

《不存在未出版的错误条目》

图书基本信息

书名：《不存在未出版的错误条目》

13位ISBN编号：9781325974658

10位ISBN编号：132597465X

出版时间：1900

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

《不存在未出版的错误条目》

内容概要

不存在未出版的错误条目

《不存在未出版的错误条目》

精彩短评

- 1、色哥的销售
- 2、新人读还不错。
- 3、色哥的书，让人懂得很多人生道理和人情世故。无论以后我做不做生意人，这都是需要了解的。
- 4、很好看
- 5、很多很基础的技巧 不错的小说 全是干货
- 6、那什么才是最厉害的？ 手段！手段！还是手段！ 这才是成功人的快速成功的捷径。 就是在关键的时机做表现最好的事，从而力挽狂澜。改变局势。 古代大诗人陈子昂的故事就很有意思。 陈子昂年轻时从家乡来到首都长安，准备大干一场，然而朝中无人，故四处碰壁，怀才不遇，令他很是郁闷。也让他苦思良策。 一天，他在街上漫无目的地闲逛，见一人手捧胡琴，以千金出售，观者中达官贵人不少，皆无人敢买。陈子昂二话没说，买下此琴，众人大惊，问他为何肯出如此高价。他说：“吾擅弹琴，请明天到我住处来，我将为你们演奏。” 次日，陈子昂住所围满了人，陈子昂手捧胡琴，忽地站起，激愤而言：“我虽无二谢之才，但也有屈原、贾谊之志，自蜀入京，携诗文百轴，四处求告，竟无人赏识，谈琴本低贱乐工所为，我看不上，不宵弹之！” 说罢，用力一摔，千金之琴顿时粉碎。还未等众人回过神，他已拿出诗文，分赠众人。众人为其举动所惊，再见其诗作工巧，争相传看， 就这样一日之内，陈老哥便名满京城。青云得志了。 这就是手段。 人性在利益面前是没价值的。
- 7、这是我看过的唯一一本销售类书籍，但它并非只是销售那么简单，而是告诉我们在中国社会生存的很多准则，需要你自己去琢磨，有一定阅历的人可以看看。
- 8、我来写书评的，算是顶下色哥。多年未执笔，不知从何入手了。 开篇对出版社的白痴书名表示由衷作呕下，难得色哥写的这么一手好资料，你说被河蟹掉大半情节倒是可以理解，毕竟政治大国，诸多思路上不得台面，但是没来由的你偏要盲目从流，由着自以为是的所谓畅销书理念，把书名改得这般俗不可耐，而后自己蹲回井底，夜郎自大，独步井下，真的让人好生伤心。。 好了，无聊浪费生命，下面归正题。 想当年自己初出校园，满脑子正义理想，所幸第一份工作从事温州房产中介，打交道的都是几百万资产的人精，一年半载后虽然未修成正果，倒也是对销售、社会精英有些深刻体会。读万卷书，行万里路，体悟自不同。而后一不小心在天涯上看到色哥帖子，销售中种种体味思索顿时杂陈上来，真如沐春风，醍醐灌顶。色哥的老到的社会经验，人性的心理分析，出谋设计，运筹帷幄，真是拍案叫绝，于是穷追不舍，一路追帖，真到色哥弃楼（或半弃楼）。 一、少时很喜欢看三国，据传罗贯中身前也是半个谋士，书中故事如孔明等设计，都是依对手性情而设，但是前期调查总有不详，故后面局成，总有天助之嫌。色哥料事，却是对对手精明透里，厚积薄发，有水到渠成之妙。举例言，应聘，首先分析招聘者的需求所在，而后以异而出，切对方需求点而出，丝丝入扣，所以总能成功。比如应聘德企，大声由衷赞女领导，成功应聘，进入企业后又依人之患在好为人师，主动请教已知答案的问题，后期女领导便多有照顾，和气融融。 色哥阅历至深，看问题总能由杂入简，切中要害，比如招聘单位是招纯筛选工作业务员，抑或是开拓型业务员，都有先明析后入手过程。又如潇洒哥接对方招书邀请，三点便知客户已被对方搞定，自己纯粹陪标抬价用。 看问题深入骨髓有多处，想几处补几处。又如资本逐利性敢冒绞首的危险，人性的可收买价值（不一定是价格），色哥签过无数的反行贿协议，说在某网友的眼里，中国无疑是个完美的国度。八二原则的实践意义，达成目的的分阶段可执行方式，一步步筛选下来。决策人、影响人、推荐人的利害关系，如果仅搞定老总，下面人叫老总自己担风险签合同的例子。办公室永远是高大全的话，这个倒是非常方便的解释几乎中国所有的新闻联播和中国几乎所有的报纸。约对方出来习惯性的多次电话，根本无所谓挫折感，都成一种职业习惯了，厉害。帮手下搞定原自己的业务员于泉在跟的单子时，对客户采购的心理分析。不认可一勤天下无难事，而是定义为勤是成功的基石，而非成功的必然。卡内基到后来，都是在环球旅行的，偶印象深刻。国内有很多的销售书盲目宣扬勤，可能跟中国的传统价值观有关，我在温州接触太多的温州老板每天无所事事，同样有多房好车的。

