

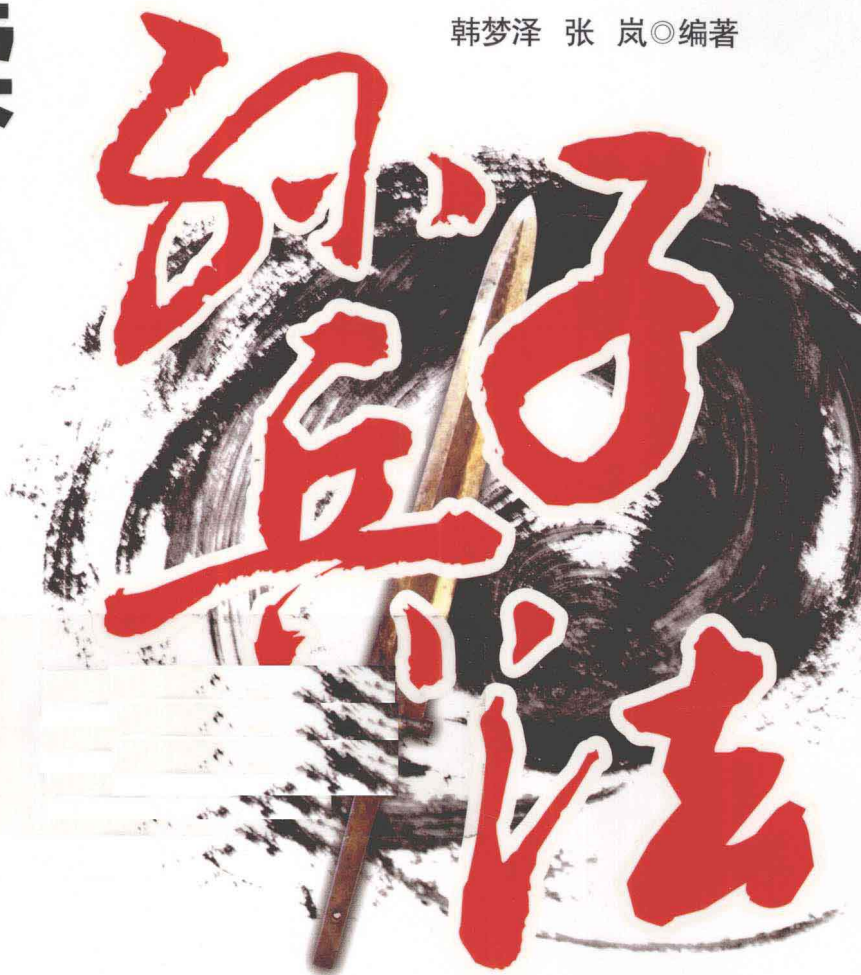
诠释竞争规律的经典之作
销售人员修炼销售能力的必读之书

成功销售

要读

韩梦泽 张 岚◎编著

本书以《孙子兵法》为背景，全面解读现代销售，
融哲理性、实用性、趣味性为一体，
原文+注解+实例的方式，
让你在插科打诨中领略销售的真谛！



成功销售要读

王惠敏 崔 研◎编著



 华中科技大学出版社
Huazhong University of Science & Technology Press

图书在版编目(CIP)数据

成功销售要读《三十六计》/ 王惠敏 崔研 编著. —武汉: 华中科技大学出版社, 2011. 1

ISBN 978-7-5609-6627-4

I. 成… II. ①王… ②崔… III. 三十六计-应用-销售学-通俗读物 IV. F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 193444 号

成功销售要读《三十六计》

王惠敏 崔研 编著

策划编辑: 娄一镭

责任编辑: 娄一镭

封面设计: 北京天字行文化发展有限责任公司

责任校对: 孙 浩

责任监印: 熊庆玉

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编: 430074 电话: (027) 87556096 (010) 84533149

印 刷: 湖北新华印务有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

印 张: 16

字 数: 230 千字

版 次: 2011 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 29.80 元



华中出版

本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换

全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务

版权所有 侵权必究

前 言

在信息迅速发展的时代,《三十六计》的应用已不仅仅限定在军事领域,而且运用到了外交、处事、经济、商业等各个范畴中,成为人们立足于社会的谋略法宝。而在销售中,《三十六计》更是被一些销售人员奉为宝典,把里面的计策应用于销售实践中,往往无往不胜。

