记忆最深，毫无疑问，那段日子排第一，而本书恰是其伴侣。

一本书不可能改变一个人的命运，但它是源头活水，是贫穷人家吃到的第一个生日蛋糕，是人间第一个春天。因此我感谢本书。

本书把做人做事的道理，从利益角度剖析给我看，实话说，我感到震撼。我当然也知道，它永远不能与《资本论》《哈姆雷特》，或任何一部经典名著相提并论，但是，千真万确，是它给了我赚钱的力量。

我想，我对本书的推崇，很显然是源于某个角度。

诚实，小学就会了，但为什么要诚实，从来没有谁从利益对立角度来教我。做人做事，如不能从利益对立统一角度

去把握，我想，定是难成气候的。中国古人倡导的“吃亏是福”，是其辩证的经验。联想柳传志先生说，“小公司做事，大公司做人”，也是。西点军校的校训“责任、荣誉、国家”，正是从国家利益立场，引导着美国的精英。

利益的对立统一，我的老师，只是从教条主义来讲解，我想，他们也不大懂。诚实，不仅是做人的美德，也是赚钱的法宝。我在穷山恶水出刁民的地方长大，确实沾染了一些坏习惯。坦诚做人，不是从学校学得，而是在推销中学得，最先最早最深刻的指导，正是本书。所以，我感谢本书，是它使我懂得了做人做事的道理。

财富是养命之本。可是，学校也从来没有告诉我，怎么才能够化知识为财富（力量）。可不可以偏激一点说，中国恰恰是拜金主义还不够？钱是不是好东西，从中国的地位就可以看到。今天，如果我们的伟大祖国仍然徘徊如 1970 年代，在国际上会是什么地位呢？还记得郁达夫先生的呼唤吗——祖国呵，你为什么不强大啊？！

我看到我的中学同学当中，成绩好的，反而过着拮据的日子，他们会读书，却不会赚钱。在市场经济里，一个真正有知识的人，是不会受到贫困困扰的。

本书是我人生路上一导师。我学到了推销技巧，做人做事方法。回国以后，我发现，每一个新人，包括一些硕士研究生和博士研究生，在做人做事上也很盲点。我先是吃惊，再忆起自己，知道那是必然。我尝试着帮员工克服，请了一些培训公司来。他们只为赚钱，并不懂得怎么做。然后，我看到了《做事先做人》，中国商业出版社的一本书，就买给员工们读。

在与销售部门讨论“做事先做人”时，我想起了 My Way, a Salesman's Achievements。找啊，找啊，竟然在成捆成捆的归国物品中找到了。欢呼一声，连夜赶译了两章，给员工读。看效果不错，就翻译了全部，人手一册。然后，就有兄弟公司来索取。然后，就有出版界的朋友找来，说要印刷成书。这是我没有想到的。原来的译文并不美，孔子曰，言而不文，行之不远，我犹豫再三，决心整理译文，这才知道自己的中文水平多么有限。

贫穷的日子我过过，钱就是命，你别无选择。“何日吃得饱饭也呵”，成为我和乡亲们惟一的生活企图。今天，回忆那段日子，也甜美，也艰涩，而热泪盈眶。

身在贫穷，该怎么做？很多推销员都来问我。我说，诚实。它不会带来财富，但一定能帮你找到财富。一种精神上的力量，一种朴素的信仰，我以为，人人都应该有。也许有人会批判我，但我确实这么做，在风险关头，我给自己说：老天不会让我赔钱的，因为我是一个好人啊。这是从基督朋友那里学来的。然后我知道，几千年前，孔子就使用同样的方法了^①。

曾有人问我，为什么要回来。开始，我耐心回答，多了，就沉默。这里，我引用艾青的一句诗，算是答复吧：

为什么我的眼里常含泪水？

因为我对这土地爱得深沉。

^① 孔子困于陈蔡之间，“累累若丧家之狗”的时候，学生恐惧，孔子说：“古代文化我来传承，老天不会让我死的。”原文是，“将适陈，过匡，……匡人拘孔子益急，弟子惧。孔子曰：‘文王既没，文不在兹乎？……天之未丧斯文也，匡人其知予何！’”见《史记·孔子世家》。

本书与《世界上最伟大的推销员》之比较

奥格·曼狄诺的《世界上最伟大的推销员》，确实是一本好书。在我推荐给员工的书籍里，它排第三^①。且不说它被译成多少种文字，销售了多少册，也不说它的文辞多么优美，只说它所倡导的爱心和感恩观念，我认为，就值得阅读。回国后，我确实看到，钱使一些人心灵扭曲，吞噬了一些很好的社会道德，那本来是中华文明的骄傲的。爱心与感恩，中华文明早有，被遗忘了，今天从西方重植过来，确实有作用。从哪里来并不重要，重要的是于国民有益。