《不存在未出版的错误条目》

再、思路开阔，拿单不一定要自己努力搞定采购方，退而研究竞争对手，以外企工作交换而成，独辟蹊径，达成目的，一般还真想不到这一步。

三、反间踏雪无痕。端掉副总的小兵，无形无象达成目的。端掉副总却是墙倒众人推，副主自己树敌太多之过，色哥只是顺势而行。反间客户老总与手下副总等却是狠招，竞争对手这么强势的关系工作被一举击破，着实厉害。如果没有这个切入思路，这个单子被对手工作做的这么好，几乎是铁板上钉的，如果生在宋朝，几乎就是利用皇帝靖康之难后又迎回老皇帝自己做不稳的心理，一举除掉岳飞的翻版。当然，纯目的分析，不作历史贬褒。皇权封建，弄个秦桧背骂名，怎么也骂不到皇帝头上，可怜岳飞如此英雄人物，也达不到目的，反而屈死。如色哥所言，也许你所有的心机、勤劳、苦楚、奔走，不及领导的一个小小的暗示运作。

西门子的空手套白狼算半个反间了呵。真是厉害的。

四、不害人理念。个人感觉相当重要。心机总要害人，商人唯利是图，才是商人。色哥搞定客户后，提高门槛，使竞争对手提价，但是于客户一关，把握住能用的质量。真的是一个很好的平衡点，既打胜对手赚到利，又不伤害客户，与坑蒙拐骗分开来，生意才能长久。帖子中色哥进一步提及机子卖贵，总比客户一次次万字头的换风扇叶轮，于成本仍是一种控制。更多的是平衡网友的心理，也算是一种师出有名的做法。换言之，赚专业的钱，又合理的赚。不过说回来，色哥打交道的又多国字头的企业，倒颇有劫贫济富的感觉了，比如说，想办法赚中石化的钱，最后这笔钱没用拿来买酒买灯买别墅，心理上好承受些吧。

五、成熟心态。比如立志，色哥便来个有些人立长志和有些人戒烟常立志之说，自己读到此大笑。比如坚持，好胜（不一定好斗，但一定好胜）。比如人生的规划，原始资本人脉积累，到自己立业的一步步过程。

六、销售与众不同的把握，即色哥说的异勇察，察，然后评勇而异。比如在名片后写佛，风水之类的引起牛总关注。竞争同质化后的胜出，企业运作中凭异而起的好多，像以前的标王秦池、三株、脑白金，解决前很会打广告的黄楚九。现在的王石、乔布斯等，研究起来倒是很有共性，最终都达到目的。

七、节奏的把握，主要是拜访频率，客户三类人的轻重主次把握，回扣点的谈出时间点等。还有个单子是趁五一长假竞争对手放松时做下的呵。自己做中介进也印象深刻，我的主管平时每天无所事事，一到A类客户有权有钱有急的需求，带看谈判到晚上十二点，不签合同不结束。深刻受教。余世维讲座中也有这个理念，重要紧急，重要不紧急，紧急不重要，不重要不紧急，很多销售类杂书中的客户ABC分类，却是一种极其重要的必须要养成的销售习惯。

本来想翻着帖子补充的，先乱写一点吧。下面粗析下不能认同的一些观点：

一、傍大官。我一点都不认同老雷的人生哲学。官是用来借势，但关键还是要自己有本事把企业办起来，如果没有官提，自己卖鱼数年后必定是个大鱼贩，这种心态做事。这点上，我个人更认同独立。朱新礼是弄到个破产小厂后一人去德国接订单把企业做起来，宗庆后也是有本事把校办小厂搞的这么大的，这是个人能力，而不是哪个大官罩着扔个大厂过来。当然色哥也说过把农民弄到中南海的问题，说明色哥也认同个人能力。当然就目的而定，老雷也有些钱，虽然不是大富。只是个人感觉色哥对这类现象认同有点太强烈。

二、用人不疑，疑人不用。个人感觉色哥如果识人到深度，还是要信人，只是怎么识人信人看人操作了。这个正反例子都很多，比如刘备与孔明的关系，三顾、托孤时自立为王的话，曹操破袁绍后烧信，李秉哲避灾回来李舜根交钱重振事业，本田宗一郎、藤泽武夫，盛田昭夫与井深大一辈子的分工合作关系，反之如时下热闹的国美争权，松下幸之助与井植熏，邵逸夫与亚视那个老板叫什么忘了，自己查资料吧。正反面都有，只是个人感觉色哥太偏向于另一面，这样不容易成大业。

吃饭，不写了，不管怎样，感谢色哥贡献好帖，偶看销售以来最好的帖子（出版书不算，河蟹的厉害）。

另补充一些，卖米的故事是王永庆的，李嘉诚只卖过塑料，韩国的郑周永倒也是卖过米。

末，这是色哥的天涯原帖，所有做销售必须去看的<http://www.tianya.cn/publicforum/content/no20/1/288309.shtml#Bottom>

