

OH, YES

我是最棒的

销售的黄金定律

北京升达现代管理培训中心 / 编著

棒

我

是

最

棒

!

的



中国经济出版社



Oh, Yes 我是最棒的

北京升达现代管理培训中心 编著

销售的黄金定律

中国经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

Oh, Yes 我是最棒的销售的黄金定律/北京升达现代管理培训中心编著。
—北京:中国经济出版社, 2001.1
ISBN 7-5017-5100-5

I. O… II. 北… III. 推售-方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 58317 号

责任编辑:张江虹

封面设计:白长江

Oh, Yes 我是最棒的

销售的黄金定律

北京升达现代管理培训中心 编著

*

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街 3 号)

各地新华书店经销

北京星月印刷厂印刷

850×1168 毫米 1/32 8.125 印张 228 千字

2001 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 4 次印刷

印数:11001—14000

ISBN 7-5017-5100-5/F·4047

定价:22.00 元

21 世纪决定企业和个人成功的关键是面对困难的态度和解决问题的能力。急剧变化的市场环境,要求企业不断增强自己的“免疫力”和市场竞争力,快速学习、快速成长、快速成功已成为时代的特征。无论是团队还是个人,如果要永远保持在巅峰状态,那就要不断学习吸收全世界最新最好的资讯,并迅速转化为行动和生产力,只有这样才能保持长盛不衰,永续发展。

其实 80% 以上的企业和团队,在激烈的市场竞争中,正在遭遇着一系列非常严重的问题。如组织涣散,缺乏凝聚力和向心力,员工士气低落,工作没有效率,企业内耗严重,部门之间沟通不良,没有长远目标,人才不断流失……逐步使企业陷入绝境。

我们发现一切的问题,都是“人”的原因。制度再好,环境再佳,若“人”的问题不解决,一切都是徒劳无功,枉费心力。最大的原因在于团队缺乏一个共同愿景,不能激发员工强烈的上进心和竞争意识,丧失凝聚力和向心力,就好像竞渡中的龙舟只有把握正确的航道,全体队员齐心合力,全力以赴,使“合力”达到最大值,才能有赢的希望。第二个原因在于发展的背后,有很多成功的障碍和失败的情情,所以即使有明确的目标,也不能成功,就

好像一个人开着法拉利跑车。一脚踩油门，一脚踩刹车一样！

所以我们融合“拿破仑·希尔”、“戴尔·卡耐基”、“安东尼·罗宾”、“金克拉”、“史蒂芬·柯维”、“彼德·圣吉”等各家之长，结合国内的实际情况，推出“潜能成功学”系列课程，旨在帮助面临挑战和亟度竞争的企业和朋友，突破障碍激发潜能，掌握成功秘诀，快速迈向成功！

本书主要编写人之一黄新讲师为中心的首席训练师，他专长于潜能开发和企业员工销售、服务、经营管理、行销及激励成长训练。他曾斥巨资就读于世界第一成功学大师“安东尼·罗宾”高级班、世界第一催眠大师“马修·史维”催眠师授证班，也曾亲自拜访学习众多世界顶尖成功大师；他曾有过出色的行销业绩，也担任过北京人民广播电台“空中成功学”主讲人，主持大型训练及大型活动百余场。我们深信，由黄新讲师主持编写的这本“销售的黄金定律”必将为读者开辟一个全新的人生。

北京升达现代管理培训中心 秘 藏

“一个人要成功，必须具备哪些条件呢？”

“成功最重要的关键到底是什么？”

“在 21 世纪如何才能获得成功？”

.....

许多上课的学员时常问我“黄老师！你的人生最大的转折点是什么呢？”我总是毫不犹豫地告诉他：“学会销售和学习成功学。”世界顶尖成功学专家安东尼·罗宾说：“赚钱靠销售，致富靠行销”，就是这句话让我开始了崭新的人生。我研究发现，绝大多数成功者之所以能取得今天这样的成就，关键在于他们非常善于销售，非常热爱销售。他们不断地销售自己的思想、观念、产品，不断地向更多的人销售。所以成功者都是 Top Sales。

在 21 世纪要想获得成功，必须具备三个条件：一是销售，二是销售，第三是什么？还是销售。

推销是人与生俱来的本性之一，每个人每时每刻、随时随地都在推销。会不会推销自己已影响到各行各业的每个人。

我们生活在一个资讯爆炸的世界当中，无论是在报刊、杂志、电视、广播、网络上，还是在大街上、汽车上，甚至在厕所里，一切的一切，全都是在销售，这是一个全方

位销售的时代。任何人都无法对抗推销的侵袭。

每个人都必须面对推销,不管你对它有何看法,因为推销已通过各种方式进入你的生活领域。因此,如果你不具备最基本的推销能力与习惯,你将寸步难行。销售的好坏,将决定你一生的成败。

