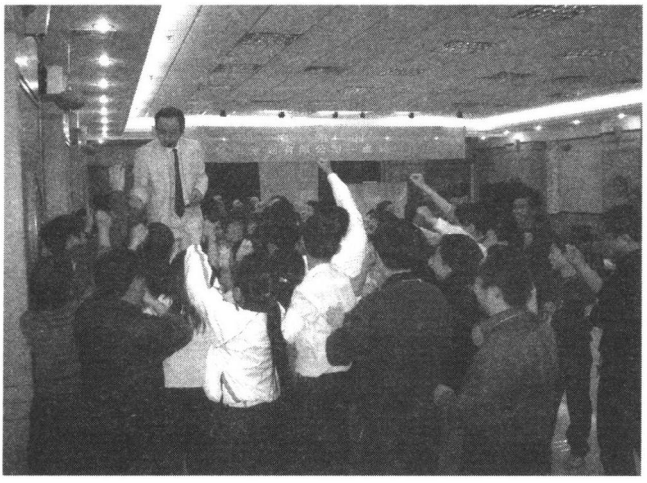
第一部分

蝶恋蜂迷·魅力推销

——如何成为一位对顾客有吸引力的人



需要全本请访问 www.ertongbook.com

态度，你的事业有多高

我们常说态度决定一切。态度决定了一个人的事业高度，态度决定了一个人的成就大小。

假如我们把一个人的能力分为两个方面的话，那么一个是态度，一个是技能，两者的关系不是加法而是乘法。假如态度是 0，技能是 100，它们相乘的结果是 0;假如技能是 0，态度是 100，它们相乘的结果还是 0。态度和技能就如同一个人的头脑和心脏，缺一不可。我们既要有技能，更要有态度。

又假如说，成功等于态度＋技能，态度占 99%，技能占 1%。我们并不需要去考察态度和技能两者占成功的百分比，我们只需要知道态度对于任何一个人有多么的重要，以及一个成功的人应该有什么样的态度。

我曾经看过一个电视缉毒节目。说是有一位大学生具有很高的化学天赋，他在化学上有很高的造诣。按说他的能力是不错的，可是他不去为社会做些有意义的事，却躲在农村家里制毒。他买了很多麻黄草和化学配料，利用自己的专业技能，生产了许多冰毒、摇头丸等毒品。这是一个典型的态度不好，技

能好的例子。

能力再好，态度为零，等待他的将是铁窗生涯。

我们常说世界上没有不好的人，只有不好的心态。哈佛大学的威廉·詹姆士博士在 1905 年写过这样一句话：“我们这一代最伟大的革命,就是发现每一个人都可以借由调整内在心态来改变外在的生活环境。”所以，要改变一个人的命运，就要改变他的心态，只要我们改变了自己的心态，我们就能改变外在的世界。好的心态就会有好的人生。反过来说，好的人生应该也会有好的心态。

一个优秀的领导人一定有一个好的心态，一个好的老师一定有一个好的心态。同样，一个好的销售人员一定也有一个好的心态。

一流的销售人员有着一流的销售心态。

一流的销售心态体现在以下几个方面：

1. 敬业精神。顶尖销售人员视销售为生命。热爱销售，热爱顾客，热爱为顾客服务。

我曾记得国内有位保险界领军人物曾讲过这样一句话：“把保险当作工作的人是个平庸的人，把保险当作事业的人是个优秀的人，把保险当作信仰的人才是个卓越的人。”他是个身体力行的人，他把做保险当作信仰，他对保险有着高度的敬业精神。

2. 积极的心态。顶尖销售人员总是保持着高度乐观的精神状态。顶尖销售人员知道顾客购买的不是产品，而是销售人员的精神状态。积极的心态是可以培养起来的，积极心态与消极心态来自于你的内心以及看待事情的角度。

有个叫塞尔玛的年轻女子陪伴丈夫驻扎在一个沙漠的陆军基地里。有一次，她丈夫奉命到沙漠去参加演习，她一个人留在营地里的小铁皮房子里。天气非常闷热。她非常难过，于是就写信给父母，说要丢开一切回家去。

她父亲的回信是：两个人从牢中的铁窗望出去，一个看到泥土，一个却看到了星星。

塞尔玛看了一遍又一遍，终于悟出了其中的道理：那就是人要有积极的心态。

她开始出去和当地人交朋友。她对当地人的纺织、陶器表示出浓厚的兴趣，当地人就把自己最喜欢舍不得卖给观光游客的纺织品和陶器送给她。塞尔玛甚至开始研究那些引人入迷的仙人掌和各种沙漠植物。她和当地人一起观看沙漠的日落，一起寻找海螺壳，她玩得非常开心，生活过得非常充实而且有滋有味。原来难以忍受的环境变成了令人兴奋、留连忘返的奇景。环境没有变，是她的心态变了。

