
序

我非常高兴地得知迈克·高弗雷完成了这本关于“目标营销策略”的书。在交往模式使用了 10 多年后,值得欣慰的是现在有更多的人也将体验到使用简单的人际交往模式的快乐和成效了。

人际交往模式能够风行全世界(100 个国家, 100 种语言), 是因为它简单易行, 并且适用于各种文化背景。它所涉及的是关于人的一些基本问题。现在每年都有成千上万的人接触到人际交往这个概念。许多公司和一些商界人士的日常经营及经济效益, 都有了极大的改观。

迈克清晰的写作风格和他的各种不同的范例将会帮助你我们将人类的社交类型模式同销售过程中一个经过检验的模式(大部分销售都要经历的一系列事件) 联系起来, 使你学会一种通过建立信任来增加销售的简易、实用的方法。

迈克·高弗雷懂得建立关系的价值。他已经有效地证明

了销售成功的三大要素。

- 产品知识
- 销售技巧
- 人际关系技巧

他已经成功地将销售过程和人际关系技巧融入一个实际而有效的系统中。这个系统可以被销售人员在各种销售情况下简单迅速地采用，从而能制定出满足买方需求的销售计划。

本书文笔亲切，娓娓道来，有时你甚至会感觉到迈克好像就你身边与你交谈。这种写作风格使本书语言生动流畅，易读易懂。

另外，本书的编排方式也可以使你以最少的努力学会书中的知识，获得最大的成效。一些实用的练习使你在实际应用之前有机会加以操练，以增强对自我的信心。

真不错，迈克！作为一个受人欢迎与尊敬的培训导师和顾问，他把在销售领域和其他许多商业领域内处理人际关系的实际经验，以及多年的工作都凝结在《目标营销策略》这本书里。他使每种社交类型的人都活生生地出现在读者眼前，并在不知不觉的幽默中使我们的推销员们看到了自己在销售中的行为——这种方式既打动了年轻的销售人员，也博得了富有经验的专家们的喜爱。我期盼着迈克下一部著作的面世。

人际关系跨国公司总裁
约翰·戈恩斯坦博士

前摇摇言

摇摇这本书旨在帮助你在销售时获得更高的效率。它最根本的原则就是知己知彼 ,以便更好地理解销售过程中买卖双方的相互影响。

一旦你能完全了解为什么人们这样做 ,并能说出人们可能去做的事情 ,你就能够更好地预测他们的行为并调整自己的行动 ,就能更好地和他们相处 ,他们就将愿意与你结识。

这就是我们在此书中概述的原则的直接应用。它们已被公认为是当今买方统治市场、有策略的合作项目、大多数管理项目以及许多领域中的销售人员迅速提高工作效率的日益重要的必要条件。

书中叙述的一些概念并不新颖 ,已提出过一段时间了。在我看来 ,这里只是增加了它们的有效性和用途 ,同时也意味着它们并不是昙花一现的时髦想法 ,或者是像我曾教过的一名学生指责的那样 ,是一种流行心理学。事实决不是那样的。

这项工作的核心程序已应用于世界各地的经济领域,具有多种用途(例如管理、咨询、合作、领导培训等等),也是世界上应用最广泛的培训程序之一。

尤其值得一提的是,本书是以闻名世界的加利福尼亚自我意识系统股份有限公司开发和销售的人际培训程序为基础的。他们的程序已应用于 140 个国家,译成了 100 种语言。这种程序通用、流行、需要量大并且效率非常高。

我想再补充两点:

1. 社交类型及所有相关概念。

2. 销售进程模型简明而实际地概括了一个人为赢得一笔交易而必须提高效率的全过程。

在概括这两个有助于理解的工具之后,我将把它们编排在一起,向你提供一个赢得更多交易的有力的方法。对你们中的一部分人来说,这将帮助你们在获得和应用新知识、新技巧方面向前迈出实质性的一步。对你们中的另一些人来说,这也将会提供一个完善的框架来帮助弄懂你们现在正在做但并没有把握做对的许多事情。你们的自信心都会因此而明显提高,因为我们知道,积极的态度会大大促进销售。同时你们也会受益,因为这将会帮助你们提高所希望获得的销售水平。

读本书将达到的效果

在你看完这本书之前 ,你需要做以下几件事情 :

- 摇弄清你的合作伙伴的社交类型 ;
- 摇弄清对方的需要以调整你原来的交往类型 ,来适应对方 (例如用他们最熟悉的方式与之交往);
- 摇设计出调整你的行为和交往的最有效的方式 ,以便让对方知道你正高效率地处理与他们的业务。

从这个意义上讲 ,本书完全是关于基本的销售竞争——有效交往的。但是社交类型理论不是像传统的培训那样 ,教你如何问一些公开或秘密的问题 ,或者如何积极主动地去倾听。它超越于此 ,而为你打开一个你未曾企及的交往世界。