我热爱销售,销售是成功致富最快的一条路,充满挑战的道路,销售是勇者的行业,需要智慧与毅力才能在这一行业出类拔萃。

本书融合了 100 多位销售精英的实战经验,80 多位世界级销售大师的成功之道以及 300 多本成功、销售书籍的精华和目前世界上最先进的行为科学与激励技巧,总结出 118 条销售的黄金定律。你学习这些法则不一定会成为顶尖的推销员或沟通大师,但是所有的顶尖推销员和顶尖沟通大师,都具备这样的能力和条件。相信不久的将来,中国也会出现像乔·吉拉德、原一平、柴田和子这样的销售和沟通高手。

感谢中国经济出版社及欧阳宁生女士,因为有你们的支持、合作和帮助才有这本书的出版。

黄新

所有的成功、财富、
健康和自信开始于你
的思想，决定于你的
行动。

安东尼·罗宾

第一篇 成功从推销开始

1. 推销——世界上最伟大的事业 1
2. 人人都是推销员,事事皆是销售 4
3. 学会推销自己 6
4. 推销的 80/20 法则 7
5. 做推销就是学做人 9

第二篇 顶尖推销员不是想要成功而是一定要成功

6. 你是“想要”还是“一定要” 13
7. 除非你要改变,否则没有人可以改变你 16
8. 成功始于觉醒,心态决定命运 17
9. 决心是力量,信心是成功 19
10. 没有失败,只有放弃 21
11. 成功者找方法,失败者找借口 24
12. 注意你想要的而不是你不要的 25
13. 成功者愿意做别人不愿意做的事情 27
14. 克服失败的七种心态 28

第三篇 具有明确目标的意志必可扫除一切障碍

15. 顶尖推销员如何设定合理的目标 32
16. 将愿望变成金钱的十个步骤 35
17. 目标一定要白纸黑字写下来 38
18. 把目标告诉别人 39
19. 永远要有下一个目标 40
20. 时间管理是销售成功的秘诀 41
21. 一定要算出你的时间价值 43
22. 计划是成功之匙 44

第四篇 我可以在任何时间向任何人销售任何产品

23. 销售是信心的传递,是情绪的转移 46
24. 别推销连自己都不相信的东西 49
25. 先买然后再卖 51

第五篇 潜意识力量比意识大三万倍

26. 心想事成的成功法则 54
27. 培养像火一般强烈的成功欲望 56
28. 要成功一定要天天自我确认 58
29. “想像力”是宇宙中最伟大的秘密 60

第六篇 要成功一定要学成功学

30. 学习是销售成功的阶梯 63
31. 永远要掌握最新最好的资讯 65
32. 推销员学习的四个原则 67
33. 向成功者学习 68
34. 要成功一定要研究成功学 70
35. 一定要成为行业的专家 71

第七篇 一定要比世界第一更努力

36. 了解行业中的顶尖人物 73
37. 在最短的时间采取最大量的行动 75
38. 建立百分之百绝对优势 77
39. 早起的鸟儿有虫吃 78
40. 比任何人都要努力 79
41. 模仿是成功最快速的方法 80
42. 永远要研究你的竞争对手 82
43. 找一个竞争对手,并超越他 84
44. 推销致富的思考模式 85

第八篇 永远要做得比要求的更多、更好

45. 热情是人生中最伟大的力量 88
46. 成功的推销是集中力和魄力的升华 91
47. 凡事都要主动出击 93
48. 创新才能致胜 94
49. 每天进步一点点 95

50. “用心”可以做好任何事情	97
51. 引喻的力量	98
52. 改变的黄金法则	100
53. 阻碍推销员成功的十五种“内心阻力”	102
第九篇 成功的次数跟准备的程度成正比	
54. 没有准备就是在准备失败	105
55. 练习、练习,再练习	107
56. 语不惊人死不休	108
57. 刹那即是永恒	109
58. 服装是推销员的推销员	111
59. 注意你的礼节	114
第十篇 认识人了解人你将无所不能	
60. 销售是 98% 的了解人性,以及 2% 的产品知识	115
61. 没有不好的人,只有不好的心态	116
62. 攻心为上	116
63. 二十四项客户的期待	121
64. 千万不要让顾客讨厌你	123
第十一篇 人脉就是钱脉	
65. 量大是所有成功致富的关键	125
66. 把每个人都当成最有价值的顾客对待	126
67. 人脉始于联系	127
68. 建立有效的客户关系网	128
69. 到鱼多的地方去打鱼	131
70. 别向和尚推销西装	133
71. 影响有影响力的人	134
72. 乔·吉拉德的 250 定律	135
第十二篇 顾客向你购买产品是因为信赖你、喜欢你	
73. 喜欢你,才会相信你	137
74. 真心喜欢每个人	143
75. 阎王也喜欢奉承	144
76. 投其所好	146