《不存在未出版的错误条目》

至于其他社会精英也不妨看看的。

9、而如果，我们现在又知道了我们的最终之路。

而如果我们现在做的每一件事，每一份工作，每一天都为了实现自己的最终之路而做铺垫。

你认为实现我们的最终之路还会难吗？时间还会久吗？

10、成功人，总是提前布局的人，只有愚笨的人才会临时抱佛脚。阴于阳，高于下，善于恶，白于黑。什么才是最厉害的？手段！手段！！还是手段！！！简单直接，一针见血！

11、有些案例不错的

12、一本不错的网络小说，对销售新人来说可读性很高，但是那毕竟是本小说。

13、有点装逼，对手不够饱满，但还是有些教条作用的

14、销售必读实战手册

15、成功人，总是提前布局的人，只有愚笨的人才会临时抱佛脚。 阴

于阳，高于下，善于恶，白于黑。 都是相互依存相互依靠，相互对立又相互统一的

同样，有了最终之路我们这个人生大目标 那么当下更应该做的是打好基础这样的小

事。 玄妙啊 没有付出就没有收获。 没有先亏就没有后赚。 不做小

事就成不了大事。

16、做业务出身的都适合看看这本书

17、相当不错的一部销售类小说，案例很多，当时是在天涯上看的，现在都出版了

《不存在未出版的错误条目》

精彩书评

1、我来写书评的，算是顶下色哥。多年未执笔，不知从何入手了。开篇对出版社的白痴书名表示由衷作呕下，难得色哥写的这么一手好资料，你说被河蟹掉大半情节倒是可以理解，毕竟政治大国，诸多思路上不得台面，但是没来由的你偏要盲目从流，由着自以为是的所谓畅销书理念，把书名改得这般俗不可耐，而后自己蹲回井底，夜郎自大，独步井下，真的让人好生伤心。。。好了，无聊浪费生命，下面归正题。想当年自己初出校园，满脑子正义理想，所幸第一份工作从事温州房产中介，打交道的都是几百万资产的人精，一年半载后虽然未修成正果，倒也是对销售、社会精英有些深刻体会。读万卷书，行万里路，体悟自不同。而后一不小心在天涯上看到色哥帖子，销售中种种体味思索顿时杂陈上来，真如沐春风，醍醐灌顶。色哥的老到的社会经验，人性的心理分析，出谋设计，运筹帷幄，真是拍案叫绝，于是穷追不舍，一路追帖，真到色哥弃楼（或半弃楼）。一、少时很喜欢看三国，据传罗贯中身前也是半个谋士，书中故事如孔明等设计，都是依对手性情而设，但是前期调查总有不详，故后面局成，总有天助之嫌。色哥料事，却是对对手精明透里，厚积薄发，有水到渠成之妙。举例言，应聘，首先分析招聘者的需求所在，而后以异而出，切对方需求点而出，丝丝入扣，所以总能成功。比如应聘德企，大声由衷赞女领导，成功应聘，进入企业后又依人之患在好为人师，主动请教已知答案的问题，后期女领导便多有照顾，和气融融。色哥阅历至深，看问题总能由杂入简，切中要害，比如招聘单位是招纯筛选工作用业务员，抑或是开拓型业务员，都有先明析后入手过程。又如潇洒哥接对方招书邀请，三点便知客户已被对方搞定，自己纯粹陪标抬价用。看问题深入骨髓有多处，想几处补几处。又如资本逐利性敢冒绞首的危险，人性的可收买价值（不一定是价格），色哥签过无数的反行贿协议，说在某网友的眼里，中国无疑是个完美的国度。八二原则的实践意义，达成目的的分阶段可执行方式，一步步筛选下来。决策人、影响人、推荐人的利害关系，如果仅搞定老总，下面人叫老总自己担风险签合同的例子。办公室永远是高大全的话，这个倒是非常方便的解释几乎中国所有的新闻联播和中国几乎所有的报纸。约对方出来习惯性的多次电话，根本无所谓挫折感，都成一种职业习惯了，厉害。帮手下搞定原自己的业务员于泉在跟的单子时，对客户采购的心理分析。不认可一勤天下无难事，而是定义为勤是成功的基石，而非成功的必然。卡内基到后来，都是在环球旅行的，偶印象深刻。国内有很多的销售书盲目宣扬勤，可能跟中国的传统价值观有关，我在温州接触太多的温州老板每天无所事事，同样有多房好车的。再、思路开阔，拿单不一定要自己努力搞定采购方，退而研究竞争对手，以外企工作交换而成，独辟蹊径，达成目的，一般还真想不到这步。三、反间踏雪无痕。端掉副总的小兵，无形无象达成目的。端掉副总却是墙倒众人推，副主自己树敌太多之过，色哥只是顺势而行。反间客户老总与手下副总等却是狠招，竞争对手这么强势的关系工作被一举击破，着实厉害。如果没有这个切入思路，这个单子被对手工作做的这么好，几乎是铁板上钉的，如果生在宋朝，几乎就是利用皇帝靖康之难后又迎回老皇帝自己做不稳的心理，一举除掉岳飞的翻版。当然，纯目的分析，不作历史贬褒。皇权封建，弄个秦桧背骂名，怎么也骂不到皇帝头上，可怜岳飞如此英雄人物，也达不到目的，反而屈死。如色哥所言，也许你所有的心机、勤劳、苦楚、奔走，不及领导的一个小小的暗示运作。西门子的空手套白狼算半个反间了呵。真是厉害的。四、不害人理念。个人感觉相当重要。心机总要害人，商人唯利是图，才是商人。色哥搞定客户后，提高门槛，使竞争对手提价，但是于客户一关，把握住能用的质量。真的是一个很好的平衡点，既打胜对手赚到利，又不伤害客户，与坑蒙拐骗分开来，生意才能长久。帖子中色哥进一步提及机子卖贵，总比客户一次次万字头的换风扇叶轮，于成本仍是一种控制。更多的是平衡网友的心理，也算是一种师出有名的做法。换言之，赚专业的钱，又合理的赚。不过说回来，色哥打交道的又多国字头的企业，倒颇有劫贫济富的感觉了，比如说，想办法赚中石化的钱，最后这笔钱没用拿来买酒买灯买别墅，心理上好承受些吧。五、成熟心态。比如立志，色哥便来个有些人立长志和有些人戒烟常立志之说，自己读到此大笑。比如坚持，好胜（不一定好斗，但一定好胜）。比如人生的规划，原始资本人脉积累，到自己立业的一步一步过程。六、销售与众不同的把握，即色哥说的异勇察，察，然后评勇而异。比如在名片后写佛，风水之类的引起牛总关注。竞争同质化后的胜出，企业运作中凭异而起的好多，像以前的标王秦池、三株、脑白金，解决前很会打广告的黄楚九。现在的王石、乔布斯等，研究起来倒是很有共性，最终都达到目的。七、节奏的把握，主要是拜访频率，客户三类人的轻重主次把握，回扣点的谈出时间点等。还有个单子是趁五一长假竞争对手放松时做下的呵。自己做中介进也印象深刻，我的主管平时每天无所事事，一到A类客户有权有钱有急的需求，带着谈