实际运用这些概念 ,你将会享受到许多尝试者已体验过的成功。

目摇摇录

序.....	员
前摇言.....	猿
第一章摇为什么需要社交类型理论.....	员
摇社交类型理论.....	圆
摇销售时运用社交类型理论的好处.....	猿
摇销售时有效沟通的重要性.....	源
摇本章小结.....	源
第二章摇什么是社交类型.....	缘
摇社交类型模式.....	远
摇行为的两个方面.....	远
摇类型网格	园

摇

摇我们和其他人行为的驱动力是什么？ 源

摇了解需要和惧怕 远

摇本章小结 源

第三章摇进一步探讨类型的组成要素 源

摇四种主要社交类型以及与之相关的行为 源

摇范例 员 缘

摇范例 圆 源

摇范例 猿 猿

摇范例 源 猿

摇如何与混合型的人打交道 猿

摇实例分析 控制—分析型 猿

摇实例分析 开创—促进型 猿

摇实例分析 促进—分析型 猿

摇本章小结 源

第四章摇销售过程 源

摇关于运用销售技巧的问题 源

摇运用销售过程的好处 源

摇销售过程 五个自然步骤 源

摇本章小结 远

第五章摇针对各种类型的人的销售 远

摇第一阶段 准备 苑

摇第二阶段 接洽 苑

摇第三阶段 陈述.....	愿
摇第四阶段 处理反对意见	蒙
摇第五阶段 试探成交意向及成交	范
摇本章小结.....	员
 第六章摇压力下的行为类型.....	源
摇销售过程中存在的各种压力.....	缘
摇迎战或逃避.....	缘
摇每种性格类型的人在压力下的行为表现.....	远
摇与那些处于压力下的人打交道.....	怨
摇本章小结.....	园
 第七章摇其他需要考虑的问题.....	员
摇向团体和混有各种类型的人的群体销售.....	圆
摇与难对付的客户打交道.....	源
摇范例.....	源
摇社交类型信息概要表.....	远
 附录一	怨
摇练习一 制定有效的销售策略	怨
摇练习二 大宗用户的发展	蒙
 附录二.....	远
摇为什么要预测行为？	远

摇

摇行为和个性分类体系..... 员苑

摇后摇记..... 员猿

第一章

为什么需要社交类型理论

摇摇这是我所知道的能帮助你了解你自己和他人的最简单、最有效的模式。本章主要是一些背景情况 ,使你对该模式有一个大体的认识 ,并向你介绍一些使用它所带来的好处。

本章要览：

- ◆摇摇什么是社交类型；
- ◆摇摇它们的来源；
- ◆摇摇在销售时运用这个理论的好处；
- ◆摇摇沟通在有效销售中的重要性。

社交类型理论

社交类型理论(这一名称出自它的发展者罗杰·梅里尔和大卫·里德)的基础是人与人交往时的四种基本行为类型。

这些类型间的区别显而易见,而这些不同的行为举止方式也常被人提起。行为者本身并不需要知道这些心理和生理上的差别。如果你运用它,那么社交类型理论就是一个框架,我们可以直接把每天对别人的观察填进去。然后就可以运用它帮助我们决定怎样最好地行动以提高人际交流的效率。

因此本书也提到了各种选择,当然并不强求你去使用这一理论。社交类型销售确实有用,至于你是否想试试看在你自己身上是否行得通完全是你自己的选择。从这点来说,社交类型销售是一种实用的、可行的、明智的、高效的销售方法。

听过我讲课的大部分学生以及世界各地每天在生活中运用社交类型模式的人都在获得成功。我写作此书的目的是为了帮助你理解你所处的人际环境,并且使你迅速熟练地与你在销售过程中碰到的人打交道。

还需要补充一点,你一旦掌握了这些技巧,就会很快发现,你正把它们运用在非销售情况下(例如处理同上级和下属的关系,处理你同销售小组中其他人的关系,以至同你的家人及至爱亲朋的关系)。它们很容易形成一种有效的人际关系模式。本书的基本着眼点是销售,但这些技巧会使你在其

他领域内也受益匪浅。我相信你会发现这一点。

本书并不是要教你如何耍弄手腕 ,或者如何制服操纵别人以使你能为所欲为。这是一种改进和建立在大多数销售中所依靠的长期关系的技巧。

销售时运用社交类型理论的好处

所有的销售人员都知道 ,为了使交易成功 ,必须付给买方一些好处。如果你付的好处不能满足消费者的需要 ,就难以使销售获得成功。脑子里有了这个概念 ,你可能就会更想知道本书的益处以及它所能提供的帮助。

如果运用得当 ,社交类型模式会给你带来以下好处 :

- 摇它会使你更容易地建立起与各种类型的客户之间的有效的工作关系 ;
- 摇你会被看作是一个值得信赖、有商量余地、方式灵活多变、愿意帮助客户解决问题的人 ;
- 摇你将能够发展更多有效的技巧 ,既能使销售获得成功 ,又能使顾客心满意足。
- 摇你将使用一种技巧使你比那些没有使用它的同事更有自信心和满足感 ;
- 摇你将使你的销售队伍具有明显有利的竞争优势并能胜过竞争对手 ;
- 摇你会更容易地完成更多的销售任务 ;

