

我的推销思想



全美最杰出的十位推销员访谈录

MY IDEAS OF SELLING



我们处在一个推销的时代，某种程度上讲，每个人都是推销员，不但要推销出你手中的产品，更重要的是要推销出你自己。这十位杰出人士独特而又充满魅力的推销思想一定会使你从中获益良多！

〔美〕罗伯特·L·舒克

中国人事出版社

Jm62/24

我的推销思想

——全美最杰出的十位推销员访谈录

[美] 罗伯特·L·舒克 著

孙宏羽 王鹏飞

郭彦 李桃

译



中国人事出版社

图书在版编目(CIP)数据

我的推销思想:全美最杰出十位推销员访谈录/(美)
舒克(Shook, R.L.)著;孙宏羽等译. - 北京:中国人事出版社, 1997. 10

ISBN 7 - 80139 - 112 - 8

I. 我… II. ①舒… ②孙… III. 推销 - 经验 - 美国
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 21473 号

图字:01 - 97 - 1348

我的推销思想

作 者:罗伯特·L·舒克(美)

翻 译:孙宏羽等

责任编辑:曲英丽

封面设计:李法明

出版发行:中国人事出版社

电话:64623543

社 址:北京朝阳区西坝河南里 17 号

邮编:100028

经 销:新华书店北京发行所

印 刷:北京飞达印刷厂

开 本:850mm × 1168mm 1/32

印 张:8.5

字 数:150 千字

印 数:1—8400 册

版 次:1997 年 10 月第一版 1997 年 10 月第一次印刷

书 号:ISBN 7 - 80139 - 112 - 8

定 价:14.80 元

人事版图书 版权所有 盗印必究

我相信一个消极的人,如果一遍一遍不厌其烦地阅读关于积极思维的书籍,他也会变得乐观起来。是的,通过一遍一遍阅读这些催人向上的书籍,您真的也会开始积极地思考问题,这个方法真的很灵。

——一位杰出的推销员语

目 录

前言：	(1)
1: 乔·吉拉德(汽车行业)	
“你得推销你自己”	(9)
2: 乔·M·甘多弗(人寿保险)	
“推销是百分之九十八对人了解……	
百分之二的商品知识”	(33)
3: 本妮丝·H·汉森(爱姆威公司)	
“要永远积极向上”	(54)
4: “雄鹿”: 弗朗西斯·罗杰斯	
(IBM 美国国际商用机器公司)	
“力争完美”	(73)
5: 小谢尔贝·H·卡特(静电复印)	
“一种自豪”	(96)
6: 里奇·波特(房地产经纪入)	
“成功之道在于服务”	(117)

7:	埃德娜·拉尔森(雅芳)	
	“工作习惯与自我约束的完美结合”	(147)
8:	马丁 D·夏非罗夫	
	(莱曼·古恩·罗卜兄弟股份有限公司)	
	“通过电话,网络客户……”	(163)
9:	J·迈克尔·柯托(美国钢铁集团)	 (186)
	“硬钢软卖……”	
10:	比尔 J·布里斯南(电子字幕机公司)	
	“有求必应……”	(204)
	后记:	(222)

前 言

作为一名推销员,我很想在此发表一些我的销售理论,但是作为一名作者我又不断提醒自己保持安静,让我要介绍的这十位推销员唱主角。让他们来发言,就等于请美国最伟大的销售人才来阐述他们的推销思想。因此我也就不便冒昧插言。

简单说来,这里是 10 位美国最杰出的推销员,按着我采访的先后顺序出场。他们都是不拘礼节的人,我的介绍也就不那么正式了。

首先你会遇上一位活力十足的人,他叫乔·吉拉德,世界头号轿车、卡车推销员。我说的是零售,或用乔的话,“一对一的推销”。他是《吉尼斯世界纪录大会》里记录的唯一一位推销员。在过去的 11 年里,乔所销售的汽车比任何人都多一倍。

乔·甘多弗，世界头号人寿保险代理商，每年平均销售大约 8 亿美元人寿保险。1975 年，他最辉煌的一年，其销售额达到十亿美元。这简直就象破了一英里三分钟的纪录。乔的收入大概是全美所有推销员中最高的。

下一个是一位可爱而又聪慧的妇女，本妮丝·汉森，她是爱姆威企业的元老之一，创业之初只有 10 到 12 名推销员。本妮丝与她的已故丈夫弗莱德开创的经销网络现已拥有大约 13 万经销商。