本书将《三十六计》的三十六计及其外延解读于销售领域,从而更好地展示给广大读者,方便学习。另外,把《三十六计》中生涩的古文用轻松的语言表达出来,尽力做到通俗易懂,方便应用。

在现代销售中,听到最多的就是销售技巧、销售能力等,但是,技巧及能力从哪里来?其中很多就来自于古兵法。而本书恰好强调的是“兵法销售”,将兵法很好地应用于销售中。这本书依据的是被誉为“益智之荟萃、谋略之大成”的《三十六计》。本书将里面的每一计都用通俗的语言叙述出来,通过“经典回顾”、“古语今说”、“销售最前沿”、“经典商例”、“销售者说”这五个板块达到引人入胜的目的。这本书将告诉读者如何将三十六计应用于销售中。

“经典回顾”里寥寥数语就凸显了每一计的主题;“古语今说”这一板块则是用历史上的故事和现如今说法,将原著通俗化,在某一计的核心上展开言论,语言风趣,打造出一个轻松诙谐的空间;“销售最前沿”与“经典商例”多是列举销售中的成功例子,不同的是前者更注重“实战”,后者更注重销售中的策略,成就大的销售;最后一个板块“销售者说”则对上面所写的东西,

做了一些技巧性的总结,就计谋运用的关键之处予以指点。

五大板块环环相扣,把每一计在销售过程中的运用展现得淋漓尽致。这些计谋对于销售人员来讲,都是很实用的。这本书将针对销售中所遇到的种种困难,告诉读者该采用什么样的计谋以及如何应用计谋。

兵法赖孙子,商场如战场。本书会将销售谋划三十六计很到位地加以阐述,帮助,引导大家更加熟练地将各种计策巧妙地运用在销售中。

目 录

第一章 华丽转身,从“做业务”到“做销售”

围魏救赵——逆向思维,一招制胜	2
李代桃僵——知己知彼,百战不殆	8
假痴不癫——以退为进,后发制人	15
抛砖引玉——放长线,钓大鱼	21
空城计——虚虚实实,兵不厌诈	28
苦肉计——假作自间以间人	35

第二章 巧妙斡旋,把握好客情关系

釜底抽薪——出其不意,攻其弱点	42
笑里藏刀——学会对顾客微笑	50
假道伐虢——给自己留条后路	56
瞒天过海——巧饰真相,获取胜利	63
指桑骂槐——突出“自我”,展现优势	70
走为上计——瞅准局势,绝妙脱身	78

第三章 管理会妨碍销售“作战”?

浑水摸鱼——借机行事,速达目的	88
-----------------------	----

金蝉脱壳——巧借东风,转嫁责任	95
远交近攻——纵横捭阖,没有永远的敌人	102
偷梁换柱——偷换概念,神不知鬼不觉	108
树上开花——借局布势,力小势大	114
反间计——假假真真,真真假假	120

第四章 销售,要阵地,更要伤亡数字

顺手牵羊——胜固可用,败亦可用	128
借尸还魂——不屈不挠,借势再起	135
擒贼擒王——挽弓当挽强,用箭当用长	141
关门捉贼——统观全局,因情变通	148
上屋抽梯——过河要拆桥,才能甩开对手	153
趁火打劫——乘敌之危,就势取胜	159

第五章 “客户买什么”与“我们卖什么”的矛盾

反客为主——我坐主位,主导顾客	166
无中生有——虚实结合,出奇制胜	173
调虎离山——躲开劣势,营造优势	180
暗度陈仓——另辟蹊径,不走寻常路	186
美人计——投其所好,巧妙转移	192
连环计——多重攻势,模糊焦点	197

第六章 先市场,还是先销售?

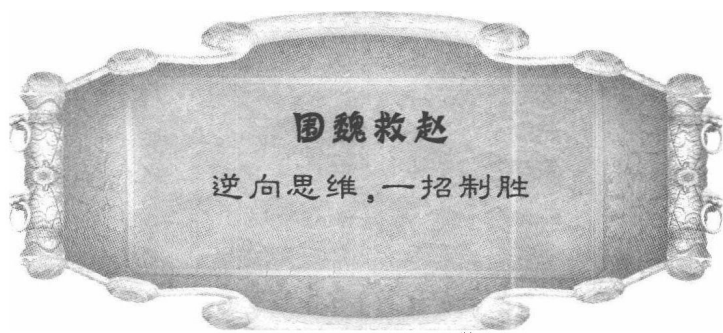
以逸待劳——以不变应万变,是智也	206
------------------------	-----

