



阅想时代
Mind Times Press

全球销售研究泰斗、SPIN 销售法的提出者
Huthwaite 公司总裁兼 CEO 约翰·戈登 倾力打造

打赢一场销售的战役

—— 世界著名战役销售启示录 ——

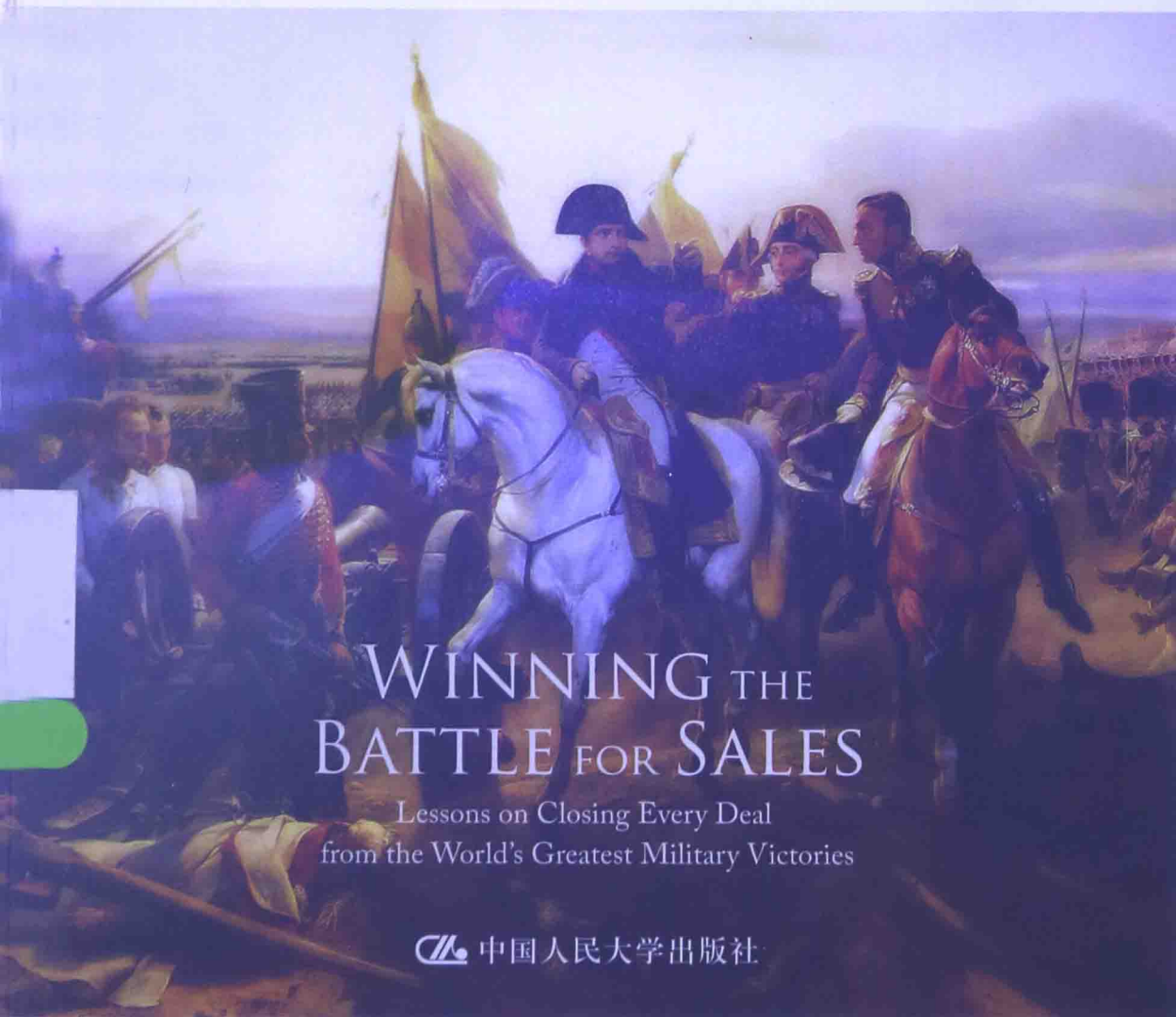
[美] 约翰·戈登 (John Golden) 著 曾琳 刘怡 译

[美] 大卫·康诺顿 (David M. Connaughton) 插画

集军事战争史、SPIN 销售法
于一身的跨界销售巨著

卓越营销人员必读巨作
《销售的革命》的姊妹篇

以史为鉴，从历史重大战役中
提取销售经验，打赢你的销售战役



打赢一场销售的战役

— 世界著名战役销售启示录 —

[美] 约翰·戈登 (John Golden) 著 曾琳 刘怡 译

[美] 大卫·康诺顿 (David M. Connaughton) 插画

WINNING THE BATTLE FOR SALES

Lessons on Closing Every Deal
from the World's Greatest Military Victories

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

打赢一场销售的战役 : 世界著名战役销售启示录 / (美) 戈登著 ; 曾琳 , 刘怡译 .
—北京 : 中国人民大学出版社 , 2014. 12
ISBN 978-7-300-20499-4

I. ①打… II. ①戈… ②曾… ③刘… III. ①销售学 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第300124号

打赢一场销售的战役 : 世界著名战役销售启示录

[美] 约翰 · 戈登 著

曾琳 刘怡 译

Daying Yichang Xiaoshou De Zhanyi : Shijie Zhuming Zhanyi Xiaoshou Qishilu

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街31号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511770 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 [http:// www. crup. com. cn](http://www.crup.com.cn)

