

吉尼斯世界纪录
房地产销售第一名

LE'S

全球第一销售训练师

营销训练全书

霍普金斯的著述被列为销售认证必读书，全球主要销售培训课程均来源于他的销售培训系统。



的营销教父



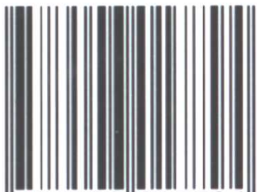
冠军销售手册

独步全球的行销秘笈

一本最伟大的推销学全书

或许，人们早已忘记霍普金斯至今仍是房地产销售吉尼斯世界纪录保持者。现在，他真正为全球业界所追捧的是他跨行业的推销员培训业务，他所创立的“国际培训集团”，在培训理念、方法和技巧上独步全球。如今，经他培训的各种行业的公司遍及世界各地，行销人员超过了1000万。

ISBN 7-5060-1779-2



9 787506 017794 >

定价：22.00 元

吉尼斯世界纪录
房地产销售第一名

...E'S

全球第一销售训练师

销售训练全书

霍普金斯的著述被列为销售认证必读书，全球主要销售培训课程均来源于他的销售培训系统。



营销教父

霍普金斯的著述被列为销售认证必读书
全球主要销售培训课程均来源于他的销售培训系统



THE NO.1 GLOBE SALES TRAINER

全球第一销 全售训练师

汤姆·霍普金斯营销训练全书



全球所有行业的营销教父

东方出版社

1AP16/00

策划编辑: 任 和
责任编辑: 张慎趋
封面设计: 子 健
版式设计: 吴杏园

图书在版编目(CIP)数据

全球第一销售训练师/(美) 乔治·哈里 著 白任 编译;
北京: 东方出版社, 2004.1
ISBN 7-5060-1779-2
I.全… II.哈… III.销售学 IV.F713.3
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 111409 号

全球第一销售训练师

(美) 乔治·哈里 著
白任 编译

东方出版社 出版发行
(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京市大运河印刷有限责任公司印刷 新华书店经销

2004 年 1 月第 1 版 2004 年 1 月北京第 1 次印刷
开本: 787 毫米×1092 毫米 1/16 印张 12.5
字数: 160 千字 印数: 1~10,000 册

ISBN 7-5060-1779-2 定价: 22.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号
人民东方图书销售中心 电话 (010)65250021 65289539

🏆 他是吉尼斯世界纪录房地产销售第一名

🏆 但人们广为知道的是他对所有销售行业开设的培训课程

🏆 他是当今世界排名第一的推销培训大师

🏆 被誉为“销售冠军的缔造者”

🏆 他的著述（培训教材）被译为欧洲所有语种，并被列为销售认证必读

他策划过历史上仅有的耗资

最贵的全球推销大案：亚特兰大奥运会全球推广计划

主导过迪士尼、宝洁、橘丘柳橙汁等产品的大型推销策划

序

提升生活质量，造就人生杰作

一个普通人如何改变他的命运？一个普通人如何过上富足快乐的生活？不切实际的回答往往如下：

当官（恐怕没机会吧？恐怕没资历吧？）

当老板（这需要很多条件，资金、运气、社会资源等，你能搞定吗？）

上名牌大学（是不是有年龄问题？还有机会、时间等各种不利因素？而且，名牌大学毕业生最后大多数也是不成功的。）

创造发明（这太棒了！但是太玄了！）

实际上，推销工作是当今社会中的普通人改变自己生活层次的最佳捷径（这是一个商业时代啊）。汤姆·霍普金斯认为，不具备上述条件而又希求人生富贵的人，极需警醒和奋起，这类人首先应选择做推销工作，因为：

1. 推销工作不需要资金，无风险。

2. 推销收入无上限，收入可轻易超过企业的一些管理层，甚至中小业主。没有人可以限制你的收入。

3. 选择忙或闲以及生活方式，你拥有最大的自主权。

汤姆·霍普金斯见多识广，从国家元首到各路求职者，从资本家到文化人到白领，可以说对社会各阶层的生活常态均有体会和见解，在汤姆的职业见解里，现今社会获得高收入的最便捷途径就是营销工作，除了做大官和大资本家，其他行业无法望其项


