

# 《抢单手记：销售就是要搞定人》

## 图书基本信息

书名：《抢单手记：销售就是要搞定人》

13位ISBN编号：9787516811149

出版时间：2016-8

作者：倪建伟

页数：384

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《抢单手记：销售就是要搞定人》

## 内容概要

本书虚构了主人公倪峰从到某世界500强企业的一个风雨飘摇中的办事处工作开始，讲述了他如何在逆境中，在落后的局面下，运用销售智慧，拼抢得一个又一个订单的故事。这些故事既有作者亲身经历的案例，也有许多销售同行共同亲历过的场景，如实地反应了市场第一线销售人员的真实状态，也解密了在本土商业环境中如何才能取胜的各种销售规则、销售技巧和职场智慧。文中先以大量的案例描写，验证销售理论和销售技巧，新增30000字抢单秘笈，不但强化了实战理论，更增加了部分对销售生活的感悟，使焦点不仅聚在销售本身，更将视野放在更广阔的生活，指导人们如何利用销售的思维和技巧决胜职场和取胜人生。

# 《抢单手记：销售就是要搞定人》

## 作者简介

倪建伟

中国工业销售联盟创始人，曾在数家世界500强企业担任销售总经理

曾就职于日本荏原机械、德国西门子、美国Tuthill等世界著名企业，任办事处经理、销售总监、销售总经理等职。2009年在天涯发表《销售无冬天》，受到千万粉丝热捧；2011年出版《销售就是要搞定人——一个销售总经理十六年的抢单笔记》，当当网销售管理榜单连续六年排名前十。

# 《抢单手记：销售就是要搞定人》

## 书籍目录

写在前面

自序/ 成功靠自己导演

01. 谁说搞销售的不是在搞艺术
02. 在脑门上刻一个“忠”字
03. 目标是成功的原动力
04. 销售是从被拒绝开始的
05. 在金字塔上挖得人才
06. 订单活着是因为有人在左右
07. 找对人，做对事，说对话
08. 和稀泥也是一种艺术
09. 跑在前面时要手握一把刀
10. 小虫也能成龙，靠的是什么
11. 方向是最好的细节
12. 你知道你想去的地方吗
13. 不要死在目标的路上
14. 被规则玩，还是玩规则
15. 如何制造销售之势
16. 走活“五步推销法”
17. 销售的名字叫“机会”，而不是工作
18. 不“犯忌”，不“浅薄”，不“误事”
19. 对不同的人要用不同的“钩”
20. 销售三术之“察”
21. 销售三术之“异”
22. 销售三术之“勇”
23. 我与客户清一色

# 《抢单手记：销售就是要搞定人》

## 精彩短评

- 1、还可以，现在最差的地方就是和人交流
- 2、学会搞定人，在销售行业取胜，接单量多多！
- 3、有故事，有案例，也有具体的做法，我不需要知道文章的真假，我只知道能够得到收获，这就够了，五星！
- 4、此书真的写得很好！！对于一个销售外行，阅读此书可以了解很多工业销售的实情！另外，最后附带了作者的经验总结以及对网友的答复，阅读后真是醍醐灌顶！！
- 5、接地气好过假大空
- 6、作为一名同样做营销工作的人来说，这本书很实用，销售就是要学会搞定人的技巧！
- 7、虽然偶不是销售人员，但是觉得把自己想要展示的内容说服别人接受确实是一种能力，需要学习一下！
- 8、很不错的一本书 作者结合多年实战经验总结出销售技巧 能很好的运用到实际工作中 非常接地气的一本书
- 9、职场那些牛人们确实都有自己的一套方法，多学习学习，充实自己，没错，书中的内容很有启发！
- 10、适合当销售鸡汤，睡前读物。
- 11、这本书是14年就看过的，当时帮了我很多。这本书在原来的基础上加了一些销售的技巧，比之前故事性的更加系统。16.9.10
- 12、抢单手记，抢单涉及了方方面面，效率和质量并重，恩，搞定人！

