

# 第一篇

## 从失败到成功的心理历程



## 第 1 章

### 推销是勇敢者的游戏

- ◆ 推销是向准备拒绝你的人销售产品，让无心买东西的人购买你的产品，可想而知它的难度有多大。在推销员中有 99% 的失败者和 1% 的成功者。
- ◆ 推销确实是一种高风险的行当，不是一些懦弱的人所能承受的，只有勇敢者才有希望在推销业中建功立业，成就辉煌人生。
- ◆ 在优秀推销员的成功之路上，失败就是路上的一座座桥梁，正是这些桥梁的存在，才使得他们向着伟大的目标不断前进。
- ◆ 在失败出现时，如果你觉得这是一件很可耻的事情，从而中断了自己的前进路程，那么，可想而知你将一无所成。
- ◆ 除非你自己放弃，否则你不会被打垮。失败了继续坚持，继续努力，你就会成功。

## 百里挑一的成功者

爱因斯坦说过这样一句话：成功是 99% 的汗水加 1% 的天才。

我们就借用一下这位伟大人物的箴言，把他的两个比例用到推销中来：推销员中有 99% 的失败者和 1% 的成功者。或许，这样说有点夸大其事。但是，无情的事实还是告诉我们，真正能够取得成功的推销员确实不多，即使 1% 的比例过于苛刻，生活中的成功推销员也不会多见——当然，我们说的是真正的成功者，顶级的推销员。

除了客观的事实之外，我们也可以听一听推销高手来自实践的感觉，也就是一种主观的判断。

罗伯特·帕克是美国一家计算机软件公司的推销员，他的业绩在公司里总是名列前茅，可以说他就是一名成功的推销员。帕克所在的公司大约有 5000 名推销员，如果你问他：“帕克，你们公司的推销员中有多少人算是富裕的？”他会告诉你：“答案会让你大吃一惊的。5000 人中只有 40 人算是富裕的，其余的收入都是平平或者很糟糕。”

我们可以想一想他的答案。如果 5000 人中只有 40 人，那么这个比重就是 0.8%，所以，按照他的看法，成功的推销员的比重还不到 1%。至于那些获取终身成就者，更是凤毛麟角，少之又少了。

其实，不用去精确地计算成功者的比例，我们也都明白，

做个成功的推销员确实不容易。推销事业就像是一座高山，大部分的推销员都爬不上它的顶峰，只有寥寥可数的一批人，他们不怕失败，充满了胜利的信心，克服了常人难以克服的困难，付出了常人难以付出的代价，在崎岖的山路上不畏艰难地长途跋涉，最终才到达了事业的巅峰。

推销员队伍就像是一座金字塔。在这座金字塔的底部，也就是最宽广的基础部分，是无数的失败者，他们或许连一般的业绩水平都没有达到，尽管他们也付出了汗水、痛苦和精力，甚至有的失败者付出的一切并不比成功者付出的少；顺着金字塔的底部往上走，算是塔的中部吧，这里是业绩平平者的大本营，在数量上，这个群体少于失败者的数目；再往上，就是那些光芒四射的成功者了，他们的人数非常少，但是这个小小的群体所完成的业务量可能是所有推销员业务总量的 80%。这部分人是社会关注的焦点，如同皇冠上的明珠。每个推销员的梦想和光荣就是成为皇冠上的明珠。

## 要有一颗勇敢的心

推销是向准备拒绝你的人销售产品，让无心购买东西的人购买你的产品。这其中当然充满了困难和挑战，而且失败的可能又是如此之大，以至于人们都怀疑推销的效果，怀疑推销员真的能否以此为生。

对一个有志于从事推销的新人来说，了解推销事业的风险是很自然的事情。推销真的这么难吗？从事推销要冒多大的风险呢？在推销中取得成功的机会大不大？自己的性格适合不适合从事推销呢？推销能不能当成事业来干呢？诸如此类的问题