[http:// www. ttrnet. com](http://www.ttrnet.com) (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京中印联印务有限公司

规 格 170 mm × 230 mm 16开本

版 次 2015年1月第1版

印 张 17 插页1

印 次 2015年1月第1次印刷

字 数 194 000

定 价 55.00元

版权所有

侵权必究

印装差错

负责调换



约翰·戈登
John Golden

约翰·戈登是世界顶尖销售绩效评估提升机构 Huthwaite 公司的总裁兼 CEO。戈登在业界取得的骄人成绩以及他致力于通过销售培训提升销售业绩表现的愿景成就了 Huthwaite 公司今日的成功。在加入 Huthwaite 之前,戈登曾任职于美国抵押贷款银行协会、新视野 (New Horizons CLC) 等公司。

你可以通过他的 Twitter @johnngolden 联系到他。

阅 想 时 代 | 策 划
Mind Times Press

责任编辑 陶丽萍 策划编辑 田碧霄 封面设计 道辙
欲知更多新书信息、投稿交流,请发送邮件至 mtpress@126.com
阅想时代官方微博 @阅想时代 (新浪微博)
阅想时代官方微信 阅想时代

学习战争中的成功经验，
避免战争中的失败教训，
获得销售实战的最佳武器——

- 拿破仑远征莫斯科之战
——销售中准确预测的重要性
- 伊庇鲁斯国王皮洛士 Vs 罗马（公元前 280 – 公元前 279 年）
——避免销售中得不偿失的皮洛士式的胜利
- 布莱舰长 Vs 大副弗莱彻·克里斯蒂安和叛变者
（1789 年）
——理解客户的需要和诉求的重要性
- 美国南北战争：深坑之战—彼得堡之围（1864 年）
——如何制定出其不意的销售解决方案
- OK 镇大决斗：怀特·厄普等人 Vs 牛仔（1881 年）
——巧妙避开谈判陷阱，实现预定销售目标
- 克朗塔夫之战：布赖恩·博鲁 Vs 维京人（1014 年）
——将潜在的机会转变成价值驱动力

WINNING THE BATTLE FOR SALES

| 本书赞誉 |

很难想象还有比《打赢一场销售的战役》更妙的传授销售艺术和技巧的方式。本书重点讲述的是在互联网为买家提供前所未有的信息优势的时代，销售人员如何在这个瞬息万变的战场上击败自己的竞争对手。毫无疑问，阅读此书销售人员将受益匪浅。而我推荐本书的理由是：作者通过生动浅显的语言将那些改变世界的著名战争娓娓道来，并以现代的眼光解读我们耳熟能详却还未来得及领悟的个中道理。本书正好以飨爱好历史的读者。

