

<<两个上帝的忠诚仆人>>

图书基本信息

书名：<<两个上帝的忠诚仆人>>

13位ISBN编号：9787500835158

10位ISBN编号：7500835159

出版时间：2005-5

出版时间：中国工人

作者：邵勇夫

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：<http://www.tushu007.com>

<<两个上帝的忠诚仆人>>

内容概要

不管这本书能否得以畅销，它至少可以先打破一项记录了——这恐怕是迄今为止用序最多的一本书。我们不担心这样可能显得啰嗦，因为有太多的人关注和关心邵勇夫，再三精简，还是留下了七篇评价性的文字。

都说伟大的作品能让不同的人读出不同的智慧，这想必还算不上是一部伟大的作品，但能让不同的人读出不同的智慧，应该还是做得到的。

这是一本普通推销员可以一读的书，因为书中有大量关于职业技能和职业素养的知识；

这是一本成功了的企业家可以一读的书，因为或许从中就能看到自己过去的影子；

这是一本商业研究者可以一读的书，因为这本书见证了中国市场经济发展过程中种种特有的商业现象；

这是一本每个人都可以一读的书，因为书中有足够的人生智慧和精神发量可以汲取。

书中的主人公即作者本人不是一个足够完美的人物，想必编辑工作的仓促使此书也很难成为一个足够完美的产品，但只希望读者能从中有所收获，这将是出版者和作者共同的最大满足。

<<两个上帝的忠诚仆人>>

作者简介

勇夫，1963年生，1982年大学毕业，1987年开始做推销员。

十五年的推销生涯中，从湖南株洲的国营大厂到广东顺德的乡镇企业，从珠三角的手工作坊到香港的跨国集团，推销过起重机、柴油机、游艇、胶粘带、合成革、文具盒、微波炉、消毒碗柜、电饭锅等形形色色的商品。

创造过一个又一个营销奇迹,并创下了顺德小家电销售史上一次性销售之最---8000台微波炉、8000台消毒碗柜，整整装了16个火车皮。

<<两个上帝的忠诚仆人>>

书籍目录

推荐序一 时代呼唤推销英雄 禹路1推荐序二 也为邵勇夫鼓掌 许奔流3推荐序三 我们需要营销大师，同样需要邵勇夫 何煜文5推荐序四 推销推出新人生 王冠清7推荐序五 邵勇夫：中国版“把信带给加西亚” 刘旗辉9推荐序六 一个伟大的推销员可以有多平凡 胡赳赳11推荐序七 影视人眼中的推销员 王晓民13自序 诚信经营 151 诚信篇 1 / 两个上帝的忠诚仆人 我是推销员，我是两个上帝的忠诚仆人，我的第一上帝是我的老板，我要为老板的利益负责，我的第二上帝是我的客户和消费者，我更要为广大消费者负责。

4 / 推销是为人民服务 “我是推销员，向您介绍我们的产品是我的义务，至于您买不买，那是您的权力、是您的自由。

今天您买下了，是我的成功，您没买也是我的成功，因为，在这个世界上又多了一个家庭知道了我们的产品、知道了我们的品牌。

7 / “不干胶先生” 推销员做人的原则：一万年太久，只争朝夕；正直、负责，哪怕这个世界颠倒了，我还是要保持本色。

12 / 我为客户摆地摊 绝不能让人家经销商因为进了你的货而血本无归，哪怕老板不承担，你也要用自己瘦弱的双肩想尽办法来承担！16 / 对消费者彻底负责 河南郑州发生了一起著名品牌燃气热水器爆炸事件，该厂销售经理的处理方式再次有力证明了我对消费者绝对负责、不讲任何代价的做法是多么正确。

18 / 企业没倒我不倒 当你遭遇挫折、蒙受失败之时，回过头来看看自己服务的企业是否还存在着，如果答案是肯定的，就不要说失败是你最后的结局。

24 / 炼狱和天堂 在老板那边，我是老板的推销员；在客户这里，我是客户的推销员，在夹缝中寻找自己的生存空间，在天堂与炼狱之间寻找快乐。

2 敬业篇 27 / 厂长代表 80年代，推销员曾经有一个荣誉称号：“厂长代表”。

这是个好评谓，推销员就是要具备老总的胸怀、老总的目光，从推销整个企业的角度出发推销你的产品。

32 / 露宿 只有当你把推销视做自己神圣的事业并为之奋斗时，你才会感到其乐无穷、激情满怀，像当年红军爬雪山过草地那样克服重重困难，胜利完成使命。

35 / 寻找商机 我小时候生活在东北山区，经常可以看到山鹰在村子的上空盘旋，看似挺悠闲挺自由的，实则不然，它像我们推销员寻找商机一样，两只眼睛时刻都在搜寻猎物，一旦发现猎物，它就会像箭一样直射下来，等人们发现的时候，它已经用一双利爪牢牢地抓着猎物远走高飞了。