充满了他的头脑。

其实，推销确实是一种高风险的行当，不是一些懦弱的人所能承受的，只有勇敢者才有希望在推销业中建功立业，成就辉煌人生。

有一次，日本的松下公司招聘一批推销人员，考试是笔试和面试相结合。这次招聘的人总共就 10 名，可是报考的达到了几百人，竞争非常激烈。经过一个星期的筛选工作，松下公司从这几百人中挑出了 10 名优胜者。

松下幸之助亲自过目了一下这些入选者的名单，令他感到意外的是，面试时给他留下了深刻印象的神田三郎并不在名单中。于是，松下幸之助马上吩咐下属去复查考试分数的统计情况。

经过复查，下属发现神田三郎的综合成绩相当不错，在几百人中名列第二。由于计算机出了毛病，把分数和名次排错了，才使神田三郎的排名没有进入前十名。松下幸之助听了，立即让下属改正错误，尽快给神田三郎发录取通知书。

第二天，负责办这件事的下属向松下幸之助报告了一个让人吃惊的消息：由于没有接到松下公司的录取通知书，神田三郎竟然跳楼自杀，当录取通知书送到时，他已经死了。这位下属还自言自语地说：“太可惜了，这样一位有才华的年轻人，我们没有录取他。”

松下幸之助听了，摇了摇头说：“不！幸亏我们公司没有录取他，意志如此薄弱的人是成不了事的。”

每一个从事推销工作的人都要面临巨大的挑战，每时每刻都可能出现挫折和失败。因此，一个合格的推销员，更不必说一名成功的推销员，必须具有非凡的意志，必须不怕失败，坚

强无畏，意志薄弱者是无法胜任这项工作的。推销员必须是勇敢者，推销是勇敢者的游戏。

在现实生活中，不会有客户见到推销员来推销就出门相迎，满脸笑容地对他说：“欢迎欢迎，您来得正好。”或者说：“正是雪中送炭！”然后就掏钱购买。如果事情真这么简单的话，世界上就用不着推销员了。从举手敲门开始，到客户开门、与客户交谈，再到最后成交告辞，这一过程中，推销员都可能面对一系列的困难和挫折，甚至是失败，如果推销员不具备勇敢的性格，没有勇气，那么我们完全可以想象，这样的推销员要想成功几乎是一件遥不可及的事情，甚至有点天方夜谭的味道。

人的身上具有无穷的潜能，如果能够充分发掘这些潜力，即使是不大的一部分，成功也离人近了一大步。对一个推销员来说，尤其是刚入行的新手，如何发掘这些潜能呢？一个必备的要求就是成为一个勇敢者。只有一个勇敢面对挑战、勇敢面对失败的人，才有可能找到发掘潜力的适当途径。

有一家小印刷公司推行扩大销售计划，每过六个月就雇用一名推销员，新员工必须先在公司学习商品知识和谈判方法，然后跟着去现场学习，最后才能得到公司经理的接见。如果接见时经理会对他讲一些赞扬的话，那么这位新员工就等于通过了推销培训。

有一年，公司雇用了一名不怎么成熟的年轻推销员，在经过前两个阶段的学习后，他对自己能否胜任推销工作没有一点把握，很担心公司经理不给自己通过培训。

在接见时，经理先是说了一些诸如“你能够干好”之类的鼓励性的话之后，又对他说：“你听着，我想把我要你做的事

告诉你。我让你到街对面那位绝对可靠的客户那里去推销，其实以前我也总是把新来的推销员派到那里去推销的。为什么呢？因为那个老头是个买主，什么时候都会买我们的东西。但是，我要预先告诉你，这个老头是一个粗鲁的家伙，爱吵架，满口粗话，脸皮很厚，你去时，他肯定会对着你大叫大吼，不过你放心，他只是叫一会儿而已。所以，向他推销时，无论他说什么都不要介意，你只要听着就行了，并且对他说：‘是的，先生，我明白了。我带来了本市最好的印刷业务的说明，我想这个说明对您有用。’总之，他说什么都没有关系，只要坚持你自己的立场，向他推销就行了。记住，他在什么时候都会向我们公司订货的。”

