

没有什么不可能

把斧头卖给 美国总统

Sell an Axe to
President Bush

乐观做人，积极做事，让你的人生与众不同

吴蓓蕾◎编著



新华出版社

把斧头卖给 美国总统

吴蓓蕾 编著



新华出版社

图书在版编目(CIP)数据

把斧头卖给美国总统/吴蓓蕾编著. —北京:新华出版社,2006.1
ISBN 7-5011-7266-8

I. 把… II. 吴… III. 市场营销学—通俗读物 IV. F713.50-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 127179 号

把斧头卖给美国总统

吴蓓蕾 编著

*

新华出版社出版发行

(北京石景山区京原路8号 邮编:100043)

新华出版社网址:<http://www.xinhupub.com>

新华书店经销

北京诚锐文化发展有限责任公司照排

三河印务有限公司印刷

*

720 毫米×960 毫米 开本 1/16 10 印张 110 千字

2006 年 1 月第一版 2006 年 1 月第一次印刷

ISBN 7-5011-7266-8 定价:18.00 元

若有印装质量问题,请与装订厂联系:(010)88423459

让顾客坚信这就是他想要的东西

前几天陪一个朋友去买数码相机，事先他已经在网上查了很多有关的资料，选定了爱国者 V80 和索尼 T33，但是去了电子商城，在一个销售小姐的解说下居然买了联想 S500，而且至今仍觉得最后的选择是最好的。无疑，这个销售小姐是一个顶尖的推销员，她不仅完成了自己的销售任务，获得了丰厚的利润，而且以精明的经营哲学和最好的服务让顾客心满意足。

21 世纪是顾客心理导向和速度竞争的时代！顾客已经变得越来越聪明！一个人的成功往往不是因为他最聪明，而是因为他最会推销！不管你从事哪种行业，其实每个人都是推销员，画家推销美感；政治家推销政见；作家推销故事；发明家推销发明；男人推销自己的才华和魄力；女人推销自己的美丽和学识……人生何处不销售。在推销东西之前，你得先把自己推销出去，你的沟通、说服、推销能力决定你的生活品质。经常听到有人后悔在交女朋友或者结婚前

没有学习或者掌握更好的推销技巧，言下之意——如果懂点推销技巧，肯定能找到更漂亮更优秀的老婆。

我们坚信：推销做得越好，离成功越近！推销的秘诀在于找到人们心底最强烈的需要，并帮他们满足它。你知道顾客的购买动机吗？商品绝对不是在推销员的脑子里卖出去的，也不是在柜台或办公桌上卖出去的，而是在买主的脑子里卖出去的。因此，推销员必须弄清楚不同买主的各种需求——即各种购买动机，这样你才能掌握不同买主的思想脉搏，掌握打动买主的诀窍。

三流推销员无论如何也弄不清楚顾客要什么，签单完全靠运气；二流推销员知道顾客要什么，只可惜自己卖的东西往往不符合顾客的需求；一流推销员不仅总能把东西卖给顾客，而且让顾客坚信这就是他想要的东西！他站在客户的立场上，用客户的眼睛看待问题，了解客户的需要并满足他的需求，他不断给买主灌输一种东西，而这恰恰也是买主所需要的。

你做到了吗？

目 录

第一部分 ——改变思维、改变人生

一、是邦赛树，还是将军莎门树 (3)

并不是大多数人命里注定不能成为乔·吉拉德、齐藤竹之助、乔治·郝伯特那样的金牌推销员，而是因为他们从来没有想过成为那样伟大的人物！

二、是想要，还是一定要 (9)

要成功，你必须要有强烈的成功欲望，一个顶尖的推销员最优秀的素质就是要有强烈的成交欲望。

三、是不想做到，还是坚信做到 (14)

“能”与“不能”取决于你的信念而不是取决于你的能力！你认为你“能”，你就“能”。

四、是谋生的工具，还是伟大的事业 (20)

作为一个推销员，你认为是赚一万容易，还是一百万容易？让我告诉你，是一百万。

五、是扼杀梦想，还是追寻梦想 (25)

假如大黄蜂在很小的时候就听信了其他飞禽的善意劝告，大黄蜂这辈子恐怕只能像蜗牛一样在地上缓慢地爬行。

六、是消极悲观，还是乐观进取…………… (31)

