

<<自推>>

图书基本信息

书名：<<自推>>

13位ISBN编号：9787229037611

10位ISBN编号：7229037611

出版时间：2011-5

出版时间：重庆出版社

作者：拿破仑·希尔

译者：刘勇军

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>

<<自推>>

前言

作者自序 人生应不断被超越 生活，你不能令我俯首称臣，因为我绝不会听命于你。

你想伤害我的时候，我只会一笑置之。

我只会享受生活的快乐。

你的悲伤不会令我丧失勇气、也不会令我心存恐惧，因为我的内心深处从不缺少欢笑。

当我得偿所愿的时候，我会开怀大笑，但我暂时遭遇挫折的时候，我并不会心伤，反而我会化悲痛为力量。

我不会为你流泪，因为我更钟情欢笑，当我忧伤、失望的时候我也会笑着面对。

生活，你就是一个反复无常的骗子，别不否认！

你将爱情植入我的心扉，却想将它当成带刺的玫瑰，想刺痛我的心房，但我已经学会了用欢笑将你击溃。

你想引诱我只爱真金白银，但我却能以智取胜。

你想让我交上知心朋友，但到头来却让他们跟我反目成仇，以便让我变得铁石心肠，但我只会用欢笑藐视你的反覆无常，然后再以自己的方式结交新的朋友。

你想让别人在跟我做生意的时候将我欺骗，为了让我变得勃然大怒，但我会再一次用欢笑将你击败，因为我有世界上最宝贵的财富，任何人都无法将他偷走，凭借的正是我那独自思考和微笑面对痛苦的能力。

你想用死亡来威胁我，但对我来说，死亡倒可以让我舒舒服服地睡上一觉，那是人生中最美妙的经历，唯一的遗憾就是不能再次欢笑。

你想在我心中燃起希望之火，然后又将它浇灭，但我会用自己的方式重新将它点燃，再次微笑着将你打败。

你想在我前行的路上安排最邪恶的敌人，企图玷污我的名声，让我一蹶不振，但是你再一次失算，因为我会将你的恶行公布于众，然后告诉我的那些新朋友，如果没有这样的遭遇，我也永远没有机会认识他们。

在25年以来，你让我见识了各种各样的艰难险阻，但我却能用这些失败的经验形成自己的成功哲学，用它提供有用的服务，让千千万万的人分享成功带来的喜悦和快乐。

这些新结识的朋友都愿意给我提供回报，这一切都“拜你所赐”。

你想用贫穷将我击垮，但你却不懂得塞翁失马焉知非福的道理。

贫穷让我变得坚忍、勤奋，让我充满想象力，让我不骄不躁，这些优秀的品性对于那些游手好闲的人来说永远都不会明白。

生活，你就是我的手下败将，因为你根本无法让我停止欢笑，你根本吓不倒我。

这本书并非为某人立传，唯一的目的是希望向公众传播有关谈判理论方面的实践知识；因为这些知识都是从数百位成功人士的经验中总结出来的，这些人基本上都白手起家，最后无一例外地取得了令世人瞩目的成就，所以这些知识非常实用。

这本书应该成为那些刚刚毕业，准备在人生中推销自己的年轻人的实用指南。

如果每个有高中毕业生的家庭、每个商学院的毕业生都有这本书的话，那我真的深感荣幸，因为我将能为所有立志有一番作为，但此刻正在黑暗中摸索的年轻人做出巨大的贡献。

<<自推>>

内容概要

你想拥有顶级推销员的素质吗？
你想面试官第一眼就认定你吗？
你想得到上司的赏识吗？
你想在任何时候、任何环境下都能赢得别人的支持吗？

阅读《自推(拿破仑·希尔的自我推销术)》，你就可以赢得这一切。

《自推(拿破仑·希尔的自我推销术)》不是一本追求速效，用完即丢的书！

无论你本身就从事推销职业，还是想推销自己的个性，从本书中你都可以学到拿破仑·希尔经典推销课程的宝贵经验，掌握大师级的推销技巧。

本书的每一个章节都是一个人生重要的课题。
这是一本不管你从几岁开始读，都能读一辈子的书。

<<自推>>

作者简介

拿破仑·希尔(1883 - 1969), 美国, 也是世界上最伟大的励志成功大师, 他创建的成功哲学和十七项成功法则, 以及他永远如火如荼的热情, 鼓舞了千百万人, 因此他被称为“百万富翁的创造者”。

他曾任美国威尔逊总统及罗斯福总统的顾问。

1908年, 还在大学就读的希尔, 担任一家杂志社的兼职记者, 采访了美国钢铁大王安德鲁·卡内基, 并接受卡内基的托付, 着手进行对美国成功人士的研究工作。

希尔花了20年时间, 拜访了包括福特、罗斯福、洛克菲勒、爱迪生、贝尔在内的500多名成功人士。1928年, 他完成了具有划时代意义的《成功法则》, 成为激励千百万人获得财富和权势的教科书, 同时也让希尔成为美国社会享有盛誉的学者。