这位一直担心自己能不能干好推销工作的年轻人，在听了经理的一番话以后，鼓起了勇气，马上穿过大街，进了那个老头的住所，报上自己公司的名字。果然，开始的时间里，推销员根本没有机会说上一句话，全是老头在不停地唠叨，说着一些无关紧要的事情。这位年轻的推销员始终记住经理对他讲的话，耐心地听着老头说话。最后，他等老头说得差不多了，就说：“是的，先生，我明白了。这是本市最好的印刷业务的商谈说明，这样的说明一定是您要想得到的东西。”打开了话匣子之后，两人还真进入了商业谈判，大约半个小时后，年轻的推销员终于得到了一份可观的订货单。

当推销员兴高采烈地把订货单交给经理时，说：“您说的一点都没错，那个老头真是一个令人讨厌的家伙，可是我要说句稍微不同的话，他真是个买主。这可是我在公司任职以来最大的一批订货。”

经理看了看订货单，感到非常惊讶，对年轻的推销员说：

“你搞错了人吧？那个老头是我们遇到的所有对手中最吝啬、最讨厌、最好吵架和最爱说粗话的老鬼。我们公司在过去的 15 年里总想让他买点什么，可是这个老家伙连 1 块钱的东西都不买！”

原来，经理让年轻的推销员去这个吝啬的老头那里推销只是让他鼓起勇气而已，并不打算让他做成什么生意。而年轻人的勇气还真让他做成了公司和老头之间 15 年来的第一笔生意。

推销确实考验人，尤其是刚入行的年轻人。但是，只要充满信心，鼓起你全部的勇气，勇敢地迈出第一步，就可能成为你成功事业中的关键一步。

## 彩虹总在风雨后

虽然推销员中的成功者并不多，但是成功者本身也是经历了无数次失败的幸存者。可以说，成功的推销员只有在经历了 99 次失败之后，才有可能品尝到 1 次成功的滋味。我们所熟知的成功推销员，比如原一平、乔·吉拉德和弗兰克·贝格特等等，在他们的推销事业中都取得了辉煌的成功，成为每一位推销员的楷模，但是，细究他们的成功之路，我们发现，这不是一条平坦的大道，而是一条充满了坎坷和艰辛的崎岖小径。在这条小径上，有的是荆棘、失败、挫折、沮丧、失望和彷徨，经历过无数次失败后，成功才姗姗来到。

原一平在日本的寿险业是一位众所周知的人物，36 岁时他创下了日本保险业的销售记录，从 45 岁开始，连续 15 年一直保持了全国第一的骄人业绩，在日本被尊称为“推销之神”。

1930 年 3 月 27 日，原一平去明治保险公司面试。当时，

原一平 27 岁，身高仅仅 1.45 米，又瘦又小，貌不惊人。主审官刚从美国学习推销回来，趾高气扬。面试是这样展开的：

考官一张凝重的脸，一面看这桌上的文件，一面对原一平说了一句话。但是由于声音太小，原一平听不清楚。于是他问：“您是说……。”

考官回答：“太困难了。”

原一平表示不理解：“我还是听不懂考官的意思。”

考官有点不耐烦了：“我说推销保险的工作太困难了，你不能胜任。”

这一刹那，原一平突然觉得一丝窒息，隔了好一会儿，他才结结巴巴地说：“何……何以见得呢？”

考官以蔑视的口气说：“老实对你说吧，推销保险的工作非常困难，我看你不是这个料。”

原一平涨红了脸，马上就问考官说：“好！请问进入贵公司究竟要做多少业绩呢？”

“每个月至少一万元！”

“每一个人都能推销到一万元吗？”

“那当然。”

原一平下了决心，说：“既然如此，我也能每月推销那么多。”

经过这样一次面试，明治保险公司勉强录用了原一平。但是由于是勉强录用，公司只是给了他一个“见习推销员”的头衔，还提出了其它一些苛刻的条件，比如公司不发固定薪水给他，不给他办公桌，等等。

虽然在考官面前夸下了海口，但要真正完成每月推销一万元的任务并非易事。由于没有佣金收入，公司又不发薪水，原

一平的日子过得可想而知了。那时候，他每天的生活都是借债度日。

为了省钱，原一平出行不坐电车，午饭也不吃，住的地方只是一个 6 平方米的小屋。在这段时间里，每当中午路过餐厅时，原一平都面带笑容，口里哼着小曲，步子轻快。其实，他每天徒步四处推销保险，一天走下来，疲惫不堪，回到小屋就倒头大睡。在睡梦中，他经常梦见在津津有味地吃午饭，有时甚至是在电车里大吃大喝。