英俊的弗朗西斯·罗杰斯看上去更象一位电影名星，而不是 IBM 负责市场销售经理，他的销售网拥有 7 万多人！

谢尔贝·卡特是施乐的高级副总裁，负责美国国内业务。无疑谢尔贝是我所遇到过的最热情洋溢，最有干劲的销售经理。有象他这样的领导人，难怪施乐享有世界最佳营销公司的荣誉。

理奇·波特的体格看上去象一位前全美橄榄球联盟的后卫。但是他却是全美有可能最大的住宅房地产公司的创始人和董事长。理奇的公司有 375 名推销员，并且在大芝加哥地区设立了 25 个办事处，不算另外两个将要开张的。

埃德娜·拉尔森是一位精力充沛、亲切可爱的女士。她是位于明尼苏达州北圣保罗市的雅芳化妆品代理。雅芳在全世界有将近 97.5 万名直销代

理,而埃德娜是其中的佼佼者。

热情的马丁·夏菲罗夫是纽约市莱曼·古恩·罗卜兄弟公司的股票经纪人。他每年所得佣金达到大约 150 万美元,被公认为证券界零售业中最杰出的经纪人。

具有高贵气质的迈克·柯托是美国钢铁集团的副总裁。他领导的钢铁部占整个集团 90 亿美元的年销售额和营业额的大约 75%。

最后一位是精力旺盛的比尔·布里斯南。他是全国最大的有限电视系统运营机构——电子字母机公司有线电视部的总裁。

我应该解释一下本书为什么挑选这 10 位推销员。首先,必须认识到这 10 个人都是以推销工作开始自己的事业的。在某些行业,诸如房地产,保险和证券业,一个推销员作出了优秀的成绩并不意味着会提升到经理级的岗位。对他们工作的肯定来自丰厚的佣金,通常这类推销员的年收入比大多数美国大企业的董事长和经理们都高。而在另外一些企业,如 IBM、施乐,美国钢铁公司和电子字幕机公司,一般来说一名优秀的推销员为了更好地发展会想方设法挤进管理层,因此这些人在他们事业的某个时期就会停止做实际的推销工作。还有另外一种情况,在有些行业,一位优秀的推销员既可以继续于实际推销工作,又可以去管理层,两种选

择都有很好的前途。我之所以强调各个行业的区别是因为本书包括 10 名来自各行各业的优秀推销员,而每一位都在各自的领域取得了无人比拟的成功。

我花了很多时间对每一主要行业进行了大量的研究,以便为本书挑选出最合适的人选。毫无疑问,乔·甘多弗在保险业享有世界头号人寿保险代理人的美誉。同样,乔·吉拉德被公认为世界上最杰出的轿车和卡车推销员。这两位的选择都没有问题。马丁·夏菲罗夫只是最近才成为全国第一零售股票经纪人。另外,在房地产业,全国有好几位推销员都有资格,但里奇·波特在过去 25 年的优异表现使我最终选择了。我对昙花一现的人物没有兴趣,这些人可能因为短期的经济萧条而风光一时。因此我选择对象的一条最重要的标准是“一贯性”。

对于剩下的人选,我先选择某一行业里的龙头企业。那么在计算机领域显然是 IBM,在复印机领域是施乐,有线电视领域是电子字幕机公司,重工业领域是美国钢铁公司,化妆品领域是雅芳,个人保健品及家庭日用品是爱姆威。我选定企业后,就直接与他们的公关部联系,然后他们向我推荐一名当之无愧的候选人。但是,雅芳和爱姆威却给了我一大堆名字。我收到这些人的资料后进行了仔细

的筛选,然后才确定最后的人选。

因为各个公司的组织结构不同,本书所采访的对象也就包括了推销员和销售经理。如前文所说,在这本书里我只挑选最杰出的销售人员。但是有些人已不作具体的销售工作了,他们已经被提升到行政岗位。但是必须明白他们的升职完全得益于他们优异的推销成绩。而且,虽然他们现在身居要职,但是销售依然是他们最基本的职责。

我不怀疑会有人对我选择的采访对象有疑议。他们会说我应该选另外一行的一名推销员。如果我从这种建议的话,那么我写出来的就不是这本书了,而是一部百科全书。鉴于篇幅,我只能选择10个人,因此我更注重对这10个人的行业的选择,而不是一味多增加几个人。但是我敢说挑的这10个人,他们的总的业绩是最好的,无论你再挑哪10个人都没法跟他们比。