77. 合一架构	148
78. 用你的眼睛倾听	150
79. 幽默方程式	155
80. 开朗的笑容是吸引顾客最有力的武器	156
81. 一定要记住顾客的名字	158
82. 推销员就是演员	159
83. 如何提升你的个人行销魅力	161
第十三篇 成不成交关键在“问”	
84. 问题反射	164
85. 七加一法则	166
86. 二选一法则	167
87. 总结自己的推销话术	169
88. 催眠式推销	172
89. 顾问式行销	174
90. 电话推销:最有价值的销售利器	176
第十四篇 不推销牛排,推销噹噹声	
91. 推销员推销的是一种感觉	179
92. 销售结果而不要卖成分;说故事而不要讲理论	182
93. 找出客户最关心的利益点	183
94. 告诉客户他能得到哪些利益	184
95. 一定要让客户亲身体验产品	185
第十五篇 褒贬是买主,喝彩是闲人	
96. 痛苦快乐原则	187
97. 没有异议,就没有顾客	189
98. 拒绝是推销的开始	191
99. 任何东西都有人嫌贵	195
100. 处理异议的最佳时机是在它发生以前	197
101. 答复顾客反对理由的五种方法	198
102. 要让你的客户有面子	203
103. 即使顾客不买,你依然要感谢他	205

第十六篇 成交最基本的条件是满足需求并优于竞争者

104. 解读顾客的购买信号 206
105. 促使顾客成交的催熟剂 208
106. 消除成交的心理障碍 210

第十七篇 服务要永远超出客户的期望

107. 物超所值的服务,就是最佳的卖点 213
108. 成功等于顾客满意度 215
109. 双赢策略 217
110. 推销最重要的秘诀就是使用顾客见证,最好是
名人见证 219

第十八篇 把推销成功的秘诀,变成一种生活习惯

111. 养成让客户做转介绍的习惯 221
112. 三条最凝炼的推销技巧 222
113. 达成交易的四个想法 224
114. 五百名推销高手的成功秘诀 224
115. 增加销售额的秘诀 226
116. 维持身心的最佳状态 227
117. 成功就是简单的事情重复去做 230
118. 成功其实很简单,就是养成成功的习惯 232

第一篇

成功从推销开始

我不想留任何财产给我的儿子,但我祈求上天使我的儿子能成为一种人,拥有最重要的能力——Top sales 的能力。

克莱斯勒总裁 艾科卡

1. 推销——世界上最伟大的事业

在世界上的行行业业中,没有任何一个职业能像推销员这么伟大。现代推销员是社会发展的巨大动力,是推动社会进步的重要因素。在市场经济条件下,没有成功的推销,就没有生产的发展;没有技术的进步,就没有企业的利润。

销售是商战中的主战场,而在前沿阵地上冲锋陷阵、力克强敌的则是各家企业的战士——推销员。在市场经济不断发展的今天,统销和派销已经过时,推销逐渐升温。各种报刊杂志上刊登着各种招聘推销员的广告。求贤若渴的人们“高薪”、“减聘”市场销售专业人才。各种职业介绍所、人才交流中心的统计表明,企业目前最缺的不是会计,也不是科技人才,而是推销员。现代企业已把推销员提到了一个前所未有的高度来认识。推销员已成为公司的骨干,开拓市场的尖兵。

商品的銷售對任何一個企業來說，都猶如命脈。凡是效益

好的企业,都把产品的销售摆在显著的位置上。可以说,只有重视销售、重视推销员的企业家,才称得上是真正优秀的企业家。美国玫琳·凯化妆品公司的创始人就是这样一位优秀的企业家,她曾很简明地表述过她的看法:

“我认为,公司所有雇员都必须知道,他们会不会失业取决于销售人员。我们告诉生产人员:‘如果我们的销售人员不销售我们的产品,我们就要停产。’我们都有义务支持销售机构,我们如果没有这样做,就是失职。我不仅不断地使这句话传遍公司总部,而且不断地努力让销售人员也知道我们的态度。”

玫琳·凯的这种态度,是对待销售工作的唯一正确的态度。美国工业界每年要花 10 亿美元来培养推销人员。一些推销员出去完成任务归来时,企业领导人要亲自主持欢迎仪式。在日本,则明确规定:在保险业工作的推销员,如果工作成绩卓著,可荣获国家勋章。

在我们的周围,有不少推销员羞于将自己的职业告诉别人,不敢说自己是一名推销员,不敢告诉别人他们正在做推销。总而言之,他们自己看不起推销这一职业,看不起自己。这些推销员之所以抱着这样一种糊涂透顶的观念,完全是因为他们没有弄清销售对企业对社会的重要意义。