大学中途退学

初入销售界屡遭惨败，穷困潦倒

用身上最后的一点钱

上了世界第一激励大师金克拉的一个为期五天的培训班

没想，此即成了他命运的转折点



欧美各国接受其培训的学员 人数超过了千万

背。仔细一想，此论确实可以当真。

汤姆最让人感动的一条推销理论竟然是：“为了你的所爱，多挣些钱吧！”

本书主人翁汤姆·霍普金斯毋庸置疑是全球推销员的典范，他拥有如下响当当的称号：

世界排名第一的销售训练大师

推销之神

国际销售界的传奇冠军

世界上最伟大的营销策划人

超级业务员的教练


销售冠军的缔造者

……

其实，汤姆·霍普金斯最早是从做售楼先生起家的，至今他还是吉尼斯世界纪录房地产销售最高纪录保持者。现在他向各行业提供杰出的销售计划和营销人员培训，并以此闻名全球，他现在虽然贵为国际培训集团总裁，经他培训的人员已经超过一千万，他的营销教材被欧美列为销售员认证必读，其培训被业内专家认为是营销者必不可少的一场人生经历。但他活泼、条理清晰的案例和现场互动的培训方法确实还不太为中国业界人士所熟知。

直接、简洁、具体、实用是汤姆·霍普金斯营销培训的全部特点，也是其技压群芳之处。读完这本书，你会发现汤姆培训中的推销手段常常可爱而又让人惊讶。

当今全球最旺销的营销类图书



金将·销售技巧

目录

第一章

- 快来看看：做销售有哪些意想不到的好处 /1

我生命中的一个目标，就是帮你赚更多的钱。别让我失望哦！不断地加强你的能力，增加你的收入，生活会更加美好！

第二章

- 必须选择好你要服务的公司，然后在服饰上穿出你的专业来 /11

他将休闲服换成时髦的西装，他那些高消费客户很快地就用较为温和的方式对待他，所以就更专心地听他说话，并采纳他的意见，而且他也发现自己的提议开始受到欢迎，常常意外地出现有利可图的替代方案。

第三章

- 世界上最棒的 12 个销售法则 /19

冠军们渴望富有，是的，富有！他们想获取高收入，从而用于投资而获得更大的独立。他们是积极乐观的，他们会为自己带来灿烂的阳光。

第四章

- 现在看看你的四周有哪些客户群 /29

成功的推销员往往善于开发“温暖”的市场。所谓“温暖”的市场，也就是你的亲朋好友所建立的“市场”。这种“温暖的”市场可以解决你最初从业时熟人太少的局促，慢慢使你的熟人圈像雪球一样越滚越大。

第五章

● 独步全美推销语法 / 41

当客户发现一个有意思的东西，可能会产生踌躇不前而又渴望的心理；当你对他讲“这件衣裳穿上去很好看”时，客户反而会转身离去。因为这是一个早已用滥了的赞语，很难再生效。

第六章

● 如果你想成为有效率的高收入者，必须学习这些技巧 / 49

我不给人思考的时间，不然他们考虑后的回答可能就不是我想要的答案了。专业的推销员会做一些会面的准备。设置一些对应的话语，并根据各种场景思考、演练甚至排演，直到能够轻松自如地应对。

第七章

● 打好电话，能使你做好一半的业务 / 59

20分钟，为约见时间最合理的长度，也是对方最容易接受的时间。请你在要求与客户见面的电话中忘掉“下午让我们见面好好谈谈”之类的话语，只要求见面20分钟，保证谁都愿意跟你见面。

第八章

● 教你制作两张销售计划表 / 69

视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉，不同的人会有不同的感觉居支配地位。我们把客人分成五类，请相信我，这一切都是天生的，你只要找出你的客户是“视觉型”人，还是“听觉型”人，并按照我们的方法去处理，你会发现事情原来这么简单！

目录

全球第一销售行

第九章

- 我必须让这人喜欢我，不然我会输 /89

有位年轻的推销员是如此握手的。他有2米多高的个子，150公斤的体重，他遇见了一位50公斤的瘦弱的人。他紧紧握住了此人的手，注视着他的眼睛，并以开怀的笑容靠过去，露出了闪亮的全部牙齿，轰鸣般地说：“嗨，我们做个生意吧！”

