

所有的事情都可以看做销售，所有事情的结果，都是在追求成交！

「长篇小说」



元亨◎著

单



华文出版社



元 亨◎著

卑

图书在版编目(CIP)数据

圈单 / 元亨著. —北京: 华文出版社, 2009.11

ISBN 978-7-5075-2888-6

I. ①圈… II. ①元… III. ①长篇小说 - 中国 - 当代 IV. ①I247.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 210935 号

书 名: 圈单

标准书号: 978-7-5075-2888-6

作 者: 元亨

责任编辑: 宋军占 杨博文

出版发行: 华文出版社

地 址: 北京市宣武区广外大街 305 号 8 区 2 号楼

邮政编码: 100055

网 址: <http://www.hwcbs.com.cn>

电子信箱: hwcbs@263.net

电 话: 总编室 010-58336255 发行部 010-58336270 编辑部 010-58336278

经 销: 新华书店

开本印刷: 北京博图彩色印刷有限公司

787mm × 1092mm 1/16 开本 19.25 印张 370 千字

2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 29.80 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与发行部联系调换

圈单语录集锦

◎ 伟大销售人员的秘密就在于，普通销售人员做事，而伟大销售人员想事。要想市场又彻底，彻彻底底，那种从国占区到解放区的那种变化，就必须想事。想关键的人，想关键的事。

◎ 统率对方——要么不说话，要么就说到别人的灵魂里，刻进骨头里，让对方永不忘记。

◎ 要了解一个品牌，最好的办法是问它的竞争对手。要从它的竞争对手那了解信息的最好办法，莫过于你告诉他，我要做你的生意。

◎ FBI 理论，对待客户像对待 BABY，要体贴也要统率。统率的办法有两种：一种是用巨大利益请他上船。另外一种，是勾引他上船，然后告诉他，如果下船，你会损失什么。