《不存在未出版的错误条目》

判到晚上十二点，不签合同不结束。深刻受教。余世维讲座中也有这个理念，重要紧急，重要不紧急，紧急不重要，不重要不紧急，很多销售类杂书中的客户ABC分类，却是一种极其重要的必须要养成的销售习惯。本来想翻着帖子补充的，先乱写一点吧。下面粗析下不能认同的一些观点：一、傍大官。我一点都不认同老雷的人生哲学。官是用来借势，但关键还是要自己有本事把企业办起来，如果没有官提，自己卖鱼数年后必定是个大鱼贩，这种心态做事。这点上，我个人更认同独立。朱新礼是弄到个破产小厂后一人去德国接订单把企业做起来的，宗庆后也是有本事把校办小厂搞的这么大的，这是个人能力，而不是哪个大官罩着扔个大厂过来。当然色哥也说过把农民弄到中南海的问题，说明色哥也认同个人能力。当然就目的而定，老雷也有些钱，虽然不是大富。只是个人感觉色哥对这类现象认同有点太强烈。二、用人不疑，疑人不用。个人感觉色哥如果识人到深度，还是要信人，只是怎么识人信人看人操作了。这个正反例子都很多，比如刘备与孔明的关系，三顾、托孤时自立为王的话，曹操破袁绍后烧信，李秉哲避灾回来李舜根交钱重振事业，本田宗一郎、藤泽武夫，盛田昭夫与井深大一辈子的分工合作关系，反之如时下热闹的国美争权，松下幸之助与井植熏，邵逸夫与亚视那个老板叫什么忘了，自己查资料吧。正反面都有，只是个人感觉色哥太偏向于另一面，这样不容易成大业。吃饭，不写了，不管怎样，感谢色哥贡献好帖，偶看销售以来最好的帖子（出版书不算，河蟹的厉害）另补充一些，卖米的故事是王永庆的，李嘉诚只卖过塑料，韩国的郑周永倒也是卖过米。末，这是色哥的天涯原帖，所有做销售必须去看

的<http://www.tianya.cn/publicforum/content/no20/1/288309.shtml#Bottom>至于其他社会精英也不妨看看的

2、成功人，总是提前布局的人，只有愚笨的人才会临时抱佛脚。阴于阳，高于下，善于恶，白于黑。都是相互依存相互依靠，相互对立又相互统一的。同样，有了最终之路我们这个人生大目标那么当下更应该做的是打好基础这样的小事。玄妙啊 没有付出就没有收获。没有先亏就没有后赚。不做小事就成不了大事。

3、那什么才是最厉害的？手段！手段！还是手段！这才是成功人的快速成功的捷径。就是在关键的时机做表现最好的事，从而力挽狂澜。改变局势。古代大诗人陈子昂的故事就很有意思。陈子昂年轻时从家乡来到首都长安，准备大干一场，然而朝中无人，故四处碰壁，怀才不遇，令他很是郁闷。也让他苦思良策。一天，他在街上漫无目的地闲逛，见一人手捧胡琴，以千金出售，观者中达官贵人不少，皆无人敢买。陈子昂二话没说，买下此琴，众人大惊，问他为何肯出如此高价。他说：“吾擅弹琴，请明天到我住处来，我将为你们演奏。”次日，陈子昂住所围满了人，陈子昂手捧胡琴，忽地站起，激愤而言：“我虽无二谢之才，但也有屈原、贾谊之志，自蜀入京，携诗文百轴，四处求告，竟无人赏识，谈琴本低贱乐工所为，我不上，不宵弹之！”说罢，用力一摔，千金之琴顿时粉碎。还未等众人回过神，他已拿出诗文，分赠众人。众人为其举动所惊，再见其诗作工巧，争相传看，就这样一日之内，陈老哥便名满京城。青云得志了。这就是手段。人性在利益面前是没价值的。