从内容上说，《世界上最伟大的推销员》更适合作为励志书籍来读。书中的许多警句，会撞击你的心灵，激励你奋斗，创造，成功，也去失败：“我生而成功，不为失败。”“我要用全身心的爱来迎接今天。”“坚持不懈，直到成功。”“我要笑遍世界。”“我现在就付诸行动。”“面对黎明，我不再茫然。”“我不再难与人相处了。”“在每一次逆境中，我总是寻找萌芽的种子。”“我要成为世界上最伟大的推销员。”……

怎么成为“最伟大”呢？该书只讲到两点，一是爱心，

① 排第一的，是戴尔·卡耐基的成功学，《人性的优点》《人性的弱点》《美好的人生》《快乐的人生》，长安出版社计划出版。我在工作中发现，几乎每一个新手，在洞察人性人心和做人做事方面，都有不足，甚至连最基本的东西都欠缺。卡耐基的4本书，讲出了人际关系的本性，道理深刻，故事经典，阅读起来非常轻松，确实能帮助年轻人成长。排第二位的，正是本书，两个理由：一是本书讲出了推销的真理，是乔·库尔曼一生的经验精华，并包含着做人做事的原则，这于我公司销售更有针对性；二是我个人的感情因素，它指导了我的人生，又是自己翻译的，因此希望它被阅读。从国内的影响来说，《世界上最伟大的推销员》确实是远远超过本书。

二是努力，方法呀，技巧啦，基本的销售策略等，统统没有讲。应该说，爱心与努力，非此两点，不足以成为“最伟大”。而我面对的残酷现实却是，很多人首先在为生存而推销，他们迫切需要的，是爱心，还是方法？他们中的绝大多数，也永远不能成为“最伟大”。就好像奥运会，“重在参与”是口号，但对运动员来说，他们需要的是“参与”吗？作者的本意，或许是把爱心作为普遍的道德精神，人人都不应该缺少之；当然，把爱心理解成方法之第一条，更妙。

因此，本书的意义就显现出来，讲推销方法和推销技巧，正好补充了《世界上最伟大的推销员》没有讲完的东西。也正是在现实需要这一点上，我把本书排在它之前，而不是因为本书比它好。

我常跟员工说，不能狭隘地理解本书，而应该站在做人做事的立场来读，然后会发现，爱心与努力两个原则，其实就藏在行动之中。不行动，何以体现爱心？行动，不正是方法与技巧吗？

事实上，本书也有大量的格言式的警句，很多话都值得记忆：

竞争淘汰弱种，苦难使人成熟。

命运反复，谁能预料。

没有热情，能打动谁！

只知道我、我、我，就是笨、笨、笨。

越是努力，就越有运气。

进步最快的，是那些积极行动的人。

聪明者创造机会，愚蠢者等待机会。

知道多少并不重要，重要的是如何利用你所知道的。

赢得信任的第一个原则是，你值得信任。

立即行动，但不要迫不及待。

面带微笑的人处处受欢迎。

熟能生巧，然后才能投机取巧。

.....

我个人推崇的，更是本书的做人做事原则的具体性，更便于员工掌握。从这一点来说，我把本书看得比《世界上最伟大的推销员》高。

《世界上最伟大的推销员》源于《圣经》的教义，本书源于现实的经验，因此前者伟大，后者只归于平凡，但伟大不就在平凡之中么？所以两本书的意义是同一的。

本书强调技巧，《世界上最伟大的推销员》强调爱心与自励，前者比后者早几十年（后者写于1967年），两者的差异和连续性，是不是正好反映了美国经历金钱腐蚀的道德危机之后，社会渴望拯救的事实？

这只是我个人的想像，如果成立，那过程中国也必然会走。强调技巧，强调爱心，其存在的意义，是可以互容的呵。因此两者无高下，功能不同而已。

编者的话 关于本书与作者

出版本书，完全得于偶然。

一次聊天，朋友谈到中关村一位海归（对留学归国创业人的尊称），要求公司的每一个新进员工，都要先读一本打印册子，并做详细的读书笔记，经他审阅，才能上岗。那本册子讲的是推销技巧，他却要求员工读如何做人做事。很奇怪，他的做法竟然影响了好几个公司，都复制了回去，也要求员工阅读。

小册子就是本书，《我的路：美国金牌推销员的成长历程》。它是人生体验的精华，记录着推销路上最闪亮的音符。书中大量的做人做事之道，更是独具匠心，如一盏灯，温柔地照亮每一处黑暗。