◎ 根据 FBI 原则，所有的事情都可以看做销售，所有事情的结果，都是在追求成交！

◎ 现在这个社会，游戏规则越来越明确，不需要凶残、狡猾、欺诈，我们就需要诚实与客户沟通，实现双赢。

◎ 由于人与人的不安全感，不会有人轻易告诉你真实想法。在真实想法前面，总有很多假的理由做掩护。

◎ 体贴也是为了成交，促成成交的最好办法就是统率对方！

◎ 有脾气不一定是强大，但克制脾气的一定强大。

◎ 从饭厅到歌厅，从歌厅到桑拿，一路喝过去。白酒过后是红酒，红酒过后是啤酒，不然怎么说“三中全会”呢？

◎ 很多人只读出了岳飞壮志难酬的愤慨，可谁又能读出他要控制天下的智慧。驾长车，收拾旧山河、旧山河，新天子怎么办？嘿嘿，当然是他岳飞说了算。

◎ 你知道日本的德川家康吗？他的江山都是等出来的。他说过，要想听到杜鹃啼，只有等。

◎ SPEED 识人法，分五步：分别是 Scan，就是扫描；Pare，分解；Enlarge，放大；Evaluate，评估；Deside，决定。

◎ 一个好的创意草草出炉时，80%正确，20%错误。但 20%错误，就会成为别人的攻击对象。

◎ 会议中的所有人在同一时间思考同一个方向，避免争论，吸收创意与思考。

◎ 真正的谈判高手，不但要去追求谈判本身的双赢，还要让你的对手收获谈判赢了的成就感。让他感觉到他赢了，他就会很开心，会愿意与你做朋友，会在其他方面为你做更多。

◎ 孙子曰：以正迎以奇胜！

◎ 区域经理真正的成长，是成为一名管理者，从管理的角度思考问题。

◎ 一般我们都要让对方先开价，但如果一定要自己先开价的话，最好的办法是开一个不可能的价。

◎ 人际关系四大铁，一起扛过枪，一起下过乡，一起嫖过娼，一起分过赃。如果还增加一个，就是一起在背后说过某人的坏话。

◎ 在竞争对手前面，你应该不服输，但在事实面前，承认弱势往往会换回更多的理解。

◎ 什么叫浮躁，在直接领导面前，将与更高级别领导的关系说得跟自家人一样。

◎ 高调有很多代名词，比如嚣张、炫耀、吹牛皮、装 B 等。

◎ 触及灵魂的第一步，就是要对方敞开。

◎ 上帝总是让人在失去的时候获得，在获得的时候失去。

◎ 一个有伟大成就的人，首先在人际关系中是政治高手，只有先自保，才能发展事业。

◎ 根据经济理论，消费者不是按照现在的收入去消费，而是靠对未来的信心。

◎ 在现在双赢的社会里，谈判不是一方完全压倒另一方，而是运用手上的筹码，通过各种试探，各种手段，相互让步。

◎ 很多人在谈判过程中有三个潜意识的规律：1. 大家都会在谈判中让步。2. 我让一步，你必须也让一步。3. 往往在最后关头，容易让步。

◎ 不要直接用利益去说服他，而是刺探、暗示、转化，让他自己说出来。

◎ 转化立场，承认问题，将问题转化成两个人共同的问题，然后一起想办法解决，这样才是最佳方案。

◎ 中国人有个毛病，从官场流传到职场，讲究师生裙带关系。

◎ 换一种表达方法，就能触及对方灵魂。

◎ 在商业上，讲究双赢，讲究利益，所以最有效的沟通方法就是用关键利益去说服对方。

◎ 公司发展的最关键几个因素：有一个明确的战略与方向。让老板与你的团队一起对未来充满希望与信心。让你的战略、销售理论、工作方法，在团队得到更完美的执行。

◎ 管理变化的一个重要任务就是标准化，只有标准化才能量化，只有量化才能考核，只有考核才能检查是否达标。这是执行力的核心。

◎ 品牌是拉，渠道是推，拉力不足，推力就要多用劲。

CONTENTS >>>

目 录

第一章 FBI 销售圣经 001 >>

沈涛工作不到三年。他不喝酒，也基本不做客户三陪：陪酒、陪唱、陪小姐。然而，他 200%完成任务，90%的区域市场份额，谈判，从无一败。

第二章 三金 029 >>

“这世上有三金，黄金、黑金、白金都是赚钱的好买卖。黄金不用说，黑金是煤，风险大，这白金可就是指像洗涤、日化之类的快速流通品。”

第三章 蛀虫 044 >>

王姐是郑挺创业就跟着的，当年的功臣，现在是蛀虫。这乱七八糟的家族企业，只有信奉“制度—流程—责任—标准”的 TOM 能治理的了。

第四章 看不见的敌人 056 >>

净洁做什么都是悄悄的，总监亲自指挥，市场上也打听不出

什么消息。看不见的敌人才是最厉害的，我在明，敌在暗啊。

第五章 应酬 070 >>

白酒过后是红酒，红酒过后是啤酒来漱口，不然怎么说“三中全会”呢？在路上拉十个人，有九个人说应酬累，自然应酬累，为什么都要去呢？

第六章 泡客户 079 >>

“我再给你一个工作方法，泡。只要是我们的客户，你都给我去泡着，把这些人的感情都维护起来。”

第七章 危机 091 >>

“我们是公司的第一批管理培训生，很多人都关注。尤其是你啊，沈涛，你爬得这么快，很多老员工都眼红呢！”

第八章 变动 106 >>

“公司有变化是正常的，不要排斥，我做这么多年了，每次

CONTENTS >>>

目 录

变化的时候我也会排斥，但最后往往发现这种变化是对的。”

第九章 成长 120 >>

“一个区域经理，真正的成长，是成为一名管理者，要从管理的角度思考问题。”

第十章 28 理论 129 >>

“80%的销售是 20%的单品贡献的，80%的利润也是 20%的单品贡献的，80%的单品是没有什么贡献的。”

第十一章 生或死 142 >>

唐辉这样的年轻人，往往都会被安排到前线去死一次，然后再决定让他重生或者真正死亡。

第十二章 对手 155 >>

销售是一场复杂的比赛，复杂得往往会让你找错对手。

第十三章 报价 170 >>

先报价，是为了在谈判上抢主动权，为了帮助谈价，要准备一些复杂详细的条件。这些条件应该非常细小，是用来让步用的。

第十四章 沟通 182 >>

换一种表达方法，就能触及对方灵魂。

第十五章 说服 196 >>

在商业上，讲究双赢，讲究利益，所以最有效的沟通方法就是用关键利益去说服对方。

第十六章 生意人的原则 210 >>

生意人就应该有生意人的原则。生意人可以为请客花去五千，但绝不能在生意场上少赚一毛钱。

第十七章 一分钟说服力 224 >>

“小伙子，真不巧啊，我刚好要出门。车就到楼下了，你只有电梯里的一分钟来说服我了。”

第十八章 职业经理人 238 >>

“多少人怀疑我们是过客？怀疑我们只是打工的？是的，艾洁始终是艾洁人的艾洁，不是你们总监的，他完成使命后会离开。”

第十九章 窜货 255 >>

“我查清楚天和怎么回事了，曾彦让天和专门串货进来，再故意低价卖，来打压我们，差价由净洁赔。”