《不存在未出版的错误条目》

章节试读

1、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

真正的高手找工作，根本都不会通过人才市场，人事部门等等，那会让你身价倍减。

真正的高手都是直接打电话找你想去的公司（无论是国企还是外企）的话事人，毛遂自荐，几句话介绍自己，几分钟获得高位的！。

最后的人事部门只不过是履行手续了！

所以说：你能不能领会到潜规则，怎么利用潜规则，这才是真正成龙成虫的关键

2、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

别把销售想象成为一个鬼鬼祟祟整天搞阴谋的家伙。

真正的销售：

1，有爱心，。2，善良。3，勤奋。4，乐于学习。5，让人信任。6，义气。7，有宽广的胸怀。

至于你看到的阴谋。

那是在建立上面的前提上面的。

你想，你看起来就很狡猾，那哪个客户愿意和你交往？更别说做生意的。

销售的大部分时间，可以说在99.9%的时间上都是与人友善的，勤奋向上的。

只是在局面感觉自己控制不住了，在常规下去会丢单子了，才会想到阴谋或者阳谋。

所以说：勤奋，敬业，永远是销售的基础。

没这2点，什么也不是。

勤奋敬业是皮，阳谋阴谋是毛。

没有皮，哪来的毛？

3、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

一：跟对领导比能力重要。

你再有能力，领导让你完成一个你无法完成问题，那么你的处境就是慢性自杀（比如我让于泉跑鄂北矿业集团）。或者讲你再有才华你跟随蒋介石，那么最终命运也就去跑到台湾孤岛去混。

二：关键机会的搏杀很重要。

平时不要博，时时刻刻要博的话，只会使你紧张而无为。但关键时刻要勇敢博！成功则功成名就。失败就蛰伏，等待再博的机会。

怎么判断该不该博？

1，客户有钱

2，客户有大需要

3，客户有权

当这3个要素集中在客户身上满足你的条件时候，你就要奋起一击，全力一搏了。

4、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

营销语录:打开对方心门的最省钱最有效的方法,就是赞美你的客户。

《不存在未出版的错误条目》

反面教育: 别不分场合,不合时宜的乱拍马,那会让你的客户难堪。

5、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

营销语录: 想得到人生的成功,就必须啃下硬骨头。关键机会的一次努力抵得上普通的几倍几十倍的努力! 所以人生靠赌(或者讲魄力)。

反面教训: 凡事别追求100%把握,有100%把握的就不是机会了。那时候商机也会变成死机! 会套住你!

6、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

“勤奋是成功的基层,但不是成功的必然!”我说。

“比勤奋更重要的是你的业务修养,简单的说你能不能把客户“镇”住!”

“你可以给乞丐钱,但你会和乞丐交流工作吗?”

“答案是否定的!因为乞丐和你不是同类人!人人都仰慕出类拔萃、人见人敬的人,你,我,客户都是这样,。所以我们要在客户面前伪装自己是他的同级别或者更高级别的人!这样客户敬爱你到你才会和你讨论工作,才会对你说真心话,而不是忽悠你”

“我说过销售的第一层,最基础的武功“利剑无意”那怎么把自己培养成为一个利剑?

想成为一把利剑,首先要包装自己!

1, 用最少的时间、金钱和精力,树立起一个最为大家所尊重和悦纳的个人形象,业务人员尽量穿西装出门!这样显得你很职业和干练。

2, 身上一定要有一个亮眼的地方,比如我就是戴一块10多万的名表!这样显示你有成功的过去和成功的现在,每个人都向往成功,所以客户也自然愿意和成功的你打交道!

3, 自信,以自信的形象出现在客户面前,记住权威是让人跪拜的!你自信所以显得权威,。这样你说的话自然有分量!所以无论出现在哪里无论是什么重要的场合,我们都要对自身充满信心,步履坚定。笑容亲切地抬头挺胸。

有这3点足可以使你进入“利剑无意”这个销售的最底层的武功级别了!

所以王笑你记住:

1, 见客户绝不可弯腰驼背,

2, 绝不可让业务员大公文包遮在你的身体前面,这会让你显得怯弱可欺。”

“你说的太对了,这些都是我以前没注意到的!”王笑自责的说道。

“修炼武功到第一层“利剑”级,是最简单的,没有任何技术含量,希望你持之以恒,迅速达到!”我认真的对王笑说。

“销售单位不养闲人!5个月不出单子,都会被降级甚至开除,希望珍惜工作!”我恐吓道。

7、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

为什么说销售无冬天?

因为工业产品是客户企业的生产的一部分。

无论任何时候,哪怕战争期间它也是要买的!