3. 付出的精神。关于付出，我最喜欢的一句话是：“每一份额外的付出都会有双倍的回收，并在公众场合被表现出来。”顶尖的销售人员在拜访顾客时，永远不怕多走一里路。在为顾客做服务时，永远不怕为顾客多做一点点。有时为了满足顾客的期望，愿意牺牲自己的利益。

只要你在为顾客提供的服务上多下工夫，你的回收一定会增加。永远多做你所当做的，付出你所当付出的，你就一定会获得倍增的补偿。

4. 相信自己。相信自己的第一点是喜欢自己，接受自己，

需要全本请访问 www.ertongbook.com

尊敬自己。相信自己是个有价值的人，相信自己做的事情是有意义的，相信自己是个优秀的人。你越相信自己，你就会越乐观，越愉快。

相信自己的第二点就是相信自己所销售的产品。相信自己销售的产品的品质是最好，是能够为顾客解决问题的。

相信自己的第三点就是相信自己的销售能力。相信自己不会受到顾客的拒绝。

顶尖销售人员相信自己就是顶尖销售员。

相信法则就是相信自己行就一定行，相信自己不行就一定不行。顶尖销售人员有个信念，那就是相信自己能够在任何时候向任何人销售任何产品。

5. 感恩的心态。顶尖销售人员有一颗感恩的心。感谢顾客在你身上花时间，感谢顾客购买你的产品。

顶尖销售人员知道为他支付工资的不是公司，不是产品而是顾客。顾客是他的衣食父母，没有顾客的支持就没有销售成功的喜悦。

6. 空杯的心态。我们知道，一杯满满的水，你是无法再往里加水的。杯子里的水越空，可加的水就越多。空空的杯子可加的水最多。

顶尖销售人员要不断地学习，不断地接受外界新事物。勇于接受顾客的意见，正视顾客的拒绝。做一个海纳百川，有容乃大的成功销售人员。

诚信，成功的第一要诀

苏格兰一个小镇上，一位年迈的鞋匠决定把补鞋这门本事传给三个年青人。在老鞋匠的悉心教导下，三个年青人进步很快。当他们学艺已精，准备去闯荡时，老鞋匠只嘱咐了一句：“千万记住，补鞋底只能用四颗钉子。”三个年青人似懂非懂地点了点头，踏上了旅途。

过了数月，三个年青人来到一座大城市各自安家落户，从此，这座城市就有了三个年青的鞋匠。

过了些日子，第一个鞋匠对老鞋匠那句话感到了苦恼。因为他每次用四颗钉子总不能使鞋底完全修复，可师命不敢违，于是他整天冥思苦想，但无论怎样想他都认为办不到。终于，他不能解脱烦恼，只好扛着锄头回家种田去了。

第二个鞋匠也为四颗钉子苦恼过，可他发现，用四颗钉子补好鞋底后，修鞋的人总要来第二次才能修好，结果来修鞋的人总要付出双倍的钱。第二个鞋匠为此暗自高兴，他自认为懂得了老鞋匠最后一句话的真谛。

第三个鞋匠也同样发现了这个秘密，在苦恼过后他发现，其实只要多钉一颗钉子就能一次把鞋补好。第三个鞋匠想了

一夜，终于决定加上那一颗钉子，他认为这样能节省顾客的时间和金钱，更重要的是他自己也会安心。

又过了数月，人们渐渐发现了两个鞋匠的不同。第二个鞋匠的铺面里越来越冷清，而去第三个鞋匠那儿补鞋的人越来越多。最终，第二个鞋匠铺也关门了。

日子就这样持续下去，第三个鞋匠依然和从前一样兢兢业业为这个城市的居民服务。当他渐渐老去时，他开始真正懂得了老鞋匠那句嘱咐的含义：要创新，但更要诚实，否则必会为社会所淘汰。

古人曰："仁、义、礼、智、信。"近代曰："五讲四美。"诚信有多重要，实在没有必要再讲了。可惜呀！在我们的工作和生活中，诚信仍然是个大问题。招摇撞骗的有，挂羊头卖狗肉的有，言行不一致的有，言而无信的有……