1、文/荒原《销售就是要搞定人》这本书通篇强调了三个内容。1、销售不仅是一种业务，更是一门艺术，在这门艺术中，2、作为管理者首先要搞定部门内部的人；3、无论是管理者还是销售担当一旦进行销售行为时，必须搞定客户方面的“人”后才能拿到订单。由此看来作者在告诉读者这样一个道理：人是销售成败的第一要素。在此观点下，作者首先将不听使唤的“人”（部下）拿下，然后放开手脚从事销售活动，不停地运用着各种方法进行攻关，最后当自己的能力不能解决问题时，懂得知人善任的道理，利用可以解决问题的“人”，从而攻破难题，完成任务。作者在书的附录1的部分为所有从事销售职业的人员总结了73条注意事项，这73条内容其实是每个销售人员每天都会遇到并且随时发生的。作者为大家做了归纳整理，是可以作为业务手册使用的。在这本书里作者是基于两个前提下而展开实际销售业务的，即：销售人员“已经掌握了专业知识”的前提和销售人员“愿意从事销售工作”的前提。1、销售人员“已经掌握了专业知识”的前提不管是管理者自身还是部下首先必须具备专业知识。书里面没有写培训，但也略微在书的开始处要求业务人员坐在办公室里看资料，而不是轻易地让他们跑出去。这就是所谓的自修。业务人员的自修是必要的。但有些知识也不是业务人员把样本册背得滚瓜烂熟就可以了的。在竞争日益激烈的今天，销售人员除了解商品本身的性能、用途、竞争品情况等信息之外，公司价格体系的形成、市场整体趋势、市场经济中的基本理论等等也是必修的。在过去的一年多的工作中，经常会遇到客户要求降价的要求，有些要求偏离了公司的既定价格，有时营业担当（包括我在内）听到客户要求的一瞬间，很难对客户的要求是否正当做出准确的判断，于是就对客户说：“这个价格要和公司领导商量后才能给您答复”。这种方式在现行的营业管理中是无可厚非的，但这种方式同时反映了营业担当对公司定价体系、公司的价格优势等等缺乏了解也缺乏培训；给客户的印象是我们的营业担当缺乏随机的对应能力。目前我们的报价都是在价格表标示的价格上加一到两块钱之后报价。然后根据客户的定量再下调价格。客户对我们报价不满意，营业担当就打电话给上级，要不就是告吹。这种机械式的报价体系最多是让营业担当“知其然”，而“不知其所以然”。营业担当于是打电话、走流程、还有私下查的，总之即使得到了客户要求的价格，办事效率也不高，并且报价成功的几率也不高。建议我司领导在公司允许的范围内上对营业担当进行价格体系的说明。在过去的一年多的销售业务中也出现过“怎么这个项目突然没了？”、“最近这款产品怎么推不动了？”，或者会出现“公司新研发的有优势的产品怎么就推不动呢？”等等的迷茫。当营业担当经历了一番风雨后才蓦然回首：“噢！原来该产品的市场不在这边呀”，于是乎浪费了时间和精力也没卖出去。这说明了一个现实——缺少先见性的市场动向的指导。这个现象如果究其所以然，那就会回到“先有鸡还是先有蛋”的问题上来——到底是先有需求再做开发然后再推广产品（换言之走模仿的道路）呢？还是先认知市场，主动撬动新品开发的开关，从而引领市场，推进销售（走“智猪博弈”中的“大猪路线”）。前者，较为现实、并且成本低、但要想大面积地占领市场估计很难；后者有些风险、并且成本高、但成功后功德无量。当然销售的直接担当不断地在实践中摸索经验、不断地总结市场也是尤其重要的，或许战斗在第一线的销售人员才最有发言权。但任何一名好的士兵也不能没有指挥官的指导，否则就会犯错误、打败仗。这个指挥官就是对市场动向和市场规模的引领。从过去的工作来看我司的管理层是缺乏对营业担当的指导的。建议公司营业领导层定期的对营业担当进行市场动向的指导。从过去的一年多的工作中我还发现我的部下都有一定的实践能力，讲起产品和性能多少都有一套，但就是不能拿逻辑磕，一磕就没话、一磕就烦恼，甚至生发出反感，觉得你在为难我，你看不起我。不用说用理论和逻辑推敲他（她），就是用5H1W来确认，有时都很费劲。我曾经问过部下：“如果你要完成目标或者拿下某一项目，你需要什么资源来配合你？”回答往往是无声的沉默，从部下的沉默中我似乎能够理解两个内容：一是，“老曹，你问这么多干嘛？！到时候把业绩做上去不就完了吗！”，还有一种可能性是连他自己也不知道想要什么。对此我有时也会反问：如果你做不上去怎么办？回答是：还能怎么办，最多是没有奖金罢了。这位员工为什么会形成这种认识姑且不论，至少说明了一点：不爱学习理论知识。从销售人员的工作内容来看，我们的营业人员做的工作其实是“贩卖”，而不是真正意义上的“营销”。因此到真正意义上的“销售人员已经掌握了专业知识”，至少我的事务的成员还有相当一段路要走。2、销售人员“愿意从事销售工作”的前提《销售就是要搞定人》这本书里写过几次作者的部下在销售不畅时出现了“烦恼”的情绪，但没有提出“我不喜欢这项工作”的人。效益和奖金挂钩的现实往往让销售担当将销售当成一种职业，至于“喜欢不喜欢”另当别论，更多的是在项目成功时表现为对销售工作的喜爱和愿意，而对于做不下来的项目、没

