



The Sales Bible

终极销售策略

【这是一本你会想要随身携带的书】

- 肯·布兰查得 (Ken Blanchard), 一分总经理人作者。

【本书是所有专业行销人员必备的工具书,
值得天天阅读、温习与参考。】

- 布莱恩·崔西(Brian Tracy), 行销心理学作者。

【销售圣经】包含了120篇摘取自125万
读者争相阅读的SalesMoves专栏文章, 并涵盖
行销各个层面, 是实际行销时之完整指南,
更是现今各行各业的行销人员不可或缺的葵花宝典。

ISBN 7-80577-906-6



9 787306 011060 >

ISBN7-80577-906-6/F·905

定价: 21.80元

销售圣经

黄培源 著

山西经济出版社



书 名:销售圣经

编著:黄培源

出版:山西经济出版社

发行:山西经济出版社

印刷:山西新华印刷五厂

开 本:850×1168 1/32

印 张:14.5

字 数:314千字

印 数:1—5000册

版 次:1997年5月第1版 1997年5月第1次印刷

书 号:ISBN 7-80577-906-6/F·905

定 价:21.80元

责任编辑:侯新院

目 录

——终极行销策略

第一章 创世书

如何使用本书	3
你非读不可的理由	7
传统行销,落伍了!	9
“随意贴”贴出成功	15

第二章 规则书

行销成功 39.5 招	21
态度、幽默、行动——行销成功三要素	31
幽默行销大法	33

第三章 秘诀书

态度是行销失败之母	38
行销好手自我检查法	42
克服心理障碍七法则	45
25 项客户的期待	49
假如你是业务人员	55
开启客户的心动钮	60

第四章 天机书

交情是超级行销法宝	66
现在的客户是未来的资产	70
星期一成交是个好兆头	74
行销,从决策者下手!	78
个人使命承诺书	84

第五章 赞叹书

魅力出击攻无不克	89
为你的个人魅力打分数	94
将自己烙印在客户心上	99

第六章 探问书

成不成交, 关键在发问	107
如何设计导引成交的问题?	112
五个问题完成交易法则	116
“引力销售活术”威力无穷	121

第七章 自我行销书

“30 秒自我行销”诀窍	127
“30 秒自我行销”十大原则	133
转介绍的十大步骤	140

第八章 陌生行销书

“谢绝推销”其实不是真的!	147
突破“谢绝推销”十二招	150
开场白就得打动人心	155
陌生行销游戏的八个步骤	160
陌生行销的成功要素	166

第九章 商品表现书

没有好感, 就没有生意可谈	173
专业 Sales 15.5 招	179
让准客户掏腰包 12.5 招	183
如何建立客户对你的信心	187
陈腔滥调, 绝对避免!	191
制造准客户参与感	195
成功团体行销 12 准则	199
21 世纪电脑化行销法	203

第十章 反对书

客户为何拒绝购买?	208
准备十分业绩满分	218
拒绝购买沙盘推演	224
“我要考虑一下!”	

“我们的预算全部都用光了!”

“我想多比较别家看看!”

“我想买,可是价格太贵了!”

“我对目前的供应商很满意。”

“我需要总公司同意。”

“我得和……商量。”

“六个月后再来找我”

第十一章 促成书

19.5 个购买讯息	253
回答问题促成交易法则	258
· 别给客户说“不”的机会	262
“小狗”促成法	265
单刀直入促成交易	270
与客户分享使用经验	272

第十二章 毅力书

科学化追踪行销法	277
行销道具小兵立大功	281
交易总在七次“不”之后	285
行销,你从小就会的玩意儿!	289
13 招“邮击”行销法	292
传真机业务开发法	295
如何突破电话语音障碍?	300
设计出人意表的电话留言	305
发挥创意取得约谈机会	310
谁说客户不会主动掏腰包?	315
19.5 个成交的绊脚石	320
如何应付竞争对手?	325