在该书出版之后的40年里，它一直是推销书籍中销量最大的，几乎影响了美国半个世纪的推销员。即便在中国台湾地区，也竟然有12个版本。

乔·库尔曼（Joe Culmann）（1890~1972），幼年丧父，他的母亲靠替人缝补浆洗来拉扯5个孩子。年少的乔历经磨难，吃尽苦头。他常常恐惧地望着天空，生怕死神突然来访。11岁，就凌晨4点半起床，到街上卖报。他不止一次告诉朋友，他们家的晚餐，那时，多是些粗糙的玉米、蘑菇和脱脂粉。

他受过的教育很少，没有拿到任何毕业证。14岁辍学，

为一个机械师做帮工。18岁那年，他成为一名职业棒球手。因为打球蔫头耷脑，被老板解雇。又来到宾州的切斯特队，参加大西洋联赛。出人意外地，他以无比的激情和狂热，以不达目的誓不罢休的信念，赢得了比赛，成为球队的灵魂。激情，正是那激情，神奇般地在他身上产生了莫大的作用。也正是那激情，深深影响着他以后的推销生涯。

很不走运，他在用力掷球时弄伤了手臂。从此，不得不放弃棒球事业。他万念俱灰，以为一切都完了，回到家乡，做了一名寿险推销员。

经过10个月无望的奔波，他意气消沉，陷入深深绝望。最后，他决定辞职。就在那时，一件小事改变了他的命运，他听到了公司总裁充满激情的发言：

“先生们，一切推销工作，归根到底是要面对人。如果一个推销员能够以诚挚的态度，每天向5个人推销，即使他能力平平，我相信，他也能把推销工作干好。”

这段话又把他拉回了推销之路。

29岁，他就成为美国薪酬最高的推销员之一。但是，他仍然努力工作，因为人生的意义并不在钱够用。在25年的推销生涯中，他销售了40000份寿险，平均每日5份，这为他赢得了演讲与著述的资格。

他是第一位连任3届美国百万圆桌俱乐部主席的推销员。百万圆桌俱乐部是世界上最权威、最有影响的推销员组织。它给每年的新学员出一道题目，完成了就可获得金靴奖。迄今为止，只有3名推销员获得该奖。乔·库尔曼是主要发起人之一。他希望该组织能帮助每一个推销员成长。

在本书成功的秘诀那一章里，你会读到他是怎么学到推销最重要的秘诀的。找到人们心底最强烈的需要，推销才能变得容易。他接受了推销大师霍尔先生的教导，从那以后，他彻底改变了自己的思维方式，创下了 15 分钟推销 25 万美元的高记录。那时的 25 万美元，差不多等于今天的 400 万美元，折合人民币 3320 万元。简直是天才的成就呵。

赢得别人的信任，是做人做事的准则，一个优秀的推销员更应努力做到。在初入保险推销时，他一直把乔治·亚当斯的一段很有意义的话作为座右铭，时时拿出来诵读：

“聪明的推销员深知玩弄小聪明的作用极其有限，再好的招术也愚弄不了第二次。伶牙俐齿并非战无不胜，真诚待人才能打动人心。推销员的目光里包含着无尽的言语，包含着打动人心的真情。他只有坦诚地看着客户，才能给人留下美好的印象。即便推销失败，顾客也获得了真诚。真诚永远是最保险、最有效的方法。”

本书的第三章，讲述了赢得他人信任的重要心得与快捷方法。那些诚实、自信的做人之道，不仅推销员，生活中的每个人，都应该终身学习。

在不断推销与学习中，乔·库尔曼渐渐明白，推销员首先推销的不是产品，而是自己。首先要让自己处处受欢迎，顾客才会购买产品。乔用自己的亲身体验，讲述了推销员失去生意的最重要原因，以及如何消除对大人物的恐惧心理。这些内容，你会在本书的第四章找到答案。

乔认为，推销和打棒球有很多相似之处。他刚刚开始打棒球的时候，一个优秀的击球员给了他很大的启发：那个击球员原来打球并不好，但他每天早晨都练习击球 300 次，练

习时不蛮干，而是看好击球的时机和角度，轻缓地练习，后来才成为行家里手。

推销和打棒球的相似之处就在于：瞄准目标，准确出击，坚持不懈，反复准备，必能成功。

在推销技巧一章，乔给我们介绍了多种推销的技巧：怎样走近客户，怎样打动秘书小姐，怎样关心他人，如何节省时间等等。

乔·库尔曼自己评价本书时说：“我请读这本书的推销员原谅，因为我把本书献给每一个企业人。本书既讲做事，也讲做人。”

不论评价如何，只要能够给人启发，就是有益。

顺便说明，本书的格言、“阅读记录表”、“行动记录表”与“经验之谈”，原著并没有，是译者布置给员工的阅读笔记。

开卷有益，本书即是。甚至可说，每一个推销员都应该阅读本书，人人必备。