## 《抢单手记：销售就是要搞定人》

感觉的项目以及没感觉的客户往往表现不出怎样去钻研，进而放弃这些没感觉的项目和没感觉的客户去寻找下一个目标。从这个现实来看，其实这个销售人员不一定喜欢销售工作，甚至是不愿意做的。培养自身及部下愿意并喜爱销售工作，也是我的部门今后的一个重要课题。产品不一样，所以卖法也不一样。基于产品的销售方法，“人”的重要性越显得突出，这或许也是作者立论的基础，也是作者的写作初衷，更是我和我的部下今后要好好学习的。

2、  
马克思说，由产品变商品为惊险的一跳，正是这一跳才创造了价值。而销售员就是完成这一跳的艺术家。

一个合格的销售员，必需学会察言、观色、攻心，通过顾客的一句话、一个动作、一个表情甚至一个眼神来琢磨其心理活动，进而采取有效的进攻策略，掌握交易的主动权。那些全球销售人员的偶像们，无一不是善于攻心的狠角色。销售员若想问鼎成功，一定要读这本《销售就是要搞定人》，认清客户心理，用不同的推销方式推销，会使你的业绩提高得更快。

本书以案例加评论的形式展现了一名销售总经理的销售职业中的无数个精彩片段。融合商战经营、销售技巧、职场成长为一体，全面向广大读者展示了销售职场的决胜技巧和人生中的取胜之道。主人公倪峰在逆境中和落后的局面下，运用销售智慧拼抢得一个又一个订单，解读了本土商业环境下的各种销售规则和销售技巧，以及职场智慧。这些故事既有作者亲身经历的案例，也有许多销售同行共同亲历过的场景，如实地反应了市场第一线销售人员的真实状态，也解密了在本土商业环境中如何才能取胜的各种销售规则、销售技巧和职场智慧。

文中先是讲述案例，后面附上简短评论点题，新增30000字抢单秘笈，不但强化了实战理论，更增加了部分对销售生活的感悟，使焦点不仅聚在销售本身，更将视野放在更广阔的生活，指导人们如何利用销售的思维和技巧决胜职场和取胜人生。“不是我想赢，而是我必须赢。一个成功的销售必须对任何客户都有这样的必胜心态！记住微笑是可以传染的，信心也是可以传染的。”“在客户现场照销售方法、营销对策，再好的营销计划如果不建立在客户第一现场的土壤上，也开不出胜利之花。”作者写下了多年商场上的血汗经验，具有极高的借鉴价值，对广大销售职场人员具有实际的指导意义。

《销售就是要搞定人》正是为所有期待掌握客户心理、引导客户消费的推销人员而作。销售是一场心理博弈战，谁能够掌控顾客的心理，谁就能成为销售的王者。销售员不懂销售心理学，就犹如在茫茫的黑夜里行走，永远只能误打误撞。而优秀的销售员往往就像一位心理学家，最明白顾客的心声，善于了解顾客的真实想法，懂得运用最积极有效的心理影响力，让顾客觉得如果不从他这里购买产品就会后悔。

