

全球经典寓言体畅销图书

世界上最有效的销售方法之一

THE ONE MINUTE
SALES PERSON

一分钟销售员

〔美〕斯宾塞·约翰逊 / 著

《谁动了我的奶酪》
作者斯宾塞·约翰逊
博士最畅销作品之一

3.3
204

版公司

全球经典寓言体畅销图书

世界上最有效的销售方法之一

THE ONE MINUTE
SALES PERSON

一分钟销售员

〔美〕斯宾塞·约翰逊 / 著

《谁动了我的奶酪》

作者斯宾塞·约翰逊

博士最畅销作品之一

一分钟销售员

[美]斯宾塞·约翰逊



图书在版编目(CIP)数据

一分钟销售员/斯宾塞·约翰逊著. - 海口:南海出版公司, 2002.4

ISBN 7-5442-2060-5

I. 一… II. 斯… III. 一分钟销售-销售方法
IV. F.1008

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 094717 号

YI FEN ZHONG XIAO SHOU YUAN

一 分 钟 销 售 员

作 者	[美]斯宾塞·约翰逊
出版发行	南海出版公司
社 址	海口市机场路友利园大厦 B 座 3 楼 邮编 570203
经 销	新华书店
印 刷	华利国际合营印刷有限公司
开 本	787×1092 毫米 1/32
印 张	6.5
字 数	88 千
版 次	2002 年 4 月第 1 版、2002 年 4 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5442-2060-5/F·1008
定 价	16.80 元

南海版图书 版权所有 盗版必究

作者简介：

斯宾塞·约翰逊 (Spencer Johnson)，医学博士，他是全球知名的思想先锋、演说家和畅销书作家。他的许多观点，使成千上万的人发现了生活中的简单真理，使人们的生活更加健康、更成功、更轻松。

面对复杂的问题提出简单有效的解决办法，在这方面，他被认为是最好的专家。

他是许多畅销书的著作者或合著者。他的《谁动了我的奶酪？》提供了应对变化的极好的方法。他与传奇式管理咨询专家肯尼斯·布兰查德博士合著的《一分钟经理人》一书，在《纽约时报》畅销书排行榜上名列第一，是经典的商业图书，曾持续出现在许多著名的畅销书排行榜上。

斯宾塞·约翰逊是南加州大学心理学学士、皇家外科医学院的医学博士，哈佛医学院和Mayo诊所的医生。

约翰逊博士的书成为许多媒体特别介绍的对象，这些媒体包括CNN、《时代杂志》、《今日美国》、《华尔街日报》等。

斯宾塞·约翰逊的书已被翻译成26种语言。

斯宾塞·约翰逊还写过许多其他的畅销书，如《谁动了我的奶酪》、《珍贵的礼物》、《是或不是》、《道德故事》等；“一分钟系列”里共有六本书：《一分钟经理》《一分钟销售》、《一分钟母亲》、《一分钟父亲》、《一分钟老师》和《一分钟自我》。



导 言



《一分钟销售员》阐述了一套新的销售观念和推销技巧。运用它,将有助于你在当今的市场竞争中取得经营上的成功。

本书是根据美国最成功的一些推销员,以及各行业中的 100 家主要公司内,分管市场营销的副总裁的经验、智慧和卓见,加以总结、提炼而写成的。

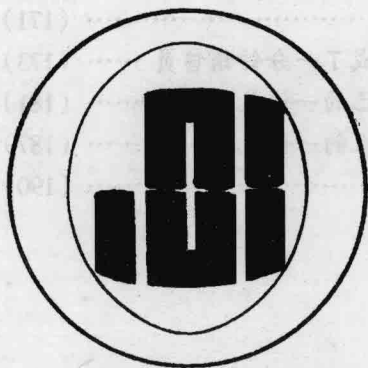
此外,本书还吸取了美国明尼亚波里斯市的威尔逊培训公司多年来所积累的经验。该公司在过去 20 年来,曾培训了 50 多万名推销人员,并在近 10 年期间广泛收集了有关顾

客购买意愿的资料，而“顾客的观念”，就是本书所要阐述的核心问题。

《一分钟销售员》是继国际最畅销的《一分钟经理》一书问世后的第二本畅销书。我也同样热诚地鼓励你阅读此书，特别是其中第三部分销售中自己如何对待自己的技巧，即推销员的自我管理方法，相信你会获益不浅。