前段时间，看到这样一个报道，国家拟建立诚信体系认证。我知道，先有 ISO9000 国际质量体系认证，有 ISO14000 环保体系认证，这两个认证所做过的事情，所得到的社会效益是有目共睹的。

所以，看到要出台诚信体系认证，我拍手称快，举双手赞成。

诚信是一个人的基本品德，所谓人无信不立。诚信是做人之本，立业之基，没有诚信，几乎无可成之事。

销售最重要的是要有信赖感，假如你的顾客对你不熟，没有信赖感，他是不会买你的东西的。

诚信是人类最美好的美德，同时也是最有力量的东西，诚信是所有人际关系的基础。当你真诚地为顾客服务，你内心会

感到非常舒畅。同时，你也会收到顾客对你的真诚回报。事实上，所有真正顶尖的销售人员都很真诚，都很乐意为顾客服务。

所以说，成功销售第一要诀就是诚实。诚实就像树木的根，如果没有根，树木也就没有了生命。

小李子出身贫寒， 20 岁时就在一家机器公司做起了推销员，正所谓穷人家的孩子早当家。有一个时期，他推销机器非常顺利，一个月内就推销了 30 多台机器。之后，他发现他卖的机器比别的公司出品的同样性能的机器贵。他认为，跟他签约的客户如果知道了，一定会对小李子的信用产生怀疑。于是大感不安的小李子立即带着订单和订金，整整花了三天的时间，逐家逐户去找客户。他老老实实向顾客说明，他所卖的机器比别人的机器昂贵，为此请他们废弃契约。并表明，此前自己也不知道，请他们谅解。

这种诚实的作法使每个客户都深受感动。结果，30 多人中没有一个跟小李子废约，反而加深了对小李子的信赖和敬佩。

诚实具有惊人的魔力，它像强有力的磁石一样具有无比强大的吸引力。其后，人们就像小铁片被磁石吸引似的，纷纷前来向他购买东西。

在这家机器公司做了几年业务后，他自主创业，做起了老板，并获得了成功。

他常常对员工说：“ 你们应该记住，做生意最重要的就是要有为顾客谋福利的正确观念，这比弄花招重要得多。 ”

“ 以信接人，天下信之，不以信接人，妻子疑之 ”。意思是以

诚信待人，得到的也是诚信，天下所有的人都愿意相信你。为人不诚，家人尚且怀疑，何况别人呢？

做一个言而有信的人吧！做一个诚实正直的人吧！诚实让你所向无敌。

我是谁，清楚的自我定位

2001年，美国营销学会评选有史以来对美国营销界、企业界影响最大的观念，不是劳斯·瑞夫斯的USP（独特卖点）理论，也不是广告大王大卫·奥格威的品牌理论，而是赖兹的定位理论。

自从世界一流行销大师赖兹提出“定位”这个概念以来，“定位”两字就在全世界特别是营销界蔓延起来，蔓延得甚至有点疯狂。“定位”已成为人们使用频率非常高的一个词了，它已深入人心。

产品要打进陌生市场，需要定位。企业要在竞争中一枝独秀，需要定位。销售人员要让顾客一见钟情，需要定位。人生最重要的是找到自己的位置，并做好该位置所有该做的事情。

台湾著名漫画家蔡志忠说：“做人最重要的就是要了解自己，有人适合当总统，有人适合扫地。我只适合做一个漫画家。”蔡志忠从小就知道自己能画，所以15岁开始画画。后来一直刻苦的画画，才画出这个多彩人生。蔡志忠定位为漫画家，所以长大成了漫画家。

“定位”的核心是我是谁。散开来讲就是我要成为一个什么样的人，我能够做什么，我要带给顾客一个什么样的印象，我要做一个什么样的推销员。

首先一个大的定位就是我卖什么样的产品，什么样的产品适合我卖。我是否可以做到典型化，我是否可以和自己所卖的产品混然交融。让顾客一想到什么产品就想到你。比如乔·吉拉德是卖汽车的，人们一想到卖汽车就想到乔·吉拉德；比如汤姆·霍普金斯是卖房子的，顾客一想到卖房子就想到汤姆·霍普金斯。