第二十章 挑战 272 >>

刚刚打败高智，他又把自己活生生推在了全国总监面前。

C^{第一章}_{HAPTER} 1 >>>

FBI 销售圣经

很多人在销售战场上拼搏几十年，直到老死，也没有进步。为了讨好客户，半夜还在呕吐沉醉，可是面对的仍然是客户冷脸，业绩亏损，荒废半生。

沈涛比公司很多销售经理年轻，他才工作不到三年。

他不喝酒，也基本不做客户三陪：陪酒、陪唱、陪小姐。

然而，他将完成率低于 50% 的市场很快 200% 完成任务，并完成 90% 的区域市场份额，创下奇迹。

而且，谈判，从无一败。

区别，就在于他掌握了一个秘密——FBI 的完美销售理论。

“都说我们这个行业里，市场份额达到 20% 叫垄断，50% 叫奇迹，90% 叫什么，大家知道吗？”

沈涛意气飞扬的在讲台上演讲，抛出问题后，适时停顿，自信中掩盖不住得意。一年前，他的 80% 计划，最后

变成了 90%，哪能不让他得意？

尽管，台下坐的都是艾洁公司总裁、销售总监、还有级别比他高很多的大区经理、区域经理。

他不过是一名实习区域经理，负责吉林省一年多时间，这本身已经是个了不起的成绩了。艾洁是一家洗涤行业里的龙头公司，有 AC 尼尔森数据证明，消费者在被问起知道洗涤什么品牌的时候，70%的消费者第一反应都说艾洁。这就是第一品牌提及率。

在这样一个大公司里，能在三年里做到实习区域经理，而且是公司里最年轻，唯一的 80 后区域经理，已经是个非常牛的业绩了。

这个业绩，足以写入艾洁销售史。

今天的沈涛得意得有些嚣张，他刚刚取得一个堪称“空前绝后”的业绩：艾洁在吉林的市场份额居然达到了 90%！

这不但是全国第一，还是全国唯一一个超过 80% 的区域市场。遥遥领先全公司平均份额点数差不多一半。对比他接受前吉林的同期数据，也增长了 35 个点。

而且，在这个份额上，他对比 200% 完成了销售指标。这也是公司第一，而且是唯一。

所以，今天他的得意是有资本的。

他有那个底气，向一屋子领导卖关子。

沈涛牢记着他自创的 FBI 宝典：**统率对方——要么不说话，要么就说到别人的灵魂里，刻进骨头里，让对方永不忘记。**

尤其是今天，面对老板以及各资深领导做实习总结陈词，做得好坏，足以影响他的职业一生。

“叫什么呢？”沈涛又重复一次，看着满是期待的脸神，沈涛大声说，“叫，OH，MY GOD！”

满堂大笑，领导们似乎都用宽容的心态来关注公司里唯一一个 80 后的表演。

总裁笑得很慈祥，北中国区总监李伟笑得很欣赏，只有湖南区大区经理高剑没有笑。不管他，沈涛知道他在为白天的事情不高兴。

还有一个人的笑，沈涛很在乎。他昨天三十秒就勾搭上的美女——酒店的销售经理正装着为大家倒茶，托着茶壶看着他。

沈涛悄悄抛过去一个眼神，又赶紧离开她，扫视全场，在直接上级兼导师的大区

经理李伟身上停留了一下，最后停在了总裁那慈祥的脸上。

“那我为什么能取得这个成绩呢？”沈涛又抛出一个问题，抓住全场的注意力。

在大家的注视中，沈涛整理一下衬衣领带西装，并突然从兜里掏出一副墨镜，慢慢戴上，还不忘记用手梳一下额前的头发。

然后紧闭双唇，酷酷地说：“因为我从不当自己是一名普通销售人员，我是 FBI。”

全场又是一阵大笑。

演讲效果全有了，沈涛再不开玩笑，认真说到：“我根据在艾洁学到的东西，结合实际，总结出一套销售理论，也可以说是销售模式，就叫 FBI。根据一年多的推广，它帮助我取得了 90% 份额，200% 销售业绩的伟大成绩。同时，我对客户的谈判，从来没有失败过。现在向总裁，及各位领导细细分享，并请指导。”

沈涛翻动着 PPT，激情讲述着自己的 FBI 理论。

这 FBI，可是 90% 市场份额的秘密，200% 业绩的秘密。

“FBI：代表忠诚（Fidelity），勇敢（Bravery）和正直（Integrity），这也是我们公司的文化与信条。同时，它也是我无往不胜的销售宝典。

可以说，一个伟大销售与一名普通销售的区别，就在于它是销售人员还是 FBI。

很多人都知道，销售首先要做市场调查，谈判要做客户调查，也就是我们说的市场渗透与客户渗透。

可是，怎么调查呢？调查的目的是什么呢？

调查是一种寻找，你寻找什么呢？关注什么呢？

——FOCUS ON 4+1

寻找关注 4 个渠道的客户，客户公司里的 4 个关键人。但最关键的是，那‘1’个客户，客户公司里的那‘1’个人！

做好市场渗透与客户渗透之后，面临着市场思考、市场管理与组织培训。FOCUS ON 258，告诉你如何思考市场、管理市场与组织培训。

BEE（蜜蜂），告诉你如何在团队中完成销售；

BABY（婴儿），告诉你，面对客户不败的谈判宝典。

I AM（我是谁），告诉你，一个销售人员、专业经理与顾问级销售要怎么做。”