你觉得乌云密布，他觉得云淡风轻，因为你们有不同的心态。悲观者只看到机会后面的问题，乐观者却看到问题后面的机会。

七、是“不可能”，还是“不！可能”…………… (36)

在信心和勇气之下，只要我们认为可以做到，就可以用科学的方法推翻“不可能”的神话。

八、是放弃，还是再坚持一分钟…………… (41)

如果你有99%想要成功的欲望，却有1%想要放弃的念头，那你可能就没有机会获得成功。

第二部分 ——思路决定出路

一、先建立关系，再推销…………… (49)

推销东西给朋友是不需要技巧的，因此，你不需要更多的推销技巧，你只需要更多的朋友，尽可能多地认识朋友。

二、先卖自己，再卖产品…………… (55)

你要懂得推销你自己，这是一条最基本的推销原则。

三、摆正心态，再推销…………… (60)

顶尖推销员之所以会成为顶尖，就在于他们对自己的公司与产品及个人都抱有高度的自信。

四、先示范，再说服…………… (67)

“一次示范胜过一千句话”，不论你推销的是什么产品，只要你善于示范，使顾客对产品有一个直观的了解，就易于说服顾客，促进产品的销售。

五、要形象，不能抽象…………… (72)

如果你想勾起对方吃牛排的欲望，将牛排放到他的面前固然有效，但最令人无法抗拒的是煎牛排的“滋”声，他会想到牛排正躺在铁板上，滋滋作响，香味四溢，不由得咽下口水。

六、销售结果，而不是销售成分…………… (76)

没有人为了表芯的结构细微、精密而购买手表，戴表只是想知道时间。人们并不在乎手表内部是怎样的构造，只关心准确的时间，只在意它“在运作”。

七、“胜对胜”，而不是“零和”…………… (81)

忘掉你的推销任务，一心想着你能带给别人什么服务。

八、专家，而不仅仅是专业…………… (87)

你得告诉自己：我是一个顾问，是一个专家。应该具备一个医生的态度。

九、开始，而不是结束…………… (93)

服务质量是区分一家公司与另一家公司、一位营销员与另一位营销员、一件产品与另一件产品的重要因素。

第三部分 ——要努力，更要聪明

一、找出客户的“樱桃树”…………… (101)

每一个客户心中都有一棵“樱桃树”，而推销员最重要的工作就是在最短的时间内，找出那棵“樱桃树”在哪里，然后将所有的注意力放在推销那棵“樱桃树”上，那么客户自然而然地就会减少许多抗拒。

二、情感先导，成功推销…………… (106)

成功销售的作用在于成功与客户情感对话，将客户的

“我需要”变为“我想要”。

三、重要的是语气，而不是内容 (111)

推销类似于求婚，都需要有周密的准备、都需要表现自己强烈的愿望、都需要展示自己最优秀的那些方面、都需要打动对方的感情、都需要100%的热情。

四、听是功夫，说是本领 (116)

在推销过程中，推销员必须跟着客户的兴趣走，谈话没有共同点是很难进行下去的。

五、换一个角度试试 (123)

我以前只是催促他买下我认为他应该买的东西，现在的做法正好完全相反。

六、关键点：权威转移 (128)

权威转移的含义是：在客户的专业内他是内行，但在会谈的业务上，推销员才是内行，才是权威，要让客户认同这一点，让权威的感觉从他那里转移到推销员这里来。

七、“苏格拉底”提问法 (133)

在和竞争对手的争辩中，经过一连串的提问和陈述，使对方的回答前后出现矛盾，这时再加以反驳，揭穿对方的荒谬之处，或者正面阐述自己的观点。

八、打好销售太极拳 (140)