威廉·德莫迪 (William Dermody)

《今日美国》世界军事编辑

作者通过一些著名的历史事件阐述了销售人员如何能够在极度高压下保持敏锐的头脑。我向所有人强烈推荐这本书——无论你是高层管理人员，还是即将投身于销售这个令人兴奋的战场的青年学生。

霍华德·穆恩 (Howard Moon)

军事史学家、作家

十九世纪的作家安布罗斯·比尔斯 (Ambrose Bierce) 曾说过：“战争是上帝教美国人地理的一个好方法。”虽然我怀疑约翰·戈登可能会说这本书也是基于这样的想法，但约翰已经证明，战争的确能够有效地传授关键的销售技巧。为说明一个重要的概念，作者会精心挑选一场战争或事件来强化这一概念，巩固它在读者脑海中的印象。而这些是普通的销售培训读本无法企及的。作为给读者额外的福利，那些假想的、如雷的蹄声和刀

剑的碰撞声将与登机广播一起，陪你踏上下一次销售之旅。

杰伊·布林克曼 (Jay Brinkmann)

美国抵押贷款银行家协会研究员和教育部首席经济学家兼高级副总裁

一位好的军事家从本质上讲就是一名出色的销售人员。因此我相信，一位优秀的销售人员也能成为一位很好的军事家。作者在本书中强有力地证明了，这两种截然不同的职业事实上有很多相似之处。

朱莉·A·本茨 (Julie A Bentz)

准将、博士

作者以极其独特且有趣的方式为读者上了一堂又一堂生动的销售课。通过这本书，我学到了不少有用的销售技巧和概念，也在不知不觉中了解了很多军事史。巧妙的叙述方式和生动浅显的语言不但能够吸引读者，也有助于他们记住书中的重要内容。我向所有新入行的销售人员以及经验丰富的专业人士推荐这本书。

查克·列侬 (Chuck Lennon)

广爱总裁

这本书证明，约翰·戈登是一位真正的销售战略家，正因如此，他才能够让你“全神贯注”。约翰将军事上的胜利与成功的B2B销售联系在一起，十分巧妙、贴切、具有启发性。在如何“赢得销售战争的胜利”这个问题上，约翰的观点新颖而有见地。

戴夫·斯坦因 (Dave Stein)

ES研究集团有限公司首席执行官和创始人

我清楚地记得我的第一位副总裁谈及“营销”和“目标”时的情景。事实上，军事战术是成功的销售人员职业生涯中的重要一课。丰富、实用的例子配上生动的插图，即使是最有经验的销售专家也能从约翰·戈登的策略中获得启发。约翰为销售培训引入了全新的视角，这些有力的指导将帮助你赢得销售的战役。

大卫·米尔曼·斯科特 (David Meerman Scott)
畅销书《新规则：用社会化媒体做营销和公关》作者

丨前言丨

销售可以说是最古老的职业之一。自古以来，它始终是人类经济的核心。人类从开始相互交流沟通起，一直在买卖商品和服务。事实上，文字在发明之初，很可能就是用来记录商品和财产买卖的，其中具有代表性的是大约可溯至公元前2600年、青铜时代早期的苏美尔人的楔形文字和埃及的象形文字。在楔形文字和象形文字中，都有用于记录牲畜、鸟类、谷物和其他商品的数字和图形。早期贸易的主要形式是易货贸易，直到约公元前1500年腓尼基人发明了金属货币。

总而言之，销售很重要，一直以来都很重要。除了资本，它是创造财富和维系财富最重要的元素。同样重要的还有历史。大法官奥利弗·温德尔·霍姆斯（Oliver Wendell Holmes, Jr.）说过：“一页历史胜过一册理论。”换句话说，就是事实胜于雄辩。已经发生的远比可能发生的更加重要。