37 / 推销是辛勤耕耘 我最成功的经验就是一家一家地走，走第一家没拉到订单，相信第二家一定会有希望，走第一百零一家失败了，那么我坚信到第一百零一家我会成功，就这样充满信心地走下去！

42 / 107国道历险记 推销路风光无限，但险象环生、危机四伏……很有点像唐僧西天取经，生死关头切记：沉着、机智、勇敢。

45 / 南征北战 苏联卫国战争时期，斯大林曾说过这样的名言：“共产党员是用特殊材料制成的。

“那么优秀推销员的意志也是用钢铁铸就的。

50 / 用真诚感动上帝 即使是最坏的客户，他们拖你的款、赖你的账，气得你心急如焚七窍生烟，最后你绞尽脑汁机关算尽终于收回了欠款，你也不要赌气说“拜拜--永别！”因为生意场上没有永远的敌人。

54 / 荒漠孤旅 背着大大的行囊，栉风沐雨，用两条瘦腿经年累月地为苍茫辽阔的祖国大地梳梳子，没有一点梦想，没有一点理想主义，是很难坚持的。

3 智慧篇 57 / 放大你的卖点 突出你与众不同的优秀的个性，加以培育，把它放大，不要趋众，不要人云亦云，不要一味地迎合他人。

大家都想着去做狼的时候，你最好去做羊，那样，在群狼的自相搏杀中你就是可爱的公主了！

61 / 推销是创造 顺德人发明的电子消毒碗柜得以走进亿万家庭，得益于一位推销员在飞机上一个小时的冥思苦想。

相信你的智慧，绝妙的办法诞生于周密的思索。

<<两个上帝的忠诚仆人>>

65 / 推销是出奇制胜 能够不辞辛苦地耕耘,这是做推销员的基本功,还要拼智慧--出奇制胜!首先在思维方式上要打破常规,想别人按常规思路想不到甚至不敢想的。

69 / 与狼共舞 推销路上,你会幸遇好人,也会遭遇坏人,无论好人坏人,你都要以平和的心态去面对,哪怕对方居心叵测、用心不良,你也要巧妙地周旋,学会与狼共舞。

73 / 虚虚实实 市场陷阱密布,客户真假难辨,你时不时地也要制造些假像、撒点小谎,施放些烟幕弹,蒙蒙你的客户,然后暗度陈仓。

76 / 反戈一击 千万不要被酒桌上的笑脸迷惑,那背后潜藏的也许是陷阱,你以为投之以桃对方就一定会报之以李吗?不!回报你的也许恰恰是恶果。

78 / 羊肉攻略 合群、能够入乡随俗,是推销员的特质,不具备这个特质,无论你代表的是多么著名的企业、多么好的品牌,在商业角逐中都可能不攻自破。

4 方法篇 83 / "嵌式命令" 我在无意中发现了个谈判诀窍:把你在客户看来似乎很苛刻的生意条件包裹在可能实现的美妙幻影中,等吸引了客户,再剥开美妙的但也也许不可能实现的包裹,袒露事实真相。

原来这是世界经典,在卡耐基成功学中叫做"嵌式命令"。

86 / 双管齐下 推销员团队作战,发挥各自的强项,一个舞跳得潇洒,一个故事讲得生动.....用各自独特的魅力去吸引爱好不相同的客户。

88 / 寻找"万一" 踏破铁鞋,寻访一万家,按照万分之一的概率估算,至少会幸遇一家客户。

星星之火可以燎原,这一家客户又会反过来影响你走访过的一万家、两万家甚至更多。

推销就是不停地去寻找"万一"。

90 / 寻访消费领袖 倡导时尚、引领消费的人物,我们称他们为消费领袖,你牢牢地抓住他们,他们还会给你带来他们的同事、亲朋好友、左邻右舍..... 94 / 市场拓展 为什么有些推销员令人反感?因为一旦被他们粘上,就没完没了地向你猛灌他们的产品如何如何..... 换一种方式,避开生意而言他,订单反而到手了。