当一个推销员得注重自己的外表，原一平虽然只是一个“见习推销员”，但是一套西服也是必不可少的。可是，穷得连车都坐不起、饭都吃不起的原一平，哪里有钱做西服呢？于是，他只能去旧衣摊买旧西服。正常的西服小口袋应该在左上方，但是买回的旧西服要拆开后再翻过布面重新缝制，这样一来，衣服看起来是新的，可是小口袋就跑到右上方去了。原一平穿的就是小口袋在右上方的西服，而且一穿就是 7 年，直到穿得破烂不堪后原一平才重新买了一套。

由于连续 7 个月没有业务，原一平的房租也就拖欠了 7 个月。这样的房客是没法再住下去的，终于，6 平方米的小屋也成了奢侈品，原一平只能露宿公园。

每天清晨 5 点钟，住在公园里的原一平就从长凳上起床，用免费的自来水洗个脸，然后就徒步去上班，路上花两分钱吃一顿早餐，6 点前就到公司开始了一天的工作。

这就是原一平成功前的日子。

在优秀的推销员的成功之路上，失败就是路上的一座座桥梁，正是这些桥梁的存在，才使得他们向着成功的目标不断前进。没有失败的前进之路，就是一条越走越狭窄的路，虽然这

条路最终也可能会通向成功，但在大多数情况下，越走越狭窄的路到头来就变成了一条死路，没有一丝希望的光芒。著名的成功学家拿破仑·希尔在自己的生涯中经历过很多次重大的转折点，也就是我们所说的“失败”。每次遇到这些转折点时，他总以为自己遇到了令人沮丧的失败，可能就此无法重新振作起来了。但是，拿破仑·希尔后来就明白了，这些看上去像是失败的转折点，实际上却是一只无形的慈祥之手，阻挡了自己的错误路线，并以伟大的智慧力量强制他改变前进的方向，从而把自己引向成功的终点。

对于一个真正的强者来说，失败仅仅是一个小小的插曲，是事业中的一点小麻烦，并不重要。失败是什么？失败是迈向成功的第一步。许多人最终获得了成功，就是因为他们经历了无数次的失败，如果他不曾失败过，他就不会取得更辉煌的胜利。每一次失败都会使人更加坚定，当然，这是指一个坚定的人，如果没有失败的刺激，或许他永远只是一个普普通通的人，一个平庸的人。正是失败，才让他发愤图强，不断进取，正是失败，才让他找到了真正的自我，感受到了自己潜在的无穷力量和智慧。

弗兰克·贝格特是美国著名的人寿保险推销员，在 25 年的推销生涯中，他总共销售了 40000 份人寿保险，平均每天销售 5 份。这样杰出的业绩为他带来了极大的荣誉，被人们尊称为“超级推销大王”。但是，就是这样一位被誉为推销天才的成功推销员，也是经历了无数的困苦、挫折和失败。

还在孩提时代，贝格特的父亲就去世了，留下了孤苦的母亲和 5 个幼小的孩子。为了抚养这一群孩子，多赚一点点钱，母亲拼命替人缝补浆洗衣服。贝格特当时才 11 岁，看到母亲

如此辛劳，凌晨 4 点半他就起床，上街去卖报纸，尽量减轻母亲的负担。这段日子里，他们一家的晚餐经常是一些粗糙的玉米、蘑菇和脱脂奶。这样的日子过了 3 年，14 岁的贝格特不得不辍学了。他给一个机械师做帮工，工作自然十分辛苦。

18 岁时，贝格特成了一名棒球手，收入比做帮工时高多了。可是，好景不长，两年后，在一次比赛中他的胳膊受了重伤，从此退出了职业棒球生涯，当时这对他来说真是一场灾难。贝格特从球队回到了老家费城。迫于生计，这位前棒球手成了一名分期付款卖家具的收款员，整天骑着自行车在街上转。他的报酬仅仅是每天 1 美元，比他在棒球队时的最高收入——185 美元一个月——少得多了。