最后，我认为军事历史也很重要。纵观整个人类历史，贸易和战争通常有着密切的联系。但我在此并不想研究金钱与战争，或者贸易与对抗之间的关系。相反，我将在本书中探讨如何从军事历史（因为它很迷人）中学到适用于销售世界（因为它很重要）的经验。

从古埃及到美国西部，我将从世界上著名的战役中汲取经验。由于销售和战役一样，涉及人的心理、情感和反应，因此，本书将探讨二者如何相互借鉴。

用轶事和事件来说明观点和加强概念，是一个和口头语言一样古老的传统。从先知到政客（范围非常广阔），人们都喜欢用故事来帮助理解

和记忆。联想记忆是我们天生的技能。在我们的日常工作和生活中，我们常常通过这种技能使我们丰富的经验得以充分利用，以应对挑战和抓住机会。记忆力曾经帮助我们很多，并且曾是个人能力的证明，然而，我们现在正频繁地使用技术来减少对记忆的依赖。从智能手机和平板电脑，到便捷的网上数据库，再到能传授和强化一切知识和方法的工具，林林总总的应用程序和“及时”辅助工具总能在我们需要的时候给予我们帮助，记忆和回忆似乎正变得越来越不重要。

你可能会问，为什么要在一本讲销售的书里通过晦涩的、遥远的战争来说明观点？简单地说，尽管我们有了刚才提到的各种新的技术工具，但在日益复杂和瞬息万变的销售环境中，记住并运用有效的销售技巧、策略和战术并没有因此变得更简单，而是变得更难了。所以，我决定借助经过无数试练与考验的“联想记忆”法介绍（或者重新介绍）出色的销售人员需要具备的一些基本技巧、策略和战术，并通过与军事事件相联系，强化这些观点。我绝非要以任何方式赞美武力对抗，只是想说明销售和战争之间的隐喻关系——《孙子兵法》的持续畅销就是最好的证明，这部兵家古籍著于公元前6世纪，其中的智慧如今仍被世界各地的销售人员所津津乐道。

不过，这不是类比。在大多数情况下，战争和销售之间的关联仅仅是文字游戏，目的仅仅是帮助回忆。我并不是要说战争和销售之间有什么相似之处。战争是零和博弈，而销售却是为了双赢。不过，通过书中有关战争决策的插图可以帮助读者记住相关的销售经验，这才是我的意图。我只是想把容易记忆的趣闻轶事和销售知识联系起来，便于读者记忆。当然，我知道，从销售的角度来解读这些故事，有的很有趣，有的恰到好处，有

的则有些牵强。对此，你可以持保留态度，但是要明白，这仅仅是一个学习工具，而非任何意义上的类比。

1978年，Huthwaite公司的创始人、行为心理学家尼尔·雷克汉姆（Neil Rackham）开始了一项针对卓越销售人员的调查。这项开创性的研究历时12年，目前仍是该领域唯一的一次尝试。通过对27个国家的全球领先销售组织进行的35 000多次销售拜访，尼尔和他的研究团队发现了成功销售人员的独特的行为特征。

结果是开创性的——研究指出行为差异是成功销售的关键。这些发现引出了许多模型和框架，其中包括Huthwaite著名的SPIN销售法[®]。SPIN销售法彻底改变了销售世界，并提出了“顾问式销售”的概念。

由于我想传授的销售经验是已经过科学验证的，因此它们是具体的、可量化的、客观的和可观察的。它们也是便于讲授的、可重复和可衡量的。在完成初步调查后，Huthwaite公司逐年扩大研究范围，通过客户的参与，不断验证这些原则的有效性。

我希望，下一次当你需要用到特定的销售技能或战术的时候，威尔士长弓手、罗马军团或者匈奴王阿提拉能够助你一臂之力。

| 章节设置 |

每一个章节——像尤利乌斯·恺撒（Julius Caesar）时期的高卢一样，都被分为三个部分，分别以下面的图片作标记。

战争经过



战争经过

有战争，就有输赢。人类的历史进程中充斥着战争，或光荣，或耻辱，这取决于你站在哪一方的立场上，以及由谁来谱写历史。我将尽可能站在中立的角度，公正地描述每一场战争。

战争意义



战争意义

我选择的都是真正具有时代意义的战争，其中一些甚至具有永恒的意义。这些战争发生在世界各地，有陆战，也有海战。有的见证了帝国的兴起，有的目睹了帝国扩张希望的破灭，有的则类似于酒吧里的斗殴——但所有战争都对其参与者产生过深远的影响，并在某种意义上影响过整个时代。我会努力探寻每一场战争的意义。