本书并不空谈理论。太多的书教导你怎样应付一个假设的场景。许多书是由带有片面观点的推销员所写,或由除了他们的手稿,未推销过任何商品的作家执笔。

做为作者,我无意将这10位优秀推销员的观点和概念据为己有。我只是把我的采访用录音机录下来,我的工作更象编辑,而非创作。我向每个人提出各种各样的问题,以便深刻挖掘出他们为人

处事的原则。我相信要应用一条原则首先必须理解它。

我永远无法苟同“天生的推销员”这一说法。我一贯认为推销员跟牙医、管道工或注册会计师一样,不是天生的。对本书每一位人选的采访进一步证实了我的观点,即推销技巧是通过学习和培养得来的;依靠所谓的天赋获得成功是很少的。也许天生就有一支棒球投手的手臂或一副美妙的歌喉是可能的,通过发展这些天赋有可能功成名就。但是推销并不是一种天赋,而是能力。你必须去学习和掌握这种能力。这种能力远非取决于迷人的微笑和能说会道。本书里的这些人并不仅仅靠他们的天赋吃饭。他们是通过辛勤工作、奉献和敬业精神取得成功的。

作为推销员及作者,我想指出一点,推销员是与普通人不同的一类人。比如说,橄榄球运动员会接受一个从未打过橄榄球的人做他们的主教练,但推销员坚决拒绝一个没有优秀销售业绩的销售经理。对本书心存疑窦的人应当记住《我的推销思想》一书是以各行业最受尊敬的,最杰出的推销员的推销经验为基础的。我相信就推销这一主题而言本书比目前的任何一本书都可信,不是因为我是作者,而是因为它是伟大的推销员的见解为基础的。

至此,你会很容易地发现我对本书倾注了极大热情。是的,虽然工作量很大,我得研究每一个人,千里迢迢去采访,抄写磁带内容,写作,但是我却得到了一般作家无缘得到的一些报酬。首先,我有幸认识 10 位积极向上、充满活力的人。他们的热情感染了我。我每完成一章,就象有人在鼓舞我的士气,激励我完成这一任务。在整个 10 次采访过程中,我都保持着“亢奋”状态。第二,作为一种特殊的报酬,我个人学到了许多推销技巧。我必须坦白这是我未曾料到的。毕竟,推销工作我干了一辈子了,而且在许多圈子里我也被公认为一名优秀的推销员。我敢说没有推销员会认为自己从这本书中学不到东西。没有推销员如此优秀,都不用从这些全美最杰出的推销员这儿学习了。

我还发现另外一件事。大多数推销员只与本行业的人交流经验。比如说,很少会有保险商与计算机推销员沟通,或者房地产经纪人与钢铁推销员谈谈。我自己就从其它行业的优秀推销员那里学到了大量有用的东西,而且我发现很容易把这些技巧和概念应用到我自己的工作中,这太令人惊奇了。事实上,我相信其它行业的许多观点都可以拿来,稍加提炼,应用到自己的工作中,而且效果说不定会比原来的主意更好。一些头脑狭窄的人也许会说这是抄袭,但我认为这是足智多谋。

本书几乎每一个推销观念都可以搬到你的销售领域。我故意省去了技术细节,以便那些技巧和策略对每一位读者都有用。我建议你仔细阅读每一章,随意学习每一章里的技巧,这些人不仅是我所认识的最伟大的推销员,也是热情、真诚、谦虚的人。他们带着对自己职业的自豪感邀请您分享他们的成功经验和观点,而他们的经验和观点是最好的。

作者

1



乔·吉拉德

(汽车行业)

“你得推销你自己”

1976年,乔·吉拉德在汽车推销方面又一次取得了骄人的成绩,他以一对一的方式所推销出去的小汽车和卡车比世界上任何人都要多。这已是 he 连续第 11 年获得这样的荣誉。

“我的汽车全部是零售,”他说,“一次一辆,没有批发或集团销售,纯粹的面对面的销售方式”。

在这之前,还没有任何推销员能在一年里同时囊括小汽车和卡车销售这两项世界冠军头衔。

1973年,乔卖了 1425 辆小汽车和卡车,这也许是一项无人能破的世界纪录。《吉尼斯世界纪录》的商业部分中所记载的唯一的一位推销员就是乔。这份纪录是这样写的:

最伟大的推销员:以零售方式推销汽车的世界纪录是 1973 年由密执安州底特律市的乔·吉拉德创造的,达 1425 辆。他自从 1966 年以来年年夺得