- 摇你会认识到你有潜能去赚更多的钱。

销售时有效沟通的重要性

很多情况下 ,销售时由于缺乏清楚、有效、有意义的交流而使买卖双方觉得无法进行下去。当然 ,像产品演示、报价单以及产品的特性和优点等是很重要的 ,正如你后面将看到的一样 ,但实际上它们也是不同的交流方法 ,也就是把相关信息从卖方传达给买方的方法。但是如果在错误的层面上交流 ,它们也可能会变得毫无效果。我的意思是说 ,如果我们谈话不在一个层面上进行 ,交流错误 ,或是用一种生硬、含混不清的表达方式 ,那么有些交流的作用就失去了。而在销售中 ,我们不能忽视这种作用 ,在工作中我们必须借助这种作用。

本章小结

本章着重叙述了以下几点 :

- 员摇社交类型是有效的指导 ,它能使我们理解人们的行为。
- 圆摇社交类型在销售中尤其有用。因为你越了解客户 ,就会交流得越好 ,工作也就会越有成效。
- 猿摇将社交类型理论运用于销售 ,将会使你在物质和个人满足感两个方面都获益匪浅。当然 ,选择权还是在你手里。

第二章

什么是社交类型

你是否曾经想了解人与人之间的共同之处，是否想知道有何模式来解释它们？本章将告诉你，人们的行为确实有许多可以做出解释的相同点，并且能够将它们有效地运用在销售之中。

本章要览：

- ◆ 社交类型模式的核心部分；
- ◆ 人们在控制和感情这两个主要方面的交往本性；
- ◆ 建立方式的各个侧面的一般常规；
- ◆ 人们有哪些需要，每种主要需要是如何要求不断满足的。

社交类型模式

最早论述社交类型的著作是罗杰·梅里尔和大卫·里德的《个性方式和有效工作》一书。从社交类型的概念和运用两方面来看,这项具有权威性的工作明确了从属于两个中枢的四种基本的行为类型。

这两个中枢可以追溯到 19 世纪 80 年代的研究者查尔斯·奥斯古德博士和其他人所完成的一项有趣的开创性的工作。奥斯古德及其研究人员对人际交往中语言的运用方式很感兴趣,并写了一篇论文,名叫《词意的衡量》。在这篇论文中,他们提出了“语义的差别”,这是一种在一定范围内可以把词义从两个极端区别开来的技巧。

奥斯古德小组认为语言是用来描述或判断的。这一点后来被一些研究者所证实。他们发现人与人交往时,缘像的语言用来判断,缘像用来描述。

行为的两个方面

奥斯古德小组发现,我们所使用的词汇可以分成两大类,形成我们不自觉问自己问题的基础。

缘像在这个关系中,那个人想控制我多少?

圆瑶在这个关系中包含了多少这个人的感情因素？

乍看起来这两个问题可能简单，毫无紧要，甚至值得怀疑。但是想想你的一些销售关系并问问自己：

关于这两个问题——一个是表示对别人的控制或操纵的顺从，另一个出于感情的原因表明完全自控——这些特点会不会在你与不同客户间的关系中有所不同，甚至在与同一客户的关系中不同的时间也会有所不同？

我想你的答案会是肯定的。

这两个问题形成了我们将要建立的基本结构的两大主体——网格的横轴和竖轴，用它来帮助理解各种类型出现在哪儿以及每种类型中的各种特性的相对比例。横轴表示行为是主动型的还是被动型的。

竖轴将表明人们在什么地方变得外向或内向。

最重要的是，在直觉上，我们遇到一个人时我们会很快作出判断——他应归在何处。他的行为越接近我们自己的行为，我们就越容易与他相处。这并不片面，请不要急于在这点上争论。

但实质上，为了某些难以道清的原因，我们对那些感觉上亲切的人会进行更多的接触。如果你同意这一点，那你至少就已接受了社交类型理论在销售中的基本前提的一半。这就是说，买者越觉得你和他们在某些或许多方面相似，你们的交流往往就会更加有效，你们之间的关系就会越和谐，而这种关

系将会给你们双方都带来积极的结果。

控制指标

这个指标用来衡量一个人的主动性或被动性。

主动行为

这一指标高的人(那些被认为是主动型的人)通常被描述成：

好强的	武断的	健谈的
爱支配别人的	不可抗拒的	强制的
好打断别人的	有抱负的	自信的
具有挑战精神的	直截了当的	固执己见的

被动行为

指标的另一个极端是那些不被认为有统治力的人(即不武断的、谦恭的、顺从的人)。他们通常被描述成这样：

安静的	依从的	附和的
注意倾听的	随和的	易合作的
平和的	温和的	不肯定的
优柔寡断的	谦恭的	温柔的