我是从事教育培训的，我是讲销售的，那么我想要做到的事情就是让顾客一想到销售培训就想到张志诚，做到这一点很难，但无论多难，第一步也是要定位。

第二个就是你的为人。你的最大特点是什么，最为人称道的技能或本能是什么,你最有效的行销方法是什么。比如我们都知道乔·吉拉德最广为人知的是他随时随地随人发名片，夏目志郎最为人称道的是他的言行一致。他深夜入睡了，忽然想起要跟客户打电话，他立马穿衣正装站着打电话。他妻子说，“打电话多简单的事情，干吗还要穿好衣服再打，顾客又看不到你。”夏目志郎说，“顾客看不到我，但我看得到我自己，我要给顾客充分的尊重。”再比如有人以陌生拜访为他的亮点，有人以开发客户为他的亮点，有人以客户服务为他的亮点，这些定位，虽然简单，但容易深入顾客心目中去。当你的最大亮点或独特卖点深入人心之后，顾客自然而然会更相信你。

美国 MDRT 顶级会员亚历山卓·福特对于自己的职业定位别有一样说法。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

一个小公司的负责人问亚历山卓：“你从事什么行业？”

亚历山卓回答：“我帮助企业主从债权人的手上保护分阶段的资产，并告诉他们如何增加、保护和保住他们的财富。”

一位要退休的女士，肯定不是有钱人，她问亚历山卓：“你从事什么行业？”

亚历山卓回答：“我是一个守护财富的专家。我擅长避税和房地产规划，因此每个人可以为自己和未来的受益人获得最大的财富。”

一位年约 35 岁的家庭主妇问他：“你从事什么行业？”

亚历山卓回答：“我的客户大部分都已经有小孩，我帮助他们减少他们的债务，我帮助他们规划他们的未来，如教育费用或其他未来的目标等，而且我开始帮助他们设计未来的财富创造策略。”

问 3 次同样的问题，面对不同的人，回答的问题却不一样。

自信，你最大的资本

一个人除非自己有信心，否则就不能带给别人信心；信服自己的人，才能信服别人。

自信是成功最重要的力量之一。自信是对自己 100%的肯定，自信是相信自己有能力做好每一件事。一个人的自信决定了他的能量、热情以及自我激励的程度。一个拥有高度自信的

人，一定会拥有强大的个人力量，他做任何一件事几乎都会成功。你对自己越自信，你带给顾客的精神状态就越好，你带给顾客的信赖感就越强。一个没有自信的人是无法成为一位真正的销售员的。因为在顾客拒绝你之前，你已经自己打垮自己了。

对于销售人员而言，你的自信来源于：

1. 对产品 100% 的了解，对产品 100% 的热爱。要做一名产品的专家，不要做一名产品的门外汉。你连自己所销售的产品都不了解，你如何让顾客信任你的产品就是好的。

2. 完全了解顾客的真正需求是什么？你确保自己能够满足顾客的需求，解决顾客的问题。

3. 明确顾客可能提出的所有拒绝，对解除顾客的拒绝胸有成竹。

4. 确信自己的产品或服务是客户最佳及最适当的选择。

5. 充分的准备。准备在销售过程中所有可能用到的工具。比如，顾客推荐函，产品说服书等。

罗杰·罗尔斯是美国纽约州历史上第一位黑人州长，他出生于贫民窟，出身卑微。在贫民窟长大的孩子，从小就逃学，打架，长大以后很少有人从事体面的工作，但罗杰·罗尔斯是个例外。

有人问他成功的秘诀是什么？他说："自信。"

原来他在读小学时，他的小学校长皮尔·保罗拉着罗杰·罗尔斯的手说："我一看你修长的小拇指就知道，将来你是纽约州的州长。"

从那天起，"纽约州州长"就像一面旗帜一样插在罗杰·罗

尔斯的心上。罗尔斯相信自己一定能成为纽约州州长。他非常自信。从此，他的衣服不再沾满泥土，说话不再夹杂污言秽语，他开始挺直腰杆走路。在以后的 40 多年里，他每天都按一个州长的身份来要求自己。 51 岁那年，他终于成了州长。

一个成功的人必定是一个自信的人，自信不是别人给予的，而是自己挣回来的。先要自己有，别人才会慢慢给你。正如多诺阿索说：“你需要推销的首先就是你的自信，你越是自信，就越能表现出自信的品质。”你推销了你的自信，你就推销了你自己。你推销了自己，你就推销了产品。你就赢得了顾客为你口碑宣传的第一资本。

热情，挡不住的魅力

人的情绪是可以传递，可以被感染的。你的热情可以传递给顾客，你的伤感也可以传递给顾客。传递给顾客的是什么情绪全在于你自己。

在一些演讲会或是研讨会上，开始的时候，我总会热情地向听众打招呼：“亲爱的伙伴们，大家上午好。”“各位朋友，大家下午好。”“来自全国的朋友们，大家晚上好。”同时也要求听众以同样的热情来回应：“好，很好！”