第十三章 服务书

一百分的客户满意度	331
“服务至上”黄金行销守则	335
用同理心处理客户抱怨	339

第十四章 沟通书

业务会议培养超级业务员	345
-------------------	-----

为对不同凡响的行销开发信	350
闭嘴聆听行销法	354
你是“听话”高手吗?	358
“看、问、听”分辨客户法则	364
第十五章 展览书	
35.5 个商展成功备忘录	371
展览会是千载难逢的行销机会	380
商展结束,行销战开火	387
第十六章 联谊书	
人脉不足行销难为	393
准客户尽在联谊活动中	396
联谊会行销 10.5 招	400
为下回见面留点新鲜话题	405
参加联谊会的 14.5 个准则	408
让重要人物记得你	413
一分钟电梯行销法	417
打铁趁热,立即行动吧!	421
第十七章 领导书	
卓越领导学得来	424
领袖的 7 项专业知知	427
杰出业务经理的金科玉律	431
第十八章 趋势书	
非行销时代来临了	437
行销就是无所不用其极	442
第十九章 数字书	
以数字游戏创造销停奇迹	450

第一章 创世书

- 如何使用本书
- 你非读不可的理由
- 传统行销，落伍了！
- “随意贴”贴出成功

开锣了！

每个人都想在行销事业上功成事就，然而大多数的人却无法圆梦；

并非他们不能，而是他们不知如何着手。

“销售圣经”是本成功工具；在本书中，你可以见识到行销的各种层面，此外更有许多行销法则。

想在行销界出头天，你得：

* 知道规则

* 学习规则

* 贯通规则

* 遵循规则

和一章告诉我们一个行销新方法的小故事，包括基本的规则，并且教你一招在成任何法则、业绩目标或事业目标的必胜招式。

“销售圣经”是本书，是参考书，也是资源。

别只是拿起来读。

如果你认为你能，或者你认为你不能，你总是会说出其中这一。

——亨利福特

行销人员不断地在求变创新；

行销人员需要一个能够不断给他们激励的动力来源；

行销人员需要立即的答案；

行销人员天天绞尽脑汁想多做些业绩……在今天。

1 如何使用本书

行销人员经常在很短的时间内要面对一大箩筐的问题。在同一天，他们要打陌生电话，接着要面对十位潜在客户，然后参加资讯交流活动，做三场商品说明会，寄五封信，被客户拒绝六次，才能完成一件成功的行销。这就是他们一天的工作情况！

行销人员需要一本可以依赖的参考书，让他们在心生疑问、遭遇困难或面对挑战时，有立即得到切合实际的答案。他们需要的就是《销售圣经》。

《销售圣经》不是一本介绍销售方法的书。它是一系列真人实事的心得、技巧与哲理，足供你引为已用，并加以修正，融入自己的销售方式。你可依今天的行销个案状况，选择适用的来协助你行销成功，也可以依照所需去为明天的行销工作做准备；要达成你的行销目标，必须先具

备相关知识。

《销售圣经》是一本切合实际的锦囊妙计，它不是一些高深难懂的博士论文或学术研究报告，是三十的甘苦成败的菁华，而且全是我的亲身体验，我知道它们行得通，因为我就是一个实例。

它是简单、实用的解决方案，并且头头是道，能在现在生活中帮助你，你何妨试用一两个看看效果。

善用本书，才富倍增

1. 当做参考资料——让行销技巧与每天的行销挑战拓广你的学问与专业知识。

2. 当做每日一课——让它成为你迈向行销第一人的每日的修行课程。

3. 当做做研讨小组的研讨内容——让你逐日成长成为一名行销专才。

4. 主持会议——大部分的章节长度很适合行销训练或脑力激荡会议之用。

第一章 创世书

5. 解决问题——当你束手无策极需解答时。

6. 准备行销工作——以获取具有竞争性的优势。

7. 完成行销

8. 教战手册——每天带着它做行销工作，当你开始吃闭门羹时，有重要契约得签订时，或者当最有希望的准客户对你第三次的留言仍音讯全无时，把它拿出来看吧！

在阅读的同时，请准备一支黄色萤光笔及一支红笔，用黄色萤光笔标出你所寻找的部分，用红笔在旁写下你的感想、实际行动计划以及想法。

使用本书的好方法：

现在就试——要获得最大成效，最好尽快动用你所学到的资讯。动用在潜在客户身上。一旦动用了它，你就拥有了它。一天一招新技巧，一年就是二百二十招新技巧了。五年内，你就会有一千个以上的技巧能够随心所欲地运用。

随身携带本书——当你做的应变手册与参考书。午餐时读一章：与同事讨论其中的观念。但是最重要的是，用它来达成行销目标——各式各样的行销。

另外，每章前头都有一段前言，代表该章内容精神所

在，这在本书中扮演相当重要的角色。前言提供资讯的精神，并使用该资讯的精神。基本上，每一节都是独立的，同时都是在写下一节铺路；每一节都与其他节互相影响；每一节皆反映出整体；每一节对整本书都有贡献。