沈涛仿佛又回想起一年前，自己在长春三个月的渗透，找到了关键客户胖海。

又回想起一年前，自己在长春大佬“胖海”办公室的谈判，自己从容沉着，寥寥数语就拿下了他。

那天下着大雪，那天他说的最多只有一句——“还有没有？”

也就是靠拿下他，奠定了吉林今天成绩的重要基础。

“你想做一个普通的销售人员，还是一个伟大的销售人员？”沈涛刚到吉林，导师兼领导李伟这么问他。

“当然是个伟大的销售人员啊！”沈涛憧憬着，一名伟大的销售人员，好响的名头！这个名头后面，似乎还隐藏着更有魅力的梦想：靠海的落地窗，慵懒的波斯猫，还有一头金发的年轻女郎，太阳伸着懒腰起床的时候，一辆加长的悍马静静在大门外等候。

好看的图画，伟大的销售人员是不是都应该拥有这些？

“那你知道他们的区别吗？知道如何做伟大的销售人员吗？”李伟继续问。

“不知道。”沈涛确实不知道。怎么才算伟大呢。

“一个普通的销售人员，即便他再优秀，他眼里只有销售，只有指标，只有客户，只有市场，只有行业，只有增长率，只有市场份额，只有门店执行，只有销售技巧，只有拜访流程，只有一件接着一件事情。”

“可这些不正是我们要做的吗？”沈涛疑惑了，这些正是公司培训教给他的东西。

“不对。”李伟站起来，出神地望向远方。V8雪茄飘出浓浓的烟雾与淡淡的幽香，很久很久，李伟才说：“我告诉你，一个伟大销售人员的秘密。”

抱着这个秘密，沈涛来到这个艾洁并不特别优势的吉林市场，不沉迷于日常工作，不沉迷于现有渠道与客户，甚至跳出了洗涤行业。

他思考了三个月。

然后来到胖海的公司门口。

胖海拿着他的名片，吃惊地说：“我是一个卖服装的，你是卖洗涤的，不相干啊。你找我干什么？”

沈涛笑着说：“你不止做服装吧？那个卖品牌咖啡的公司也是你的吧？”

胖海闻言冷冷的看着他：“出去！”

“我是来做生意的，不是来查税的。我还会再来。”沈涛出去了。

第二次，沈涛带着艾洁的产品说明又来到冷冷的胖海的面前。

“质量、技术什么的，我就不详细说了，也没有必要。任何内部优势总是在外部体现价值。品牌就是我们艾洁的价值。”沈涛重点讲述了艾洁的销量，尤其是批发渠道上的销售优势。

第三次，沈涛讲了艾洁在零售的开发策略。胖海还是很冷淡。

第四次，沈涛讲了艾洁对客户的支持政策，包括费用税票等。胖海冷淡依然。

第五次，沈涛就带着合同去了。尽管，他知道胖海还是会很冷淡。

“你说，你那天为什么就敢突然的带着合同来呢？你知道我会签？”这个问题困惑了胖海很久。

“等我离开的时候，我就会告诉你。”

沈涛站在讲台上，讲述着他的 FBI，这个 FBI，就是他在李伟的伟大销售人员秘密上开发出来的属于自己的武器。

从下面领导赞赏的表情，他知道，他就要离开了。

他即将告别吉林这个小省，告别区域经理前面“实习”这个定语，走向更有挑战的地方。

他就要回去告诉胖海，为什么他知道那天他敢确认他能签下那个合同。

因为，他从胖海的关联公司里，看到了净洁——艾洁最大的竞争对手的产品陈列，而且是很全品种的陈列。

用胖海当初那句话说，他一个卖服装的，怎么会卖洗涤呢？

可是，第四次拜访后，胖海不但卖了洗涤，还卖了洗涤的第二品牌，净洁。

原因只有一个，胖海要做艾洁。卖净洁的原因两点：

一，从净洁那里更清楚地了解艾洁，**要了解一个品牌，最好的办法是去问他的竞争对手。要想从它的竞争对手那里问很多的最好办法，莫过于你告诉他，我要做你的生意。**

二，胖海要靠净洁给沈涛施加压力。净洁的利润、费用支持、报销流程、信贷很多方面的条件都优于艾洁。胖海希望从艾洁那里，也拿到这些方面的优惠条件。

但是，沈涛清清楚楚地知道，这些，都不是胖海最关注的东西。

胖海不可能做净洁。

胖海也不可能往洗涤发展，甚至那个咖啡都不是他的经营重点。