我们希望你善于从《一分钟销售员》中学习到新东西，并能结合你自己已掌握的销售知识加以应用。那么，不久你便能事半功倍地创造出更多、更丰硕的销售成果。

史宾塞·约翰逊



这是“一分钟销售员”的标志，是现代电子表盘上所显示的一分钟读数。它的意图是提醒我们，作为一个销售员，应将每一位顾客当作重要人物来对待，拿出一分钟时间去关注。须知：他们是我们办好企业最重要的资源。

目 录

导言

人人都是销售员..... (1)

1. 寻访 (3)

2. 一分钟销售员 (13)

3. 销售的目的 (29)

销售员如何对待顾客..... (45)

4. 销售前的关键时刻 (47)

5. 销售时的关键时刻 (65)

6. 销售后的关键时刻 (87)

销售员如何对待自己..... (97)

7. 推销的自我管理 (99)

8. 秘诀一:

我的一分钟销售目标..... (109)

9. 秘诀二:

一分钟自我赞赏..... (129)

10. 秘诀三:

一分钟自我责备..... (141)



一分钟销售法为何见效·····	(153)
11. 一分钟销售员的解释·····	(155)
效果·····	(171)
12. 他变成了一分钟销售员·····	(173)
13. 给自己的一份礼物·····	(181)
14. 给别人的一份礼物·····	(187)
销售宝典·····	(190)



人人都是销售员



1. 寻 访

一分钟销售员

如果我能学好推销术，那么，将来无论从事什么工作，我都会干得出色！



全球经典销售丛书

一分钟销售员

人人都是销售员

1. 寻 访

有一位十分成功的销售员。他不仅推销成就卓越，生意兴隆，而且心境安宁，财政自主，事业稳定，身体健康，享受着愉快的社交活动，还受到了所有认识他的人们的尊敬和赞赏。

要想找他做生意的人很多，而想同他交朋友的人则更多。

可是，他并不是一向就如此一帆风顺的。

他还记得在过去那些艰难的年月里，他虽

一分钟销售员

然费尽了心血，但却一点也不比别人做得好。

后来，他感到快慰了。因为他不但知道和掌握了销售的应知技巧；而且更重要的是能应用自如了。

每当他想到，他终于能把这套导致成功和富裕的销售术顺利地学到手，就从内心发出了微笑。他从早年就认识到，几乎每一个获得成功的人，实际上就是一位高明的推销员。客观事实就是如此，不管他们自己是否意识到这一点！

他经过观察研究后说：“成功的生意人，推销给别人的，是他们自己的服务价值。成功的家长推销给自己孩子的，是教他们如何过美满而有意义的生活。成功的领导者推销的是他们所具有的能实现人们需求的才能。甚至成功的科学家也得将他们的计划向那些有力量提供研究基金的人推销，以进行他们的科研工作。”

他还记得，早在他读大学时，就有过这么

一分钟销售员

个想法：“如果我能学好推销术，那么，将来无论从事什么工作，我都会干得很出色！”

所以，他在校就读时，就已经开始尝试各种销售工作了。

有几次他成功了，真使他兴奋极了。他想：“好象他们连我也要买去呢！”

可是，当他推销失败时，也有过沮丧之感。他暗自说道：“我简直不适合于推销这一行！”

当他毕业并取得市场学学位以后，他才发现自己对推销学所知甚少。他知道，市场学就是要调查研究用户的需求；提供用户适需的产品和服务；订出具有竞争力的推销价格；方便顾客购买等。

但是，市场营销学的理论与销售实践，有时候颇不一致。

当他第一次为某家大公司从事实际销售工作时，他知道了掌握产品知识的必要性，并且

一分钟销售员

学到了如何运用这些知识，向潜在的顾客推销产品的一些方法，如与顾客会晤；回答对方的反对意见，达成一桩生意，等等。

但是，他参加的销售工作越多，他越是加深了这样一种印象，即人们对销售工作所持有的基本设想是，顾客根本不想购买所推销的产品。

于是，销售工作似乎就是灵巧而顽强地说服顾客做他不愿做的事，买他不愿买的产品。而优秀的推销员似乎找到了这样做的方法。但是这种作法对他却是行不通的。

有一段时间，他从这种挑战中得到乐趣。挑战愈是猛烈，他愈加激励自己，要坚韧不拔。比如，他坚持走出去访问用户，并争取每天比通常多访问一户。这样，算起来，他每年至少就多访问了200户。此法果然有效，他比大多数的同事销售了更多的产品，也获得了更多的报酬。