98 / 捷足先登 暂时没有希望的客户,也不要放弃,形势时时都在变化着,你只要比别人多去了几趟,多走一些路,回报你的将是巨大的收获。

100 / 卧底 大厂卖品牌,小厂卖推销员的个人魅力。

103 / 站在客户的位置上去推销 大部分推销员都习惯于从自我出发去推销产品。

一味地只说自己的产品如何如何好,但人家不一定买你的账。

所以要站在客户的位置上推销你的产品。

104 / 反客为主 上门推销时,当对方对你漫不经心,或者高高在上,甚至鄙视你的时候,你最好免谈,争取到一个平等的机会时再张口。

107 / 霸气是敲门砖 培养我们的霸气,我们不比任何人矮一头,坚信我们的产品是最优秀的。

霸气是推销成功的敲门砖。

111 / 要敢于对"上帝"骂娘! 买方市场,厂家把"上帝"惯成了坏孩子,对付坏孩子不要一味地巴结讨好,给他一点脸色瞧瞧,他可能反而会对你刮目相看。

114 / 手指营销 今天是信息化时代,无数企业和个人只须坐在家拨打无数电话,订单即可雪片般飞来,有人把拨打电话寻找客户称做"手指营销"。

116 / 与旅客套近乎 面对你周围所有的人微笑、真诚地说"您好"。

商机无处不在,每一位陌生人都有可能成为你的客户,切记一点,初次见面别谈观点。

118 / 促销先生 谁能够把自己的商品最大限度地拉近与消费者的距离,展示在消费者的眼皮底下,让他们看得清摸得着感觉得到,谁就会在竞争中取胜。

122 / 军区大院里的"风云人物" 为卖产品而卖产品,你的生意永远做不大,为广结人缘而卖产品,你的产品会越卖越火。

推销产品不如说是推销你的人缘。

124 / 倾听的神力 谈生意最忌的就是抢话、不给别人谈话的机会。

你要学会用两只眼睛傻傻地盯住对方,洗耳恭听,这样往往会得到你意想不到的好结果。

127 / 煮熟的鸭子飞了 在客户款待你的酒桌上,千万不要忘乎所以、夸夸其谈,否则往往言多必失,

<<两个上帝的忠诚仆人>>

不经意的一句话就可能使到手的生意毁于一旦。

130 / 紧跟旗手 与有影响力的成功商人交朋友并紧随其后，你的推销业绩会水涨船高、不断飙升。

5 文化篇 133 / 梅花厂成败启示录 一个企业的成败，与老板的个人胸怀和个人品德有很大关系。

140 / 企业文化决定推销成败 企业文化不同，营销人员的精神面貌会截然不同。

主张与员工、与客户、与消费者、与社会共赢的企业文化，才能让企业有光明的前途。

145 / 市场推广与做人 一次销售例会上，老板要我们用个字来概括市场推广。

大家都没有回答上来，最后老板自己说了，就是两条腿的“人”。

今天我对当年老板的概括大彻大悟，市场推广即做人。

一方面是做人的工作，一方面是自己怎么样做人、做个什么样的人。

147 / 推销要走群众路线 推销员推销产品，一切行动要贴近大众，要走群众路线，学会在人民中间生根开花，脱离群众将一事无成。

150 / 涵养大师 我曾经有个坏毛病，跟客户讨账，一次不给，两次不给，第三次就没耐心了，在电话里或当着人家的面，蹦着高、用尖酸刻毒的语言玩命挖苦，然后又得去向人家道歉。