这样的沉闷生活过了两年，贝格特再也无法忍受了，于是，他加入了一家人寿保险公司，成了一名保险推销员。然而，这位后来被称为“超级推销大王”的推销员，当时的日子很不好过。整整十个月的时间，贝格特的业绩可以用“惨不忍睹”这四个字来形容，贝格特自己也认为这是他生活中最漫长和最沮丧的十个月，他开始怀疑自己压根就不适合当一名人寿保险推销员，他甚至准备翻找招聘广告，另谋生路了。但是，就在他准备回公司拿走自己的东西时，偶然之间听了一些成功推销员的发迹体会，从而下定了继续工作的决心，最后终于获得了巨大的成功。

大浪淘沙，优胜劣汰，成功总是属于那些备尝艰辛的人。成功者无一不是战胜了无数次的失败，成功无一不是血汗和机运的结晶。我们要明白，成功来自于失败，甚至是无数次的失败，就像爱迪生发明电灯泡那样，无数次的失败才换来最后的成功，失败是成功的必经之路。

## 失败是暂时的

失败既然是成功路上一个必不可少的伙伴，那么它是不是永远会伴随着你呢？换句话说，失败是不是永久性的状态呢？我们来听一听一位女广告经理的故事。

在她的办公室里，你一定会注意到房间的一边有一片美丽的旧式西班牙花砖，以及红木制的小吧台，外加几把皮面的高脚椅，主人为什么要把它们置于显眼之处呢？如果那些皮椅能说话，它们会告诉你，每个人都有一段低潮沮丧的日子。关于自己的那段经历，女经理告诉我们：

“那时第二次世界大战刚结束，经济不景气，工作机会难找。我丈夫借钱买了间小型的干洗店，收入原本足够养活一家四口，还能应付汽车房屋等贷款。后来由于经济不景气，我们的生活一下子陷入了困境。我想赚钱贴补家用，但我既没上过大学，也没有特殊才能，实在不知能做什么。这时我突然想到高中的英文教师，她曾鼓励我往新闻报导方面发展，并指派我担任校刊的编辑，我想我可为本地的周报写些《购物指南》之类的专刊，来赚些稿费偿付贷款。

“当时我们把车卖了，由于花不起钱请保姆，所以我把两个孩子放在一辆摇摇欲坠的婴儿车里，后面绑个大枕头。一路上，车轮不断倾斜下掉，我只好跟鞋跟把轮子敲回去，再继续向前走。在这走走停停当中，我下定决心不能让孩子像我一样挨饿受冻。

“然而在说明来意后，报社的负责人对我摇摇头：‘抱歉，经济不景气。’情急之下我想出了个主意，如果让我刊登《购

物指南》，我自己负责找广告商。负责人最后同意给我一段时间，但他劝我别抱太大希望。他们以为我推着那辆破婴儿车找上个把星期也不会有什么下文。但事实证明他们错了！

“我的做法果然奏效，这份收入不但偿还贷款绰绰有余，同时还买下了一辆二手车。由于工作量增加，我请了位女孩来照顾小孩，时间是每天下午 3 点到 5 点。3 点一到，我便拿起报纸，匆匆忙忙出门去会见客户。

“但在某个阴雨的午后，我到客户店里收取广告文案时，却一一遭到拒绝。‘为什么？’我焦急地问自己。原来他们发现瑞塞尔药店的老板——鲁宾·阿尔曼先生没有在我的专刊上登广告。他的店是本地生意最好的，如果他不肯选择我的刊物，那表示我的广告效果不大理想。

“听完之后，我一颗心沉到了谷底，我的房屋贷款全靠这四家广告客户呀！我咬了咬牙，决定再去找阿尔曼先生谈谈，他是个德高望重的好人，一定会给我机会。其实以前我已拜访过他多次，他总是以‘外出’或‘没时间’等理由拒绝见我。如果他肯跟我合作，那么其他的药商也会跟进了。