如果有人热情度不高，有气无力的样子说：“还好，不错。”我就说：“各位，我想问问大家，如果 1 代表低分， 10 代表高分，

那么，‘还好’或‘不错’这些回答代表的是几分热情呢？”大家可能会说：“8分。”我说：“假如我们‘很好’、‘非常好’是10分热情，‘还好’、‘不错’是6分热情，那么我们需要几分热情呢？”大家一般都会说：“10分。”

我会说：“一流的课程品质是不是需要一流的听众配合呢？”他们一般都会说：“要。”

我会用各种方式来调动大家的热情和积极性。比如用问问题的方式与听众互动，用游戏的方式与听众互动，用做肢体动作的方式来和听众互动。

我曾经有一位学员，广州某合资公司的推销员，他的业绩连续3年蝉联公司销售排行榜第一名。年收入达6位数，远远超过公司其他推销员。

在一次私下交流中，我知道他是大学历史系毕业的，性格很内向，在干推销员之前还教过书。

他说：“事实上，我是个很没趣味的老师。由于我的课很沉闷，学生个个都坐不住，所以，我讲什么他们都听不进去。我之所以是个没趣的老师，是因为我已厌烦了教书生涯，我对此毫无兴趣可言，这种厌烦感在不知不觉中也影响到学生的情绪。最后，校方终于解聘了我，理由是我与学生无法沟通。就这样，我才找到销售员这份自己胜任并且感觉愉快的工作。”

热情对于学业来说是最好的老师，对于事业来说是最好的力量源泉。

这位学员，做老师不成功是因为他对教书没有热情，没有激情。做推销员获得成功是因为他对推销倾注了热情。

无论你是在拜访客户还是在为客户做售后服务，你都必须表现出你最大的热情。没有人喜欢跟一个面无表情的销售人员在一起，更不想向一个表情冷漠的销售人员购买产品。

IBM公司是当今世界上最大的计算机制造公司。它的成功秘诀就是迅速而热情的为顾客提供售后服务。

有一次，一家使用 IBM 计算机的客户打来长途电话，请求该公司立即派人前去帮助修理计算机出现的故障。可是这位客户地处偏远的山区，靠一般的交通工具需要花费两天的时间才能到达那里。为了及时地帮助顾客排忧解难，维护公司的声誉，经过短时间的研究之后，该公司的维修人员毅然踏上了直升飞机，及时赶到了客户家里，而且对客户表示歉意，满怀热情地为用户顺利而及时地排除了故障，使这位客户大为感动。优质的产品及工作人员良好的工作热情，使IBM 公司在世界计算机销售领域中独占鳌头。

作为一种企业精神，对顾客的一腔热情使 IBM 立于不败之地。

自律，经营自己内心的花园

宽以待人，严以律己是一种人生态度。这里说的律己就是今天我们要讲的自律。自律是组成健全人格的一个重要元素。

自律是自己管理自己、自己尊重自己、自己塑造自己。一个能自我管理的人，是一个成熟的人，是一个为自己负责任的人。

一名医给一位病人看病，发现病人的子宫里长了瘤子。于是决定手术摘除。可在开刀的过程中，发现病人子宫里长的不是肿瘤，而是个胎儿。

名医陷入了痛苦的挣扎：要么继续下刀，硬把胎儿拿掉，然后告诉病人，摘除的是肿瘤；要么立刻把肚子缝上，然后告诉病人，看了几十年的病，这回他居然看走了眼。

三秒钟的内心挣扎，名医浑身湿透。30 分钟后他从手术室回到了办公室，静待病人的苏醒。“对不起。”只见他站在病人的床前说，“太太，请原谅，是我看错了眼，你只是怀孕，并没有长瘤子，所幸及时发现。孩子安好，你一定能生一个可爱的小宝宝！

病人和家属全惊呆了。然后，病人家属突然冲了上去，抓住名医的领子吼道：“你这个庸医，什么东西！”

有朋友笑这位名医：“为什么当时你不将错就错？说它是个肿瘤，又有谁知道！”

名医淡淡一笑：“可是我知道！”

一个成功的人既要别人的监督，又要自己的监督。别人的监督可以发现自己发现不了的事情，自己的监督就是自律。

日本推销之神原一平为彻底改变自我，做一名优秀的寿险推销员，他别出心裁，策划了一个批评自己的集会。批评者由自己的客户组成。

需要全本请访问 www.ertongbook.com