第十章

- 有的人热衷于买一些享受型的东西，有一些人喜欢购买实用型的东西 /97

你要以产品和服务为支柱，给他们一式三份的选择。当他们对你的产品挑三拣四时，很可能是真正的买主；当他们对你的产品轻易认可时，反倒有可能是随便看看而已。

第十一章

- 超级冠军经常使用的两种简单而又能致胜的办法 /103

一位年轻的董事，他努力想与纽约一家房地产公司总裁取得联系，可一直被接待员、秘书和助手挡住。一天晚上，他在正式下班1小时后灵机一动又打电话，接待员为他接通了总裁。原来这位总裁喜欢在别人都回家以后才工作……

第十二章

- 这里有五种为你量身打造的“拒绝”会给你带来新成果 /113

一对夫妻购物时，丈夫认为不用购买，而妻子则希望买下来。这种情况下，你可将球踢给丈夫：“你认为不太需要，是吗？”然后，你再对妻子说：“那你认为他的看法对吗？打算如何去做？”

两个客户一起购物时，你要充分尊重他们每个人的想法，你不必急切推荐产品而应该关注他们的想法，他们的一方有时会说服另一方同意采购。

第十三章

- 让我们来学学顶级销售员的这些成交法则 / 123

有对颇有名望的香港夫妇在商场看上了一只9万美元的翡翠戒指，只因价格昂贵而犹豫不决。在一旁察颜观色的销售员走了过来，她向两位客人介绍说，东南亚某国总统夫人也非常喜欢这只戒指，但就因为太贵而没买。经服务员一激，这对夫妇当即买下了这只翡翠戒指，因为很多巨富都愿意显示自己比上层高官更有实力。

第十四章

- 最伟大的赚钱法则：插上翅膀去挣钱 / 145

你要善于从一个点做到一个面，从一滴水变成一片水。当你跟一个人做生意时，既要了解他的个性，也要研究他的行业特性。从做成一个人的生意，变为做成一群人的生意，到做成一大片生意（一个行业的生意）。此时，老兄，恭喜你，你产生了飞跃，你的境界已经升华，你从销售变成了倾销。

第十五章

- 设定你的目标，过伟大的生活 / 159

我在销售界的第一个一年目标是要买一辆新车，果然，我实现了这样一个明确的目标。我建议一年目标以下，你可以设定一个短期目标，短期目标最好不要超过90天，短期目标的时间太长，你会失去兴趣。总之，你要衣服、车子，所有的物质要求能让你完成目标时觉得兴奋与满足。

第十六章

- 关注自己的情绪，以便激发更大的潜能 / 175

作为推销员，你会仔细考虑客户的心理需求、审美需求、物质需求，但却忽略了自己的心理需求。超级推销员会安排时间规划如何激励自我，犒劳自我。

优秀的销售人员应该掌握手的

快来看一看
哪些意想不到的好处
做销售有

第一章



SOLD

推销这个行业，最令我振奋之处莫过于如此：所有的决定都取决于自己，一切操纵于自己。推销是一项报酬率最高的艰难工作，也是一项报酬率最低的轻松工作。我选择推销是因为我可以成为销售职场中的主宰，他人的需求对我的规划并不造成什么影响，其他人想要或不想要给我什么，也不会造成太大的不同，惟一重要的一件事，就是我为我自己做了些什么？我获得了些什么？

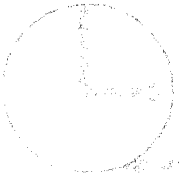
只要你花时间、精力去努力工作，就能做好。优秀的销售人员总是很抢手的，几乎每家公司都想聘用高素质的销售人员来推售商品或是服务。大多数公司都需要提高利润，创造效益，这就离不开顶尖业务员的努力。

企业对出类拔萃的销售人员的需求永远也没有满足的一天。任何一家公司都在求贤若渴地寻觅更专业的销售人员来推销商品。当然，这里最重要的是“专业”。

你的收入永无止境

在你选择推销这种职业时，你是否了解它的八大优点？

1. 自由。我们热爱推销工作的一大原因是它有表达的自由。推销是一份自由做你自己的工作，你可以做你想做的事并凭着足智多谋的能力，坚韧不拔的精神，为自己赢得事业



全世界的营销教父

的成功。没有任何工作比推销更能体现经济效益，没有任何工作的成败比推销更能取决于你对工作的进取心。

2.有趣。推销工作是新鲜而有趣的。有多少人为了生计而乏味地工作着。我的哲学是如果你做的这一行没有乐趣，就不值得去做，生活应该是有乐趣的，尤其是为养家糊口而挣钱时，更应该充满乐趣。