销售启示



销售启示

有抱负的销售人员要如何借鉴这些历史经验，从而知道应该做什么、不应该做什么。我从Huthwaite公司富有传奇色彩的研究中获得启发，结合历史，得出经验。我相信，历

史是一所好学校，不仅仅因为研习历史能避免悲剧重演，还因为它能帮助我们解决其他领域的问题。我真的希望，这些历史奇谈能帮助你记住那些亘古不变的销售真理。

丨译者后记丨

这本书首先让读者了解到以史为鉴，并从中汲取营养是世界各民族都在积极开展的一种学习方式。翻看本书的读者也许已经熟悉了中国五千年的历史，而在阅读本书之后，读者更将一窥世界几千年的历史。与中国朝代更迭、血雨腥风的历史同行并进的是发生在世界其他地区的大战役、大溃败。风云激荡之后的历史沉淀，给今天的读者留下了一笔宝贵的财富。

这本书的作者约翰·戈登被视为销售领域教父级的人物。他在本书中借历史教训来阐述销售的真谛。读完此书，读者不仅熟悉了历史战役中的失误、失策、失利，同时也了解了这些战役之所以取得成功的原因。更为重要的是，作者以案例分析的方式总结历史经验教训对销售活动的启示。这无疑是本书最大的特点。

商场如战场，而人生是我们在其中驰骋奋斗的竞技场。读史思今，商场得失和人生竞技场上的成败其实也是相辅相成的。这本书让我们看到，作者在读史言商的同时，也旨在启发读者对人生的哲思。散落在本书中古老的箴言，比如：“追逐金钱的人将沦为人生的奴隶”，让我们感到，阅读本书就像听一位良友娓娓道出人生的真谛。这本书所包含的绝不仅仅是销售必杀技。读完本书，我们不禁会生发出面对过往、对当今社会，以及时代变迁时该如何自处，又该如何应对的追问。

参与本书资料查找核对的人有曾元滔、吴妮、郭雪梅、赵菁、吴英。该书由曾琳、刘怡共同翻译，并由曾琳最后统一定稿。

书中翻译不当之处，敬请指正。

曾琳

2014年12月于新西兰但尼丁

北京阅想时代文化发展有限责任公司为中国人民大学出版社有限公司下属的商业新知事业部，致力于经管类优秀出版物（外版书为主）的策划及出版，主要涉及经济管理、金融、投资理财、心理学、成功励志、生活等出版领域，下设“阅想·商业”、“阅想·财富”、“阅想·新知”、“阅想·心理”以及“阅想·生活”等多条产品线。致力于为国内商业人士提供包含最先进、最前沿的管理理念和思想的专业类图书和趋势类图书，同时也为满足商业人士的内心诉求，打造一系列提倡心理和生活健康的心理学图书和生活管理类图书。



阅想·新知

《对“伪大数据”说不：走出大数据分析与解读的误区》

- 畅销书《数据统治世界》作者、美国纽约大学统计学权威教授、超高人气博客“垃圾图表”博主最新力作。
- 培养敏锐的“数字直觉”，学会对“伪大数据”说不！



《断点：互联网进化启示录》

- 一部神经学、生物学与互联网技术大融合的互联网进化史诗巨著。
- 《纽约时报》、《今日美国》年度超级畅销书。



《大未来：移动互联时代的十大趋势》

- 第一本全面预测未来十年发展趋势的前瞻性商业图书。
- 涵盖了移动互联网时代的十大趋势及其分析，具有预测性和极高的商业参考价值，帮助企业捕捉通往未来的商机。
- 全球顶级管理咨询公司沙利文公司中国区总经理撰文推荐。
- 中国电子信息产业发展研究院鼎力推荐。