《不存在未出版的错误条目》

比如说阀门。
难道说经济危机来了，就不需要阀门了吗？
可能会需要的更多吧。

而工业产品销售，是真正体验一个男人，一个有文化的男人的智慧的。
一个几百万，几千万的单子，你想想有多少企业，销售人在盯着。
你不具备，狼的敏感，狐狸的狡猾，老虎的凶猛，蚂蚁的分工协作。你能拿到单子吗？

别幻想，和别人谈谈技术就把合同拿到了！

（除非你是国家急切得到的技术，比如大型电厂的高温高压的阀门，超高压泵等，国家是有技术换市场的政策的！但你想中国的仿照能力！一旦产品被仿照成熟，在国内你还有多少市场？）

8、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

“是目标，或者理想。推动人进步的东西就是这东西，看不见，摸不着，却又真实存在！”
我斩钉截铁的说道。

“但我要你们明天把你们各自的目标，写在纸上，然后找出实现方法出。

也就说你们目前的工作是：

- 1，树立销售目标
- 2，找出实现目标的可能的最佳方式方法。
- 3，拼命去做。
- 4，实时检讨，修正自己朝目标奋进。”

9、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

你再好的心态，你哪怕给人跪下给客户磕头，客户会把几百万，，上千万的单子给你做吗？---

答案是否定的

所以解决问题，首先是战略的，首先是规律性的掌握，

然后才是技巧上的。

最后才是心态，细节上的。

10、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

文章写的是销售里的“术”，本来已落下层。但确实是普通的，常见的业务人员的写照。

真正的高手应该在幕后，是那些提前操作的人。

在信息的源头，就开始跟踪，控制，设防。

到业主正在招标的阶段，已经工作做到位，再厉害的推销员都望洋兴叹了。

这可谓之“道”的境界。

11、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

销售语录：正面阵地如果确实短期攻克不了，那么就一定要在脆弱的边缘那集中力量全力拿下。

反面教育：明知道是鸡蛋，还去碰石头，这是销售中没效率的事情。

12、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

我们的生活不是理想状态的，相互牵涉的因素太多。太复杂，那种单一的理论上的东西会害死很多人，尤其是新入社会的人！

《不存在未出版的错误条目》

别扯什么心态决定一切，细节决定一切的谬论。
其实你心态再好，细节再好，那也什么也决定不了。
你自己一个人太渺小。
所以那些眼光在一个人修行上的理论都是谬论。

人是社会的人，所以真正重要的你所在的那个局势
在局势里你是个小虫，看你怎么因势利导，利用时机，成为龙。
决定你的命运的是局势，是时机。
在对的时机里，做对的事。
这才是真正的成龙成虫的关键。

13、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

记住：这社会暴露阳光下，你公开谈的，都是显规则，
但，真正决定的，是潜规则。
(当然任何理论都不是100%正确)。

明白这点，就知道：于泉可能是张总派来取代我位置的人。

所以：对付于泉这样的人，一定要挂起来，把他放在一个不毛之地让他折腾，然后抓住小辫子，一击致命。

我一直在强调，内部的斗争比做客户还要重要。

14、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

怎么提高自己的段位？

我们可以逆推下，你就明白要怎么学习了。

1，100%签订合同的基础是你能控制全局。所以你要懂什么是控制全局。

2，控制全局的基础，你要明白是什么全局。和我们销售相关的全局指的是什么？

3，知道什么是全局的前提，那么你就必须知道什么局部。什么是推荐人，相关影响人，决策人，拍板人。

4，知道局部的前提是搞定局部的这些人。(搞不定的话，你看不懂客户情况，因为局部的人会放一些烟雾弹，把形势搞复杂，)。

5，搞定人的前提是：1，你要善于鉴定人，2，你要敏感。3，你要能拉进和客户的距离的能力。

6。要具备这样能力，你必须：1，多跑客户，2，善于总结。

所以提高自己的段位不难。你就从第6点开始，一点一点上升。等你明白什么是控制的时候，你就感到，生意是简单的！

一般自己摸索要几年才能悟出。

有人带的话，半年你就会提升为高手级了。

但谁会带你呢？

15、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

营销语录：目标可以让你专注做事情。一个人如果专注，那怕一个小石子也可以砸死一个巨人。

反面教育：每个人都有巨大力量，但往往把精力花在乱七八糟的小事情上，而这些小事情往往让

《不存在未出版的错误条目》

他忘记他要干什么。一致最后一事无成。

16、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

营销语录：治内优于攘外，岳飞是死在内部斗争的。销售人更是如此，你出来是赚钱的，内部不处理好，很容易出现前任栽树后人乘凉，你打下的江山，坐江山的却是别人。

反面语录：内部斗争要无形中进行，要借刀杀人，别自己出面，要捧别人至高处，自然掉下来的时候，就对你没威胁了。甚至还要说谢谢你。自己出面，杀人一万，自损八千，不是销售人所为。

17、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

销售人员任何时候都不能泄气，对自己都没信心的业务员，客户又哪里来的信心去买你的产品了？

18、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

营销语录：知己知彼，百战不殆。商场如战场，不可不察客户内部，不可不察己方，一发而动全身，因势利导，获得先机。

反面教育：经常看到新销售员第一次见到客户就拼命的向客户介绍产品介绍企业，试问客户和你不熟，不把你赶出就已经给你面子，他还会认真听你的介绍吗？

19、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

营销语录：在客户那感觉落后于竞争对手时，要多运用浑水摸鱼这一招。往往有奇效。

反面语录：销售员在任何时候都要冷静。不让表面现象牵着鼻子走！一定要看清本质才动手！

20、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

“别人指责你，你首先反省自己是不是犯错了。”