不管是潜移默化的影响，善意的引导，平等的交谈，还是巧妙的敦促，优秀的销售员总是能用自己的能力和魅力，为顾客搭建一个愉悦和谐的平台，让销售变得顺其自然。但是打开顾客的心门，不是仅靠几句简单的陈述就能够实现的。顾客的消费心理，需要引导，因为顾客所作出的任何购买行为都是由他的心理来决定的。只有学会观察，学会换位思考，销售员才能轻易地洞察顾客的心理，赢得顾客的信任，达到销售的目的。

3、因为某个原因，接触过跟销售有关的工作，虽然方式不同，但曲径通幽，性质是一样的。做销售有关的工作，的的确确不是每个人都能做得来，尽管门槛低，但是有可能一个学销售的研究生，也不一定混得比一个还没高中毕业的业务员好。道理很简单，正如作者所说，销售其实是门需要你自己慢慢去摸索的艺术，本质，也就是要搞定人。也因为一个偶然原因，接触到这本书，虽然部分故事情节是虚构的，毕竟一个故事要吸引人，多多少少会讲究点英雄主义，像这一类的书籍，倘若只是枯燥的理论叙述，相信也没多少人能真正看得下去。而《销售就是要搞定人》这本书，优势就在于能以故事吸引人，在故事中讲道理，往往能起到正面的效果。作者倪建伟，曾就职于日本荏原机械、德国西门子、美国Tuthill等世界著名企业，任办事处经理、销售总监等职。现任香港BSM特材阀门公司总经理

## 《抢单手记：销售就是要搞定人》

。书中的主人公，多多少少可以看到作者的影子，那些故事，有杜撰出来的，但我相信是基于事实的基础上的杜撰，毕竟那是他驰骋沙场几十年积累下来的经验，有得意，难免也会有失意。而最让人感慨的，是主人公在摸索了好几年之后总结的心得。销售，并不只是简单的金钱来往，最核心的是人与人之前的较量，与竞争者的较量，与需求方的较量，与内部团队、公司的较量。往往要打心理战，有时也需要看运气，但是无论是好运气还是坏运气，都是自己一手打出来的牌，一切都有因果关系。一个销售员所能做的，就是保持敏感度，用心做好服务。真诚地与人打交道，不要因为眼前的利益而葬断了自己的职业生涯。在书中穿插讲述的一个个案例中，我也渐渐发现了很多自己之前工作时犯过的一个个错误，大呼相见恨晚。但是仔细一想，觉得并不可惜。只有真正切身体会到失误，才能真正吸取教训，如果只是了解了书中的道理，没有亲身去犯错误，迟早也会犯。那倒不如早一点，在参照了书中的道理后，真正意识到问题的严重性，悬崖勒马！关于书中的内容，不作详细地介绍。故事性很强，读起来一气呵成，当小说来读读也不为过。有趣的是，在本书的附录2中，收录了作者与网友实战解析的47个案例，相信每个销售人，都能在这几十个案例中找到曾经或者现在正在迷惑的相似的问题，有作者的指点迷津，相信会是读此书的一最大收获吧。