欲擒故纵——欲取姑予,诱“敌”深入	213
隔岸观火——坐山观虎斗,见机行事	220
打草惊蛇——敲山震虎,引蛇出洞	226
声东击西——混淆视听,动摇“敌”心	233
借刀杀人——借力打力,保全自身	240

第一章

华丽转身，从“做业务”到“做销售”





经典回顾

夫解杂乱纠纷者不控拳，救斗者，不搏击，批亢捣虚，形格势禁，则自为解耳。

古语今说

“围魏救赵”之计乃《三十六计》中非常经典的计谋。意思是说，在对待敌人上，我们应该避开那些表面上的虚假，直接找到其中的本源，进而从本源入手展开一系列行动。

首先，让我们打开史书看看它上面是怎么说的，治兵如治水：锐者避其锋，如导疏；弱者塞其虚，如筑堰。这句话是什么意思呢？

公元前 354 年，魏惠王派出大将庞涓攻打赵国的国都邯郸。

庞涓带着部队直接就冲到了邯郸城下，开始围攻邯郸。赵王感到十分害怕，于是向盟国齐国求救。

收到赵国的求救信后，齐王也非常爽快，马上就派出田忌和孙臧相助赵国。他们到了赵国以后，孙臧就说，想理顺乱丝或者是绳结，只能用手指慢慢去解开，不能握紧拳头去捶打；要排解搏斗纠纷，只能动口劝说，不能动手参加。现在魏国精锐都在这里，我们可以直接攻打魏国的首都，那样庞涓就

会回去救援,他们跑得人困马乏,我们再伏击他们,就可以大获全胜。

田忌一听十分有理,就按照孙臧所说的去行动,结果大获全胜。

故事讲完了,想必大家对围魏救赵也有了一个初步的了解。就像我在开始所说的一样,“围魏救赵”要求我们去发现事物的本源,而这这就要求我们的销售人员能够有较长远的眼光,可以发现本源,然后签下订单。最后,围魏救赵的另一个精彩之处是,攻打集中的敌人不如将他们分开再攻打,而我们销售也经常会遇到这样的情况,“围魏救赵”就可以帮助您。

销售本身就是技巧,而“围魏救赵”可以更好地指导我们去做好一名销售员。那么,在销售实践中应该怎样运用“围魏救赵”的呢?请跟我一起走进现场,希望对广大的销售人员有所帮助。

销售最前沿

“围魏救赵”要求销售人员必须具备很好的观察能力和长远的眼光,能通过观察找出问题的本源,再根据具体情况制订出最好的“行动路线”,这样就可以顺利地签下订单了。

巧妙地拿下订单

大学毕业后,我到了一家家具公司上班。

因为是家具公司,早上的顾客并不是那么多,但这并不影响我的心情,一天才刚刚开始,而保持愉快的心情对于销售人员而言是至关重要的。

十点左右,一男一女推门向我这个方向走了过来。因为还有一段距离,我不能确定他们的关系,我打算一边接近一边听听他们说些什么。

因为要听他们的谈话,所以我的脚步也不是那么快。

女:说好了啊,今天我来选,你要是再敢自己做主的话……这个女的一边说着,一边还举起了自己的小拳头。

男:一起看可以了吧,不过你不能捣乱啊。也许是为了回应女人,这个男的拍了下女人的耳朵。

这时,我已经可以确定他们的关系了。当然,现在我也必须开口了,因为我距离他们已经很近了。

我:欢迎来到亚美特家具城。两位看起来好恩爱,真让我羡慕啊。要是以后我也能找到一个这么好的女朋友就满足了。

男:呵呵,祝你以后找个好女友啊。

我:谢谢了啊!对了,我还不知道你们想要买卧室家具呢还是客厅家具啊?

女:我们想在卧室里放一个衣橱。

我:哦,这样啊,那哥跟嫂子就跟我一起看看吧,这面都是衣橱,而且我们的衣橱样式齐全、质量过关,就比如我面前的这个咖啡色衣橱,它代表了品位、包容,让人感觉到非常质朴而不失高贵。

男:那它的质量呢?

我:至于质量,哥你绝对放心!你看这拉门、滑轮什么的都是进口合金的,就是你一天不停地开关它也能挺住!