“如果自己没犯错误，就一笑了之，千万别和竞争对手在客户面前对着搞！”。

其实，我基本上判断是于泉犯销售大忌了。

销售员在业主办公室里应该说些套话，在没有第三者的情况下，才说些夸张的话。

如果有其他人在场就只说套话官话。

21、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

销售，说到底，是人与人之间的竞争。

甚至可以下这样一个不是很完全正确的结论：

一个工业订单能否拿到手，不取决企业品牌，不取决企业实力，不取决价格，不取决其他外在的等等。

而之取决你派出去的业务人员的素质。

你派出去的业务人员的销售水平如果比不上竞争对手的水平，几乎没有悬念，你会丢掉这个订单。

。

《不存在未出版的错误条目》

你纵有三十六计，你纵是商界天才，但你的业务人员不成气候，你也满腹锦绣无法施展啊。这就是为什么千军易得一将难求的道理。好的战略也靠优秀的人去实施。

22、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

镇住客户是一种生活用语，其实严格的意义应该说吸引住客户，使客户对你产生兴趣。：

1，身体语言上,你要穿着得体，职业装最好。要把自己包装成为一个成功人士。

2，气质，要提高自己的气质，使自己的气质出类拔萃。别把自己弄的跟农民工似的，这样生意是谈不成的，客户有可能把你赶出去。

3，语言，说些夸大的，肯定的语言，诱导性的暗示语言，看看电视，生活里一些当官的说话的气势。说话的时候最好配一些恰当的手势！语言很有讲究。

4，自信。一个自信的有很好气质的人，说句夸张话，永远是焦点，永远吸引人。

-----、以上四方面多培养培养，你或许就能镇住别人了

23、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

“过去的都已经过去，不管影响多大，不过过去你们每个人有多辉煌或者有多失败，我希望你们从今天起，把自己清零。把过去所有的都忘却。成功，失败都忘记它，从现在开始，把自己当个零，让我们一起从零开始。”

24、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

在业务员的销售生涯里，对客户的拜访频率的把握是很重要的！

首先一个业务人员一定要把自己的客户标上

1，重要程度级别 可以分A,B,C

2，采购时间级别 可以分最近半月内订货 最近2月内订货 2月以上订货。

这样你就可以计划自己花在客户身上的时间和拜访的次数。

很多年轻的销售员的丢单就丢在没计划好拜访的密度上。

有的业务员前期，中期和客户关系接洽的非常好。

但是就是在马上要订货的时候和客户的时间接触少，或者在订货的最关键前1个礼拜没出现在客户那里，结果丢单的。

你想想，快要订货了，正需要你的时候，你却没出现在客户面前，客户会主动联系你吗？

你没出现在客户面前，但是竞争对手呢？

可以这样讲：如同一场球赛，你领先85分钟，但在订货的那短短几分钟内没出现在客户那里，或者松懈的话。你都会被翻盘。

因为你不出现在，但竞争对手会出现在客户那里。竞争对手一玩点花招你就死了。

一般一个销售经理会根据自己的行业特点告诉手下的业务人员拜访频率

比如：

A类 半月要定货的客户必须天天守在客户那里。（主要是各种公关手段的运用）

B类 2月内要订货的客户必须最少一个礼拜去一次。（主要是侦察客情）

C类 2个月以后要订货的，半个月一次足亦。（主要是判定发力时机）。

《不存在未出版的错误条目》

经常看到在项目的中期，普通的业务人员拜访的很勤快，但是到后期，可能业务人员很忙，反而在客户那很少见到了。这样的业务员是没分配好自己的时间啊。

25、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

营销语录：第一次见面时一瞬间的亮相，却足以决定一个人的身价，想象相亲的人，总是在第一次见面就决定是否继续交流了！

反面教训：三国凤雏庞统和诸葛亮齐名，但却因为形象不佳，得不到重用！《庞统传》说。刘备领荆州牧，庞统来投，但未得重用。因刘备觉的庞统脸黑，且是个猪鼻（朝天鼻），所以看不起他。

26、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

销售上的事情，有时候换个思维销售就成功了。

27、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

营销语录：带领团队，忠心比能力更重要。宁要一个忠心的狗，不要一只离心的狮子。

反面教育：古往今来，死在背后一刀的例子举不胜举。

28、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

在客户的办公室永远说高大全的话！做进步高尚的事情！”