4、销售界里有诸多传奇，有的人一单就能够享用一生，有的人入行好久，却始终在门边儿转悠，处处碰壁，拆强人意，勉强维持生计。销售是一门儿艺术，一门儿与人打交道的艺术，销售卖的不仅仅是产品，更多时候，销售是在销售自我的同时顺带把产品卖了。乐意做销售的，值得看一下《抢单手记》，没有华丽的辞藻，干脆利落的核心要点儿，可以助你一臂之力，少走冤枉路。不做销售的，也值得看一下《抢单手记》，因为这里边有很多有关人性微妙的阐述，成长过程并非一帆风顺，难免会有几多委屈，懂得人性中的某些情愫，也许就会释然很多。《抢单手记》中倪建伟以他及其朋友的案例，通过工业产品的销售，向我们展示了销售过程中应如何去搞定客户，如何能获得客户的认可。倪总的语录抛砖引玉，指引入门的销售者，为熟手销售者添砖加瓦。诸如新手要职业化、专业化、要懂得问题的核心在哪里即关键人，要懂得能够用“察”、“异”、“新”等与客户建立关系。管理销售团队，宁要“忠”的庸人，也不要“离心背德”的才子，适时而勇。职场中的利益团体关系错综复杂，要在翅膀还软的时候学会忍耐。该出手的时候要对自己狠一些，要足够的专注与有勇气。倪总对销售的四重境界——“菜鸟”、“熟手”、“能手”、“专家”的描述，易于销售者对自己进行定位，从而采取合适的应对策略。职场新手在不了解行业境况的情况下，可以通过树立职业化的形象（主要是着装及仪态）来给人留下较好的第一印象。紧接着要苦练内功，练好内功是江湖行走的第一步，销售行业也不例外。初入销售行业，不要一味地着急去跑客户，要苦练内功（熟悉自己代理的产品，熟悉行业境况，对竞争对手的产品也有足够的认知，对潜在的客户组织结构的分析）。拜访客户，要树立自己专业、职业的形象。当遇到问题，久攻不下时，要回头分析组织框架，是否是问题出在了某个环节上。找出key person，解决问题的关键。再通过资料分析，判断通过什么策略来搞定关键人（倪总搞定难搞之案例时，描述的云淡风轻，其实能够感觉到为此而付出的艰辛努力。成功从来都需要辛勤耕耘，同时还要主义策略。或投其所好、或者故弄玄虚等等）。向客户介绍产品时，要注意听话外音儿，弦外意。搞定客户不是一朝一夕的事情，要找其薄弱点（人性的弱点）突破，那么就会势如破竹。生活是门儿艺术，精彩与否取决于人与人之间的互动。交朋友也罢，求职也罢，工作也罢，其实在生活的方方面面，我们都需要进行高效率的沟通，最终满足物质或精神的需求。销售达人——倪建伟将《抢单手记》里一个个的案例进行抽丝剥茧，直至问题要害，没有那么多的枝枝叶叶，全全地都是“干货”。“听君一席话，胜读十年书”，《抢单手记》将是懂得提高职场高效沟通与执行力的不错的书籍。

5、我刚毕业的头两份工作都跟销售有关，第一份还好，只是电话邀约，与销售还没那么沾边，虽然压力也巨大。第二份工作时刻要与人面谈，识人，察言观色，熟悉产品，专业度，缺一不可。当时我还有点学生时代的清高，或者说是脸太嫩，胆子太小，总是不那么自信。可能是因为个人气质跟公司售卖的课程比较搭，所以比较容易能获得顾客信任，业绩还没那么糟糕。但是时刻陷入迷惑当中，每当手里的潜在顾客拒绝我的时候我都非常痛苦，而且异常沮丧。那段时间，我搜索了很多关于销售的书籍，有天就看到这本《销售就是搞定人》，看书的过程中我慢慢有所领悟，开始思考起我的日常工作该如何开展得更好。这本《抢单手记：销售就是搞定人》是在原书的基础上又添加了抢单锦囊和73条销售心法，原来本来因为故事而欠缺系统和完整的销售技巧，现在也更加有条理了。怎么说呢，这本书虽然以作者的销售故事来讲工业销售技巧，但对当时的我也是很有启发的。我开始浅显的思考，我能给顾客提供什么？我的销售产品与市场上的其他同类产品有什么不同？我的个人形象是否能