女:嗯,确实挺好的!不过今天是我做主,哼,你别想买通我啊。女人对着那个男的說道。

我在旁边一看,这说明这对情侣都看中这个衣橱,但就如那个女的所说的一样,今天她要做主,但这样有可能导致女方看中的家具男方没有看中,最后引起两人的矛盾,这是一个非常重要的关键点。

就在女人想要离开这里的时候,我突然心生一计,便向远处的小杨(女)招手,让她“援助”我一下。

我:嫂子,要不我让我同事小杨带着你看看,我和大哥在这里聊一会。要是你有看中的衣橱,可以叫我们一下。

等到小杨过来,我赶紧对她使了下眼色,而小杨也回应了一下,表示她理解了我的用意。

小杨带着那个女的离开后,我就对那个男的进行开导,主要就是像我上面所说的一样。在听了我的建议后,男人想了想,最后签下了订单。

而另外一边的小杨根本没有领着那个女人去挑选衣橱,两个人去唠家

常去了。就这样,一个订单就成功地签下了。

分化矛盾体,就是将这对情侣给分开,这是最重要的一个环节。如果不将他们分开,最后的结果有可能就是男女双方的意见不一致,我的订单也就没有了。这是一个围魏救赵的逆向思维。

共敌不如分敌,敌阳不如敌阴。也就是说,当消费者本身出现不同意见的时候,需用围魏救赵之法将其分开,然后逐步攻下整个消费整体,这样就可以顺利拿下订单。

经典商例

刀郎——农村包围城市

2004年的冬天,我们伴随着刀郎那沙哑的嗓音度过了一个难忘的冬天。想必很多人都曾听过那首《2002年的第一场雪》。

当年,无论城乡,所有的公共场所都回荡着刀郎的这首歌,就连出租车车内也不例外。这使得唱片界的大多数从业者都感到无比的尴尬或者说是震惊。

于是,部分专家追忆了当年的情景。

在一个看不出有多么豪华的房间里,有几个人在精心地策划着这样一个销售过程。

经纪人:现在我们已经完成了录制工作,接下来就是最重要的一个环节了。我想大家也很清楚,没错,那就是销售。如果销售不成功的话,我们的努力和心血都会付之东流。

这无疑是个沉重的话题,任何一个团体或者个人都会在这方面花很大的心思。其余人听了经纪人的话语后,心情也变得更加沉重了。

销售管理部门:如果我们直接从大城市发行的话,可能会四处碰壁,我们何不用自己的优点来吸引“农村”,然后逐步包围“城市”?

经纪人:能够详细地说下吗?

销售管理部门：利用“刀郎”粗犷、质朴、贴近大众的优点，首先在新疆地区发展强大。如果可以的话，再逐步扩大市场，而且我们还可以利用盗版来壮大自己的势力。

也许是说得多了或者是压力过大，这个销售人员不禁用手按了按头部，以缓解一下自己的压力。

休息片刻后，这个销售人员接着说道：利用自身的优点，走进大众的内心，然后吸引盗版商人的注意，甚至是找到他们主动生产盗版。虽然这样做的后果是我们的利润非常少，但我们的名声却会大起来。

这是一种非常新颖的思考方式，没有人会喜欢让盗版占据自己的主场。但如果恰当地利用盗版，也会达到自己的主要目的。

这种思维方式让房间内的其余人陷入沉思。最后，大家拖着疲惫的身体去休息了。当然，他们最后是用电脑还是手机达成一致的，已经不重要了。

说到这里，我想大家也知道结果怎么样了，刀郎以及他的团队成功了！这种成功让很多人不解，但却被熟悉兵法的人给破解了。没错！这就是著名的“围魏救赵”。

销售者说

“围魏救赵”这一计用于军事，是指以逆向思维的方式，以舍近求远的方法，绕开问题的表面现象，从事物的本源上去解决问题，从而取得一招制胜的神奇效果。

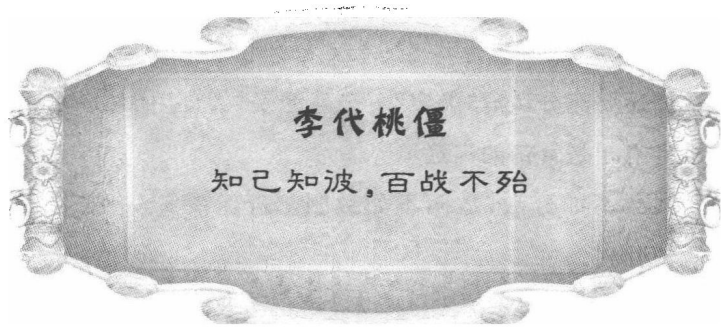
顾名思义，围魏救赵就是在本源上解决问题。这要求行事者要有长远的眼光和很好的判断力，如果达不到这两点要求，只会作茧自缚，给自己留下后患。