《数据之美：一本书学会可视化设计》

- 《经济学人》杂志 2013 年年度推荐的三大可视化图书之一。
- 《大数据时代》作者、《经济学人》大数据主编肯尼思·库克耶倾情推荐，称赞其为“关于数据呈现的思考和方式的颠覆之作”。
- 亚马逊数据和信息可视化类图书排名第 3 位。
- 畅销书《鲜活的数据》作者最新力作及姐妹篇。
- 第一本系统讲述数据可视化过程的普及图书。





阅想·商业

西苑·陈宏



《敏捷性思维：构建快速更迭时代的适应性领导力》

（“商业与敏捷性”系列）

- 世界敏捷项目管理大师吉姆·海史密斯的最新力作。
- 曾成功帮助华为、顺丰速递和中国平安等中国顶级企业进行敏捷转型战略。



《白板式销售：视觉时代的颠覆性演示》（“商业与可视化”系列）

- 解放你的销售团队，让他们不再依赖那些使人昏昏欲睡的 PPT。
- 将信息和销售方式转换成强大的视觉图像，吸引客户参与销售全程。
- 提升职业形象，华丽转身，成为客户信赖的资深顾问和意见领袖。



《颠覆传统的 101 项商业实验》

- 101 项来自各领域惊人的科学实验将世界一流的研究与商业完美结合，汇集成当今世上最绝妙的商业理念。
- 彻底颠覆你对商业的看法，挑战你对商业思维极限。
- 教会你如何做才能弥补理论知识与商业实践之间的差距，从而树立正确的商业理念。



《游戏化革命：未来商业模式的驱动力》（“互联网与商业模式”系列）

- 第一本植入游戏化理念、实现 APP 互动的游戏化商业图书。
- 游戏化与商业的大融合、游戏化驱动未来商业革命的权威之作。
- 作者被公认为“游戏界的天才”，具有很高的知名度。
- 亚马逊五星级图书。



《忠诚度革命：用大数据、游戏化重构企业黏性》（“互联网与商业模式”系列）

- 《纽约时报》《华尔街日报》打造移动互联时代忠诚度模式的第一畅销书。
- 亚马逊商业类图书 TOP100。
- 游戏化机制之父重磅之作。
- 移动互联时代，颠覆企业、员工、客户和合作伙伴关系处理的游戏规则。

《互联网新思维：未来十年的企业变形计》（“互联网与商业模式”系列）

- 《纽约时报》、亚马逊社交媒体类 No.1 畅销书作者最新力作。
- 汉拓科技创始人、国内 Social CRM 创导者叶开鼎力推荐。
- 下一个十年，企业实现互联网时代成功转型的八大法则以及赢得人心的三大变形计。
- 亚马逊五星图书，好评如潮。



《提问的艺术：为什么你该这样问》

- 一本风靡美国、影响无数人的神奇提问书。
- 雄踞亚马逊商业类图书排行榜 TOP100。
- 《一分钟经理人》作者肯·布兰佳和美国前总统克林顿新闻发言人迈克·迈克科瑞鼎力推荐。



《自媒体时代，我们该如何做营销》（“商业与可视化”系列）

- 亚马逊营销类图书排名第1位。
- 第一本将营销技巧可视化的图书，被誉为“中小微企业营销圣经”，亚马逊2008年年度十大商业畅销书《自媒体时代，我们该如何做营销》可视化版。
- 作者被《华尔街日报》誉为“营销怪杰”；第二作者乔斯琳·华莱士为知名视觉设计师。
- 译者刘锐为锐营销创始人。
- 国内外诸多重磅作家推荐，如丹·罗姆、平克、营销魔术师刘克亚、全国十大营销策划专家何丰源等。



阅想·财富

《金融的狼性：惊世骗局大揭秘》

- 投资者的防骗入门书，涵盖金融史上最惊世骇俗的诈骗大案，专业术语清晰易懂，阅读门槛低。
- 独特视角诠释投资界风云人物及诈骗案件。