看看第一章“创世书”，标题为“‘随意贴’贴出成功”的章节。使用文中所提的方法来标示你阅读本书的进度，这是很好的练习，保证你能得到最大的效果。你不妨一天读几个章节，订出你的目标：订定确实的目标实践你所学、然后再订定目标改进你的态度、订定目标寓工作于乐趣之中、订定目标完成大行销！

我发明了一种倍增收入的计划，在“数学书”一章中，有概略的叙述。我这么做是因为有太多行销人员具备了丰富却未经利用的天赋。我向你们挑战：让收入啬一倍。我提供了工具你们使用，现在，只能靠你们自己去发挥效用了！

我设计这本书就是要帮助你
在你每天天行销工作的每个层面，
藉着提供给你实用、切合实际的解决方法，
解决实际行销环境中所遭遇的困难；
这是一本活生生的参考书、一本锦囊妙计、一本宝典。

2 你非读不可的理由

你的报酬是终于一偿夙愿，达成你行销生涯里，梦寐以求的崇高目标。

你的报酬是你即奖得到这样的认可：你是个高人一等的行销人员

你的报酬是成为最佳行销人员的个人满足感，你相信自己会成为最佳行销人员，而你做到了，靠自己的能力做到了。

你的报酬是更多的业绩。

在你开始阅读之前，问问自己以下的问题：

- 我认为自己的行销功力如何？
- 我每天如何练习行销技巧？
- 我花多少时间学习新的行销技巧？

- 有多少个新技巧是我天天都付诸实行的？
- 我对成功的执着度与奉献度如何？

行销是一种训练

行销是一种训练，并不是军事训练，而是一种个人对成就的奉献，这种奉献只有透过训练才能持续。那是发自内心的自我控制，而非来自外在的约束，体会的是训练的乐，而不是苦。训练就像把目标专注于你所想要的事物上，在未达目的以前，必定百折不挠地去为它奋斗。

我并不要像个传教士似的，不过这是最相近的训练形式。如果你天天祈祷或打坐，那就是一种训练、一种仪式，是你行销成功不可或缺的。在现实的行销生活里，你得自己去创造奇迹。

新的游规则很简单——今天就能派上用场；

有8个方法你可以作为依循规则。

3 传统行销，落伍了！

以前的人穿着休闲衫和喇叭裤，现在我们还是一样穿衣服，只是穿着不一样风格的服装：行销亦然。我们必须改变这十年的行销方式，否则业绩不但不足以让我们收支平衡。更甭提达成我们的目标与梦想。

一九九〇年代的经济不是景气，迫使行销过程不得不百般求变，这种变更让商业界受益良多。要成为一位成功的专业行销人员，你必须具有向同一位客户成功行销两次，或者是让客户乐意将你介绍给其他人的能力。

新的行销方法取撷自旧的方法；你必须驾轻就熟于每一处行销手法与技巧——只是用不同的形式来使用它们而已……用友善的形式、真诚的形式、一种强调“服务第一、行销次之”的形式。每当有人说行销是一种艺术时，我都觉得很刺耳，简直胡言乱语；行销是一种科学，应以回应为导向，藉不断重复的说法与技巧让客户点头购买商品。正如科学一般，它需要实验来证明哪一种方法最有

效，或者哪一种理论最符合实际上的应用。

行销新游戏规则

新的游戏规则很简单——今天就能派上用场。你的挑
虞不只是去使用它们，而是要去掌控它们。这儿有 8 个规
则让你好好想想，接下来的章节中更有上百个……。

1. 从客户的观点来说明他们想要的、需要的与了解的
——而不是你想销售的。

2. 收集个人情报资料——并学习如何使用这些资讯情
报。

3. 建立情谊——大家都想向朋友购买，而不喜欢向行
销人员购买商品。

4. 建立竞争对手无法攻破的交情护盾——我的竞争对
手不断地打电话给我的客户。我的客户把我的电话号码给
这些对手，要他们打电话给我，听听我对他们服务的意
见。他们说：“打电话给杰夫·基特玛，跟他说明一切。如
果他觉得好，他会告诉我。”如果你的竞争对手打电话给
我的客户，你的客户也会这么做吗？你如何才能达到这个