超级推销员与普通推销员的一个明显的差别就在于,超级推销员无一不为自己的职业而感到自豪。

推销员与企业家最有相似性,也最具备成为企业家的条件。从事推销工作的人观察问题比较全面,不仅能看到企业内部,还能看到企业外部;不仅了解下层,也了解上层。推销员交际面广,对市场、顾客、竞争者都有深刻了解,因此见多识广、耳聪目明,信息十分灵通。这些条件,是每一位企业家所必备的。所以美国管理大师杜拉克曾经预言,在未来 20 年内,美国大约有 80% 的企业将聘请曾经当过推销员的人担任公司总经理之类的职务。

推销员是“含金量”很高的工作。从事推销可以获得高额收入,这一点是很诱人的。美国著名推销大王乔·吉拉德 1 年的推销收入高于美国总统的收入。推销员年收入在几十万元

的也并不鲜见。当然这需要推销员具备良好的素质,掌握高超的推销技巧。

沈阳有家企业提出:“厂长是首席推销员。”事实上,许多企业领袖、实业英雄、财团老板都曾经从事过推销工作。

据欧洲共同体几个国家的1份研究报告称,大约有95%以上的高级经理人员认为“推销能力”是现代企业经理人员所必须具备的“首要的”能力。让克莱斯勒公司重振雄风的艾科卡、香港巨富李嘉诚、台湾的蔡万霖、王永庆、大陆的李晓华等企业界巨人,还有无数经商成功者,都是从推销起家。在保险业“推销之神”原一平、“行销女神”柴田和子、“保险泰斗”班·费德文、“保险教父”弗兰克·贝格等这些推销大师不仅赢得了财富,也赢得了世界的尊敬。现今,日本平均每5个就业者就有1位是从事推销工作的,正是这些推销员把日本产品推销到世界各地,创造了战后日本的经济奇迹。

推销员的前途是充满希望的。

在美国一报刊曾登过这样一篇文章《我是一名骄傲的推销员》文中写道:

“我是一名骄傲的推销员,因为我和数以百万计从事相同工作的人共同创造了美国。

因为即使厂商的产品再好,如果没有我们辛勤地到处推销,他们也只能坐以待毙。

聪明的爱迪生发明了电灯,不过却说服不了固执的人们正眼一瞧。当第一部缝纫机问世时,波士顿的民众不但不领情还将它砸个粉碎。火车也被当成怪兽诅咒,因为人民相信只要搭上半个小时,人们的血液就会停止。发明电报的摩斯无法说服议会相信电波的存在。

这一切一切都是靠辛勤的推销员凭其三寸不烂之舌到处推广,否则我们便不可能享受到驾驶汽车、使用电话、观看电视等现代文明的便利。”

总之,推销是美国经济发展的原动力,美国之所以能成为世界的超级大国,原因之一就是有着无数默默努力的推销员。

人人都是推销员,社会离不开推销。在这里,我愿意以美

国汽车推销大王乔·吉拉德的一段话进一步昭示真理：

“推销员是这个世界发展的动力，我认为我们每一个推销员都应该为自己的职业而感到光荣，我总会这样想。从35岁那年开始，我已经卖出了12000多辆新汽车，其中包括各种型号的轿车和卡车。你知道吗？我一个人就为社会创造了许多就业机会，因为要制造这些汽车就要生产和出售许多钢材和其他各种材料，要开动这些汽车，就要有高速公路和加油站，还要有汽车修理店如此等等。仅通用汽车公司及其所属的几千家供应商，就从我们的交易中赚到了几百万美金。了解了这些道理也许你就会知道推销员是了不起的无名英雄，推销员推销了商品，也推动了这个世界。如果我不把货物从架子上和仓库里搬运出来卖给顾客，那么整个美国的经济体系就要停止运转，一切都完蛋了。要知道，没有我们这些推销员，就没有工作和商店，就没有老板和经理，就没有工人和工程师，也就没有你现在的这样美好的生活。没有，一切都没有。”

最新统计资料表明，在世界排名赚钱最多的十大职业中，推销员排名第三，仅次于医生和律师。

2. 人人都是推销员，事事皆是销售

现代社会是一个推销的社会，我们每一个人都需要推销，我们每一个人都在从事推销。我们无时无刻不在推销自己的思想、观点、产品、成就、服务、主张、感情，如此等等。

推销就是说服，是人类的基本行为之一。根据西方推销学者的说法，这个世界是一个需要推销的世界，大家都是不同形式的推销员，人人都要推销某种东西，不管你是否喜欢推销。

自从你出生以来，你就一直在推销。婴儿又哭又闹，于是妈妈把他抱在怀里，将奶瓶塞到他嘴里。你用哭闹向妈妈推销，接到的订单就是牛奶和妈妈温暖的怀抱；

当你稍大一点的时候，你就装模作样，向妈妈推销你的天真、活泼和可爱的天性；

当你知道钱可买东西的时候，你又采取“赖皮式推销法”，