“ 阴阳相济，有在办公室里的高大全，就必须有私下里的窃窃私语，幕后操作！

29、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

深陷乱局中主要做的要因势利导，引导事情朝有利你的方向进展。这是一个很好的机会。

有一章节，我讲到浑水摸鱼这一计策。乱中取胜，关键你要分析，你自己的地位，你的价值，你在别人眼里的价值。

把你的价值向最有能力获胜的当权派卖个最高的价格，你就胜利了。

上面是介入派系斗争的。具相当的双面性，伤害也大。

如果你是普通的销售员，建议还是事不关己高高挂起。

因为一个业务员想靠内部斗争升迁很难。

30、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

营销语录：销售就是个试错的过程。不要怕失败，宝剑锋自磨砺出。

反面教育：老是重复错误的销售方法那是愚蠢。要善于总结为什么不被客户接受，这样才会进步

31、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

不断提高自己这也是我们销售人的宿命啊！

那么销售人员也有层次或曰段位吗？

《不存在未出版的错误条目》

答案是肯定的！

记得金庸有书曰《神雕侠侣》，里面杨过的老师，未出场的孤独求败大侠的学剑的阶段，可以视为我们销售人员的提升自己的四个阶段：

一曰：利器无意

书曰：第一柄剑长四尺，锋利无比，刚猛凌烈，无坚不摧，弱冠前与河朔群雄争锋。

少年人性格刚烈，锐不可当，自觉无坚不摧，与河朔群雄争锋云云更是为之使命的事。

这一阶段的销售人员一般都是新手或者如销售这行1年内的销售员，他们满怀理想，看了无数本销售上的书籍，吸取里面的销售精华，为了成功不惜把自己跑死累死。

但是,这一阶段也是销售员的最没价值的阶段。

一般而言，这个阶段的销售员跑10个客户只能成功为0-3个。

而且，做不了高利润。做的单子，价格都接近出厂价，让工厂很难受。自己也无多大收入。

二曰：软剑无常

书曰：三十岁前用，误伤义士不详，乃弃之深谷。

软剑比利剑快，比利剑多变，比平常硬剑难使，有其自己的规律。只有摸清了软剑的运动规律，才能更好使用它。但是由于是满足剑的运动规律，所以不能随自己的心去作，所以无法受访自如。所以难免误伤义士。所以不详。

这一阶段的销售人员一般是踏入销售行业2-3年的老人了。

这个阶段的人求“巧”，求“奇”。懂得以花招求胜了。

这一阶段的销售员对销售充满患得患失的想法，但只看到客户的外在表面的东西，还没看透客户的内在，所以为了订单会作出许多自认为聪明的事情，比如回扣，比如追求差异化竞争，比如销售上的小技巧。比如跟踪客户到家里谈。等等。

这一阶段的销售员是最受销售主管欢迎的。市面上80%，都是这类型的。

一般而言，这个阶段的业务人员跑10个客户会成功3-5个。

做单的质量有高有底，但基本上能在单位站的住了。

收入赚的多少看销售主管的人品好坏。

这个阶段的财富是积累出来的。

三曰：重剑无锋

书曰：重剑无锋，大巧不工，四十岁之前持之横行天下。

老练世故的人，早已学会怎样举重若轻、不露锋芒、反而威力更大。

这个阶段的销售员已经出事销售行业3-8年了或者更长了。

一般而言这个阶段销售人员跑10个客户会有成功5-8个。

这个阶段的业务人员历经磨难，拥有自己的销售风格，靠自己的销售魅力去吸引客户。不拘形式，在无奇中显神奇了，经常把一些别人的单子抢过来。

这个阶段的销售人收入已经很高了，即使单位赚不了几个，他也一定有其他方式赚到钱。

一般到这个阶段的销售人员一般出路是走管理路线，去当销售经理，办事处主任什么的，或者自

《不存在未出版的错误条目》

己开公司了。

四曰：木剑无滞

书曰：后渐进无剑惟有剑之境，此乃绝妙武学境界，也是绝妙学问境界。

这个阶段的销售已经从事销售很多个年头了。

做单的成功10个客户一般成功在8-10吧。

这个时期的业务人员实际上已经在为了自己的理想或者追求而销售了。

钱已经不是问题了也不是他（她）的追求了。

如果前3段位销售是靠客户的内在矛盾加以利用来完成订单。那么这个段位以后的销售人员实际上已经完全转变了。

这个段位的销售实际上靠事情的发展规律，依靠规律来达成销售了。

可以打这么个比喻：前三段位的销售是靠“推”来完成销售。

那么四段的销售是靠“拉”，来吸引客户，使客户自己找到你和你合作来达成销售了。

神奇啊，销售工作也是神奇的艺术啊。

事情有阴必有阳

有正必有反。

经常看到一个销售去参加竞争。

结果连这么死的都不知道就被竞争对手给KO了。

有个销售员还向我抱怨，他是国际一线品牌的销售。

有个重点客户，他跟了一年半，无论怎么报价就是不中，无论是最低价，当中价还是最高价，反正他从来没中过标。

我对他说，你的产品1分钱卖给这个客户都卖不掉！

什么原因？

那是你没看透客户的原因啊！

看不透客户而客户那又有3段级的高手操作。

你不死才怪了！

和客户打交道如同我们在森林里迷路了。

你要想走出森林（和客户订单）。

必须要提升自己，使自己站在最高，最好是爬在山顶。

这样通观森林全貌，自然就知道走出森林的路了。

所以，销售人，不可不汲取，不可不提升自己的眼界，段位啊！

32、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

客户见面的机会都不给

这和我当初去鄂北矿业集团类似（但是是被客户给赶出来的）。

选择有二：

1，是放弃（这样的客户一定是竞争对手早已经搞定的）。

2，是借力。（你自己的力量完成不了一件事情时，要注意借助其他的能办成这事的力。比如你的客户的领导的小孩，朋友，什么的人，对你来说是百分百困难的事情，在他们眼里这事象屁一样简单，

《不存在未出版的错误条目》

33、《不存在未出版的错误条目》的笔记-第1页

清代牛人曾国藩说：100%能攻下城的时候！我最少要准备200%，这样才敢攻城。

兵法也有云：攻其两翼之薄弱。

坚固的堡垒，你去正面进攻永远是愚蠢的。

特洛伊城被攻下，只需要一个木马。

公司的斗争永远是没有止境的。

公司的斗争也是静悄悄没有硝烟的。

你看的懂。你就明白是场激烈的搏杀，没看懂，你会觉的天下太平！

《不存在未出版的错误条目》

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