3.成就感。推销工作将赋予你极强的成就感。当你看到你的客户外出时带着你的产品，这种感觉是非常棒的。当你回家时知道自己帮助了别人，会很开心，你可以说：“我让别人享受了我公司提供的产品了。”

当一个公司的主管给你签下订单时，你会因为你们的产品能帮他们实现目标而知足。你所提供服务的这些人会从你的能力、技巧上受惠，你在推销上越专业，带给客户、家人的经济效益就越丰厚。

4.没有收入限额。你能达到你希望达到的成功。在我们这个行业中，除了你自己以外，没有人能限制你的收入，收入是永无止境的。

你可能会说出这家公司销售的最高收入，但这并不意味着不能赚得更多了。你能设想一下你的业务经理走过来跟你说“你做得很好，但是你的业绩太高了点，你必须把脚步放慢一些”这样的话吗？

公司和员工的利益是一致的，追求高效益是永无止境的。

5.挑战感。推销，几乎每天都有挑战，这是其他工作中无法具备的。推销行业，每天都有新挑战要应付、突破，这些挑战鼓舞着你奋勇向前，而不是退却倒下。推销是很有利可图的事情，在日落以前，你未必能肯定今天没有机会了。在推销工作中，你绝不知道哪一天会有什么机会，什么时候

营销教父

会赢第一年告别贫穷

会赢得新客户。对业务员来说，每一天都是新挑战，每天都有新经验。在推销中，我们可以在48小时内从愉快的巅峰坠落到失望的谷底，然后又很快再回到巅峰。这不是很刺激吗？

如果你乐于这种工作，你会觉得这种挑战有趣，也就会期盼它，寻求它，发现它，再超越它。如果你想成就大业，那就勇敢地去吧！获取高收入的捷径就是克服种种挑战。

6. 风险小。推销工作风险小，不需要投资什么钱，但有很多获利机会。如果你想自己开办公司，需要一笔不小的投资，责任心要特别强，工作时间会很长，风险还很大，而且，你需要一定的时间才能挣回投资，再去获利。

作为业务员，你没有资金的投入，就不用担心资本积压，生意亏空；最大的损失莫过于收入微薄一些而已。你所需要花费的只是时间和精力，用心学习产品知识与磨炼专业技巧。这样，你很快就会具备更强的赚钱能力了。

7. 激发自我成长。除了你自己，没人能限制你的成长。

多赚点钱吧！更能干些吧！你不妨多了解你的产品和服务；观察你的客户和销售区域吧！在所有的机会中磨练、改善你的专业技巧。循序渐进地创造业绩。

我生命中的一个小目标，就是帮你赚更多的钱。别让我失望呀！不断地加强你的能力，增加你的收入，生活会更加美好。（汤姆·霍普金斯常对每一个推销员说这样的话）高收入的业务员，他们有不同的背景，不同的个性，不同的喜好，但相同的是能力很强。他们

美国销售经典

老鼠钻洞，优惠出售

20世纪初期，有一位叫詹姆斯·卡什·彭尼的人，开了一家零售商店。有一年，商店的生意十分不景气，营业额直线下降。彭尼心急如焚，怎么办呢？

他冷静分析每一个消费者的购买行为，忽然茅塞顿开，明白了一个大道理。那就是人们选购时，总希望买到价廉物美的商品。为招揽顾客，于是，他做了一个讨人喜欢的小玩意放在商店的柜台上。他在一块胶合板上挖了约50个洞，洞旁分别注上1%、2%、3%直到50%等号码，然后把一只玻璃瓶放进洞内后边，当有顾客来到商店买东西时，彭尼就放出一只小老鼠，它钻进哪个洞，售价则按哪个洞标的百分比打折扣。这一有趣的玩具，不仅招来了想买东西的大人们，更引起了孩子们的兴趣。孩子们闻此消息，闹着叫大人带去比试比试，本来无购物欲望的主妇们，也在孩子们的催促下光顾商店。由于孩子们让老鼠钻洞，主妇们只好购买商品。彭尼的营业额像水银柱受热一样迅速上升。