## 《抢单手记：销售就是要搞定人》

够得到顾客信任？这些问题现在看起来还是那样的稚嫩，但是我觉得这些都是销售最基础的工作内容，如果我当时没有思考明白，没有找到我自己的答案，可能我当时的业绩不会在整个片区做到前五名。后来我因为销售压力实在过大，又很不喜欢这份工作，索性就辞职了。再下一份工作中，虽说是培训，但我忽然意识到，其实任何工作都有销售的环节，人和人打交道的过程就是销售的过程，即使你不销售任何产品。我们认识一个陌生人，想要和他相聊甚欢，需要销售自己的聊天术，自己的思想，自己的个人魅力。小到买东西，大到谈婚论嫁，都离不开销售。销售就是日常生活中与人打交道，也许有有形的东西，也许是无形的东西。所以重温这本书，既让我回想起两年前我是怎样的迷茫与坚持，又让我觉得熟悉而亲切。销售就是要搞定人啊，当时我还不能明白为什么起这样的名字，但我现在已经懂了，人与人打交道，不搞定别人的思想，不让别人喜欢你接受你，谈何销售呢？对于我自己而言，再次读这本书，我也慢慢在生活工作中体会到的，就是作者一直到了十多年的销售经历达到专家阶段以后所说的话，用产品说话才是真正的销售。内容为王，产品质量可靠，才能真正立于不败之地。就好比现在人人说自媒体，然而做得好的自媒体永远是那些内容足够好的，这必须需要时间积累，不断反思，不断努力，才有可能做到。销售从来不是丢人现眼的事情，不是强行向别人推销的过程。好的销售如同真正的名师那样，潜移默化的影响别人，不售而售，不教则教。这大概才是最高境界吧？不过想达到这种境界，还需要做好基础工，不断刻意练习，不断反思自己，慢慢坚持下去，把这口井打深吧。

6、还在大学读书时，总觉得销售这个职业不是所谓的好职业，老妈也经常说谁谁家的孩子读了那么多年书，最后却在跑销售，白念了。现在真正踏入社会，找了几份工作，才发现，没有任何一家企业可以离得开销售，没有销售，我这种办公室打工的只能喝西北风，可以说是销售在保我的饭碗。本以为这本书是1234式的理论工具书，可是没想到里面确是由一段段销售故事组成，在故事行进中和故事的最后，告诉你一个好销售所应具备的品格，在这里，我把我从书中学到的总结出几点，与君共勉。销售，首先是一个团队，所以说，销售不仅仅是一个人的单打独斗，更是一个团队的通力合作，这种合作，可能并不是指几个人一起谈一个单子，而是团队的精神与凝聚力。本书，也不仅仅是写给销售人员的，团队管理者更应该看一看。一个人的干劲或许取决于薪资水平，但更取决于团队的氛围与目标，不知道自己在做什么，不知道公司的发展方向在何方，巧妇难为无米之炊，哪怕再好的销售才能，也只会在一潭死水中消磨殆尽，所以，团队，要有自己的规则，有共同前进的目标，要进行规划，要有精神内核，需要团队领导人或者一个光明的前景把大家凝聚到一起。销售，需要技巧，什么时候该说什么话，尤其是电话销售，在前期沟通中，无法直接面对面，这时候怎么说就决定了会不会有下一次的面碰面。你的语调是否饱含力量，谈吐是否幽默，是否能把你的产品与客户的需求点结合到一起，这些都需要你在拿起电话之前反复思量好，更别说，在谈话过程中可能会发生各种突发情况，没有一定的资料话术知识储备是远远不够的。销售，更需要人格魅力，这不仅是书中的故事，更是我身边的真实例子。我们公司的曲哥，看这样子老实呆呆的，可是一年中总有七八个月的销售冠军是他，客户们都说看着就本分像是干活儿的样。每个销售人员都有自己的风格，有的走精英商务范，有的会和客户成为朋友拉近关系，打个不合时宜的比方啊，就像贵妇们喜欢帅哥老板们喜欢美女，这些路线风格甚至于外貌统统都是你的人格魅力，当然还有最重要的，如果没有诚信，不负责任，花言巧语或许能促成签单，只要客户不是傻子，那永远就只能成为一锤子买卖，口碑越发糟糕，自掘坟墓。最后，销售也需要时机，在火车上的偶遇，促成一个大单，更促成自己开创自己的公司事业，这种事儿不是童话，这种机会是可遇不可求的，但绝不是不可能发生，一旦遇到，那就只有一句话，使出浑身解数牢牢把握！任何一份工作都是既普通又不普通，好好干，吃透了，才是最实在的！

# 《抢单手记：销售就是要搞定人》

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)