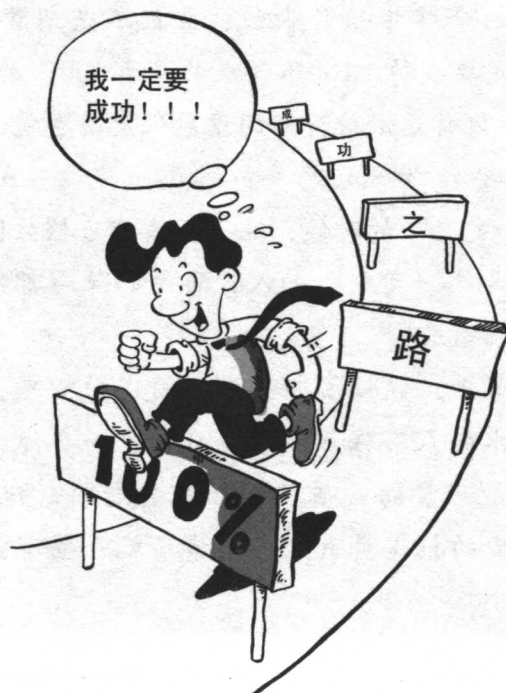
当你在寻找克服困难的最佳范例的时候，你只要坐下来回想以前的时光就可以勇气倍增。

附录一 乔治·郝伯特成功推销的31条准则 (147)

附录二 汪中求营销箴言录 (149)

第一部分

——改变思维、改变人生





想大才能做大！

伟大的事业与鼠目寸光是格格不入的。并不是大多数人命里注定不能成为乔·吉拉德、齐藤竹之助、乔治·郝伯特那样的金牌推销员，而是因为他们从来没有想过成为那样伟大的人物！

对于乔·吉拉德、齐藤竹之助、乔治·郝伯特那样的金牌推销员来说，他们不是想要成功，而是一定要成功。100%的成功等于100%的意愿。“意愿”即你达成该目标的意愿强度，也就是说你到底想要什么？是想要，还是一定要？一个人“不是一定要”的时候，连小石头都可挡住他的去路；但是“一定要”的人，再大的障碍都挡不住他想要的结果！

要成功，你必须要有强烈的成功欲望，就像一个溺水的人有强烈的求生欲望，一个优秀的足球前锋最可贵的素质就是强烈的射门意识一样，一个顶尖的推销员最优秀的素质就是要有强烈的成交欲望。

一、是邦赛树，还是将军莎门树

并不是大多数人命里注定不能成为乔·吉拉迪、齐藤竹之助、乔治·郝伯特那样的金牌推销员，而是因为他们从来没有想过成为那样伟大的人物！

2001年5月20日，美国一位名叫乔治·赫伯特的推销员，把一把斧头成功地推销给了小布什总统，获得了布鲁金斯学会的“金靴子”奖。

布鲁金斯学会创建于1927年，是世界上最权威、最有影响力的推销员组织。

它有一个传统，在每期学员毕业时，设计一道最能体现推销员能力的实习题，让学员去完成。完成任务的学员将获得一只刻有“最伟大的推销员”的金靴子。

克林顿当政期间，学会出了这么一道题：请把一条三角裤推销给总统。8年间，无数学员为此绞尽脑汁，都无功而返。克林顿卸任后，学会把题目改成：请把一把斧头推销给小布什总统。

鉴于前8年的失败与教训，许多学员垂头丧气，个别学员甚至认为，这道毕业实习题会和克林顿当政期间一样徒劳无功。因为布什总统什么也不缺，再说即使缺少，也用不着





他亲自购买；再退一步说，即使他亲自购买，也不一定赶上你去推销的时候。

然而，乔治·赫伯特却做到了。

面对记者的采访，他说：“我认为，把一把斧头推销给小布什总统是完全可能的，因为布什总统在德克萨斯州有一个很大的农场，里面绿树成荫。于是我胸有成竹地给他写了一封信：‘总统阁下，有一次，我有幸参观您的农场，发现里面长着许多矢菊树，有些已经死掉，木质已变得松软。我想，您一定需要一把小斧头，但是从您现在的体质来看，这种小斧头显然太轻，因此您急需一把不甚锋利的老斧头。现在我这儿正好有这样的一把斧头，它是我祖父留给我的，很适合砍伐枯树。如果你有兴趣的话，请按这封信所留的信箱，给予回复……’然后布什总统真的给我汇了15美元。”

这是自1975年以来，一名学员把一台微型录音机卖给尼克松后，又一学员登上如此高的门槛。26年中，布鲁金斯学会培养了数以万计的百万富翁，这只金靴子之所以没有授予他们，是因为该学会一直想寻找这么一个人：

不因事情难办而放弃。实现而放弃，不因某件事难办而失去自信！”