有的客户心胸宽，没事，款要回来了，生意照做，有的心胸狭窄，本来就是奸商便耿耿于怀……自从偶遇一位涵养大师，我终于改了个毛病。

152 / 注重细微之处 大山绊不倒人，小石头却能把人绊倒；大象踩不死人，小蚊子却能够把人叮死。太不拘小节会害你一生。

6 创业篇 155 / 英雄本色 诸葛亮唱空城计，吓退雄兵百万，推销员败走麦城，下岗创业，要学诸葛亮镇定自若，永葆英雄本色。

158 / 创业要有“空杯心态” 以“空杯心态”对人、对事、对知识，你才会有所发现，有所提升，创业就会找到出路，推销就会成功。

163 / 左右逢源 庖丁解牛，游刃有余，做推销员要学习古代宰牛的庖丁，善于寻找空隙，这样便会左右逢源、屡战屡胜。

<<两个上帝的忠诚仆人>>

章节摘录

书摘不久前，我在深圳听了一位中国本土营销大师讲他的“让销售成为艺术”的绝妙高招：制造伤口，找到伤口，然后扩大伤口，撒上一把盐，再拿出止痛药来。

这时，客户会主动掏钱向你购买。

因为你推销的产品能够帮助客户解决问题，消除痛苦。

天哪！如果以这样的方式进行销售，我宁肯失业、宁肯饿死也不去做！诚信本应是市场经济发展的根基，然而，中国的市场经济自改革开放已经发展二十多年了，加入WTO也有四年了，任何一家企业商铺甚至餐馆都知道不迎合市场、不能够取悦于广大消费者，就会被淘汰。

但是很多企业、商贩是怎样适应市场、怎样取悦于广大消费者的呢？广东一家大企业搞促销活动，买一赠一，消费者买一台两千多元的空调送一只标价两千八的钻石手表，实际上那块钻石手表出厂价只有120元，放大了20多倍！这不是在公开欺诈消费者吗？内地一家生产猪饲料和肉制品的大集团公司，由他们供应猪饲料又由他们定点收购生猪的地区出现生猪口蹄疫，但他们不以为意，仍1日让周围村落养殖户照常屠宰、供货。

一位有良知的乡村教师把这一切用长焦镜头拍摄下来，准备向媒体透露，这家集团公司得知情报后，为了保护一己之利，马上伙同当地村委会和治安联防部门把乡村教师软禁起来，并想重金收买所拍资料，对疫情进行封锁……这不是在危害社会、危害大众生命安全吗？我去乡下看一位农民朋友，见了他家田里水灵灵的大黄瓜就要摘下一条咬两口尝尝，农民朋友马上阻止我：“别尝这个，这是拿到市场上卖的，不是自家吃的。

“他说那上面涂了一种激素，刚生出的小黄瓜扭，涂上一滴激素，一夜之间就可长成一尺长的大黄瓜。

我原来喜欢生吃的黄瓜现在也不再敢吃了，我原来喜欢吃豆腐现在不敢吃了，权威媒体报道菜市场卖的水灵灵的豆腐里边掺了给死尸保鲜的福尔马林。

没有道德上的弘扬、没有法制上的制约，如果不能出现一个人人讲诚信的和谐的社会环境，无论市场经济表面上显得多么繁荣，也不会健康发展。

诚信危机，已经给人类带来了无数灾难！我讲的营销首先是要保护人类生存环境，对社会负责的营销，我们把它定义为诚信营销吧。

商界流行这样一种说法：没有推销不出去的产品，只有推销不出去产品的推销员。

这句话被一些人挖苦耻笑地说成没有卖不出去的坏产品，只有卖不出去坏产品的推销员。

我甘心做这样的推销员。

不要担心这样的“保守”可能会得不到重视，你是块金子，明晃晃地摆在马路上，匆匆过往的行人，在你的身上踏来踩去，他们是出来寻找金子的，也许就是对你熟视无睹。

这不要紧，关键是你自己要有信心，去引导人们来关注你这块“金子”你要善于自己去发现自己，自己去挖掘自己，自己去提炼自己，并学会很好地包装自己，用你金子的光芒照亮人们的眼睛，就一定会走向成功。

P15-16

<<两个上帝的忠诚仆人>>

媒体关注与评论

书评我们也许没有机会拥有显赫的地位，没有机会拥有巨额的财富，但我们至少可以拥有一个好的心态，至少可以多给别人一些帮助，多给别人一些真诚，多给别人一些微笑。

邵勇夫 当整个社会都弥漫着浮躁的空气，人人都立志要做大事，而不屑于从小事做起，从细节做起的时候，邵勇夫先生却专注于推销……他精益求精，专注于服务的每一个细节，身后留下了一份份感动。

这不仅仅是推销员，也应该是其他各行业的从业人士都必需具备的职业品格。

《直销世界》杂志社总编辑/禹路

<<两个上帝的忠诚仆人>>

编辑推荐

这是一本普通推销员可以一读的书，因为书中有大量关于职业技能和职业素养的知识；这是一本成功了的企业家可以一读的书，因为或许从中就能看到自己过去的影子；这是一本商业研究者可以一读的书，因为这本书见证了中国市场经济发展过程中种种特有的商业现象；这是一本每个人都可以一读的书，因为书中有足够的人生智慧和精神能量可以汲取.....

<<两个上帝的忠诚仆人>>

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:<http://www.tushu007.com>