我们在做销售的时候，也就好比军事家在打仗。先学会观察，然后再进行全面布局。然后，在面对销售对象时，我们还要善于抓住主要的消费矛盾，并针对他们的消费心理和实际情况，合理地运用所看过的兵法或者是其他知识，让消费者走进我们所布置的“局”中。另外，我们还需改进产品的质

量、功能、式样和包装,以吸引顾客。在激烈的市场竞争中,竞争点可以立足于市场的方方面面,关键是要抓住客户最需要的地方。一旦攻破这里,即可获得成功。

最后,我们还要充分认清“虚实”——就像是“刀郎”团体一样,巧妙地化解矛盾,顺水推舟才是营销的高远境界。

正所谓:共敌不如分敌,敌阳不如敌阴。避虚就实,一招制敌,以点制面,获取最后的胜利。



经典回顾

势兴有损，损阴以益阳。

古语今说

“李代桃僵”是三十六计中最为势利的一计，它就像象棋中的弃车保帅一样，正所谓：“两利相权从其重，两害相衡趋其轻。”

那么，历史上的“李代桃僵”是怎么发生的呢？

春秋时期，晋国的大奸臣屠岸贾鼓动晋景公诛杀功臣赵氏家族。因为晋景公本就是个糊涂蛋，所以就让屠岸贾的阴谋得逞了。当时，赵朔（赵氏当家的）那已经怀孕的媳妇（庄姬公主）被人秘密地送进宫中，而这庄姬因为是皇帝的姑姑，所以逃过了一劫。

这时，赵家的门客公孙杵臼与程婴两人就开始商量保住庄姬之子的计策。最后，程婴决定用自己的孩子替换庄姬之子。而后，公孙杵臼带着程婴的孩子来到了一个茅草屋，而程婴则向屠岸贾告密，说公孙杵臼要带着赵朔的儿子逃跑。最后的结果就是屠岸贾将公孙杵臼和婴儿一起杀死了。

以为已经斩草除根了，屠岸贾就放宽了心，根本就没有注意到庄姬已经将自己的亲儿子送出了宫外。15年后，孩子长大成人，知道了事情的真相，

于是开始讨伐晋国,最终杀了奸臣屠岸贾。

从这个故事中,我们就能深刻体会到“李代桃僵”的意思了。其实,这种计谋也可以运用在现代的销售中。当遇到特殊顾客的时候,作为销售员的我们要权衡整个利益的变化。如果一定要付出代价才能成功,就要果断地放弃一小部分利益,以赢取全盘的胜利。

至于被牺牲的那一部分,我们要给予鼓励或者是奖励。只有这样,才能让牺牲的部分继续发挥它的作用。当然,这个前提是在整个商业界中的大营运上。那么,在具体的销售细节中,我们又是怎样来解决问题的呢?请跟我一起来了解。

销售最前沿

“李代桃僵”从某种意义上可认为是“投桃报李”。如果一个推销员能够从切身利益出发,他们就能有收获。当每个人在涉及自身利益的时候,他们都会考虑要不要执行。抓住这个关键后,推销员就可以向顾客抛出一个真诚的“李子”,最终他得到的将是更大的利益。

从切身利益入手

当年,辛达曾在一家米店半工半读,以白天上学、晚上工作的方式完成了他的学业。

辛达打工的那家米店老板是个老顽固,他对保险推销员的看法十分偏激。为此,他吩咐店里的员工,只要有保险推销员来,千万别去理睬他们。当时,辛达也被老板的这种思想同化了。每当有保险公司的推销员上门来推销保险,辛达总是对他们不理不睬。那时的辛达绝对没有想到:在他毕业走进社会后,第一份工作就是当保险推销员。这也许就是上帝给辛达开的一个玩笑吧。

尽管知道保险推销员的工作不好做,但辛达还是欣然进入了这个行业。在他的心里,自己没有理由去排斥或者鄙视任何一个行业,因为每个行业里