为此，布鲁金斯学会开了一个表彰大会，会上，主持人意味深长地看着参加会议的所有来宾，然后指了指身边其貌不扬、有些腼腆的乔治说：“你们好好地瞧瞧他吧，有没有发现乔治有什么特别之处？难道他比你们聪明100倍吗？不，至少根据我的观察，他完全不是。我可以实话告诉你



们，有关测验显示他比你们都要平庸。”

接着又说：“那么，是乔治工作努力的程度比你们多100倍吗？事实上，他所花费的工夫比你们大多数人要少得多。”

这时候，全场鸦雀无声，人们完全被这一席话震住了。

“是乔治和布什家族有什么渊源吗？是因为乔治教育背景显赫吗？”

全场一片寂然，等待着一个石破天惊的答案。

“其实他与你们一样平凡，那么乔治的销售魔力是什么呢？我的结论是，乔治与你们的不同之处在于乔治的思想比你们的思想大100倍。”

主持人似乎有点得理不饶人，他继续对大家说：“**在决定一个人成功的因素中，体力、智力、精力、人脉、接受教育的程度都在其次，最重要的是一个人思想能力的大小！**有史以来所有成功的案例都反复证明了一个道理，一个人在银行有多少存款、在社会上有多少名望，以及对物质和精神满足程度的深浅，主要依赖于一个人思想能力的大小。一句话，高瞻远瞩的思想是神奇无比、无坚不摧的。”

想大才能做大！

伟大的事业与鼠目寸光是格格不入的。并不是大多数人命里注定不能成为乔·吉拉德、齐藤竹之助、乔治·郝伯特那样的金牌推销员，而是因为他们从来没有想过成为那样伟大的人物！

怎样使用

思想，将决定

你一生的成就。

一个人成就的大小是由他行动模子的大小所决定的，他





把斧头卖给美国总统

Sell an Axe to President Bush



想大才能做大!



亲手铸造出什么样的行动模子，他就能在行动中取得什么样的成就——这是一个行动的规律。

伟大而卓越的人，之所以能够永无止境地追求卓越，创造卓越和超越卓越，就在于他们遵循和灵活运用这一行动的规律：**你自己做的模子有多大，你所能发展的格局就有多大。**

回溯历史，我们不难发现，每一个伟大的建树、每一项杰出的成就，都是由那些志向高远的人所创造的，无论是像爱迪生、福特、贝尔、莱特兄弟这样的发明家，还是像马丁·路德·金以及从囚徒成为南非总统的纳尔逊·曼德拉这样的社会改革家。

他们拒绝接受平庸，他们追求卓越，所以他们功成名就，这就是精华法则：**最优秀的将会上升到金字塔的顶部。**

在日本，有一种树，被人们称为邦赛树。它长得很美，造型完整，但高度仅有几寸。在美国加州，有一种树叫水杉。其中一棵大水杉被命名为将军莎门树。这棵巨树高达83米，树围达2米，如果砍下，足够建造35间5人住的房子。当邦赛树和将军莎门树还是种子的时候，重量都小于0.01克，可是长大以后却有着天壤之别。

在这大小悬殊的背后隐藏着一个秘密：当邦赛树的树苗突出地面时，日本人就把它拉出泥土，扎住主干以及一些支干，阻碍它的成长。结果它就成了精致的盆景；而将军莎门树的种子自然地落在加州肥沃的土壤里，受到矿物质、雨水与阳光的营养滋润，结果成为参天大树。

邦赛树与将军莎门树不能选择自己的命运，你却有权选择入不敷出还是出入有自己的私人飞机。你可以随心所欲变





把斧头卖给美国总统
Sell an Axe to President Bush

得渺小或者伟大，变成邦赛树或者将军莎门树。

很多人一事无成，就是由于他们低估了自己的能力，妄自菲薄，以致成就也缩小了。一块价值5元的生铁铸成马蹄后，可以值10.5元；若制成工业上的磁铁之类，价值3000多元；倘若制成手表发条以后，身价即跳跃至25万元之多。

大多数人活了一辈子都不知道，作为人，他有一种强大的工具——思想，这是一种无所不能的工具。怎样使用这个工具，将决定你一生的成就。那种促使你成为你梦想的人物，得到一生中你想要的东西，实现你远大目标的力量就在你体内沉睡、休眠，等待着你的召唤，你只需调动这种潜能并加以运用，便能带你脱离平庸的人群，步入精英的行列之中，关键在于你！