“我战战兢兢地走进阿尔曼先生的药店，他在柜台后面忙着；我脸上堆满笑容，手上拿着刊有《购物指南》的报纸，趋前向他表示来意：‘您的意见一向很受重视，可否请您抽个空，看看我的作品，给我一点指教！’他听了之后，嘴角立刻往下拉，坚决地摇着手说：‘不必了。’看着他斩钉截铁的表情，我的心情像是摔到地上的玻璃瓶碎片，不知如何收拾才好。

“我像泄了气的皮球，连爬出店门的力气都没有了。我在药店面前的红木小吧台前坐了下来，但又不好意思白坐，于是我掏出身上最后一枚硬币，买了杯可乐，茫然地思索着下一步

该怎么做，难道我的孩子会像我小时候一样总是居无定所吗？难道我真的没有写作的天赋吗？莫非我的高中教师看错我了？一想到这些，泪水涌上了我的眼眶。

“就在此时，我身边传来一个温柔的声音：‘您为什么事伤心呀？’我回头一看，一位满头白发的慈祥老妇人正打量着我。我将事情原委告诉了她，最后我叹了一口气说：‘但阿尔曼先生二话不说就拒绝了我的要求。’

“‘让我看看你的报纸，’她接过我手上那份报纸，仔细看了一遍，然后从椅子上站起来，对着柜台那边大声喊道：‘鲁宾，过来一下！’我这时明白过来，原来她是阿尔曼太太！她要阿尔曼先生在我的专刊上登广告，他听了脸上立刻浮现出了笑容。接着，阿尔曼太太又要了先前拒绝了我的那些客户的电话号码，一家家地打电话给他们，告诉我只管去他们那里拿广告文案。

“后来，我才知道，阿尔曼先生其实心肠很好，十分愿意帮助人，只要有人上门拉广告，他都会一一答应。阿尔曼太太不希望他随便买人家的广告，于是他只好对谁都摇头了。但是如果我消息灵通的话，就不必缠着阿尔曼先生，而应该径直找阿尔曼太太。

“小吧台旁的谈话改变了我的人生机遇。后来，我的广告业务越做越大，我有了四家分公司，雇了 285 名员工。前些日子阿尔曼先生装修店面，撤下了那个小吧台，我们把它买回来，放在办公室里。我总爱把我的客人请到这个小吧台，招待他们喝可乐，然后跟他们说说我的故事，提醒他们千万不要放弃，援手就在我们的身边。”

对于一个推销员来说，如何看待失败关系到他成功的前

景。但是，不同的人显然有不同的心态，从而对待失败的态度也就不会相同。有这样一个故事，说两个不同性格的人，一个是悲观主义者，另一个是乐观主义者，在他们前面的桌子上放着半瓶酒，悲观主义者看了之后，失望地说：“唉，只剩半瓶酒了。”而乐观主义者说：“太好了，还有半瓶酒呢！”由此可见，同样的一个现象，不同的心态就会产生不同的判断。对成功的推销员来说，要的就是一种乐观开朗的心态，对失败看得开，面对挫折不气馁，只把失败作为成功来临之前的考验，失败只是暂时的，成功才是永恒的，成功是失败的终极结果。

实际上，在很多情况下，推销员会感到失败之后成功就会来到，即使不是巨大的成功，也是一个足以令自己振奋起来的好消息，就像是在黑暗中行走时看到了远处有一丝的灯光，为自己的前进竖起了一座指向标。

马里奥特饭店的创始人比尔·马里奥特有这样一句话：“我从没有遭遇过失败，因为我所碰到的都是暂时的挫折。”

## 不以失败为耻

哥伦布曾经在意大利北部城市帕维亚大学攻读天文学、几何学和宇宙学，著名的《马可·波罗游记》、地理学家的理论、海员的报告、传说以及有关海事艺术和技艺的著作都令他浮想联翩。

渐渐地，哥伦布产生了一个坚定的信念，那就是世界是一个球体。那么，从西班牙向西航行就能到达亚洲大陆。由于被这一想法所激动，哥伦布开始寻找必要的资金后盾、船只和人员，以便于去证实自己的理论，探索未知的世界。