而后, 希尔创立了“拿破仑·希尔基金会”、成为美国成功人士的“进修学院”, 他也被誉为“百万富翁的创造者”, 而其十七条成功金律则被誉为“铸造富豪”的法则。

希尔的作品还有《成功法则》、《人人都能成功》、《成功之钥》、《365个快速成功法》、《钢铁大王卡内基的致富哲学》、《积极成功的密码》、《人生的转折点》、《你能创造奇迹》等数十本著作。

<<自推>>

书籍目录

肯·布兰佳推荐

出版者序言

作者自序人生应不断被超越

前言我要成为爱迪生的合伙人

第1章 人在江湖：推销是必需的

1 每个人都应成为推销大师

2 成功需要精妙的推广

3 投其所好的推销策略

4 如何才能成为推销大师

5 先说服自己，然后说服买家

6 借用他人的思想，完成自己的推销

7 完美推销计划，因专注而创造

8 卓越领导离不开推销员思维

9 应该这样评估你的潜在客户

10 如何打消潜在客户的疑虑

11 成功结束推销的最佳心理时刻

第2章 拿什么证明你的价值

12 选择合适的职业

13 伟大目标总能激励你向前奔跑

14 提供超值服务，不要总想炒掉老板

15 良好个性：人生增值从这里开始

16 合作精神，千金难买

17 推销自我，也需丰富想象力

18 商务培训帮你选定终身职业

19 高效安排时间，学习必不可少

20 17项成功法则：衡量自我的标尺

第3章 汽车之王亨利·福特的奋斗法则

21 目标明确：让每个人都买得起汽车

22 一旦拿定主意，就一定坚持到底

23 财富梦仅在一“念”之间

24 决定：当机立断源于正确的思考

25 竞技精神：心中无敌，则无敌于天下

26 “时间就是金钱”永远不会Out

27 谦逊：不以物喜，不以己悲

28 多提供一粒芝麻，收获的可能是西瓜

29 推销大师的特质

30 智囊团：帮助福特成就财富帝国

31 自制力蕴藏着无穷的智慧

32 把所有鸡蛋放在一个篮子里，然后看好它

33 主动精神：让困难向你低头

第4章 假如我是总统

34 如果我是总统：先复兴精神，再复苏经济

35 黄金定律：我为人人，人人为我

36 积极的态度可以感染整个世界

37 积极思考，收获人生幸福

<<自推>>

38 老板和员工之间的战争

39 我们要做充满勇气的梦想家

<<自推>>

章节摘录

第一章 人在江湖，推销是必须的 应该这样评估你的潜在客户 在正式的推销过程中，第一步是要对潜在客户进行评估。

也就是说，推销员应该巧妙地根据各种信息对潜在客户进行评估。

在推销过程中，以下信息对推销员的帮助最大。

1. 潜在客户准备花多少钱，你希望的价格又是多少？

2. 顺利达成交易的条件如潜在客户的心理条件是否成熟？

如果并未成熟，那么大概什么时候才是最佳时刻？

3. 潜在客户是否是直接决策者，或者他在作决定之前是否必须与律师、理财专家、配偶、亲戚、顾问等人商量？

如果是后一种情况，必须弄清楚他同何人商量并考虑其具体目的到底是什么？

4. 如果潜在客户在作决定之前必须咨询他人，那么，在他咨询的过程中会允许推销员在场吗？这点非常重要。

在第三者对情况毫不了解的情况下，没有任何一个推销员愿意让别人对他本人以及他的产品评头论足。

5. 潜在客户是否喜欢发表意见？

如果是，就让他畅所欲言。

他所说的每一句话都可以作为探究其内心真实想法的依据。

如果潜在客户不喜欢说话，那就主动提问诱导他说出你了解的信息。

在评估客户的过程中，在完成交易之前，推销员很容易发现潜在客户的托词和反对意见。

以下便是潜在客户最常见的托词。

1. 潜在客户可能会说自己没钱。

如果推销大师已经对潜在客户进行过正确的评估，他肯定知道客户的经济状况，然后巧妙地予以应对。

2. 如果潜在客户是位男性，他可能会告诉推销员自己要跟太太、理财顾问或者律师商量之后才能作决定。

如果他以老婆做挡箭牌，推销大师就应该聪明地表示，希望自己能跟他们两人当面详谈。

在会面时，推销员就会分析他的太太是否才是真正作决定的人，或者仅是客户的托词。

如果真是太太说了算的话，他的主攻方向就会有所改变。

3. 潜在客户可能会说他还须慎重考虑之后才能作决定，这种借口太老套了！

推销大师知道大多数人在面对某件事情的时候都会有所顾虑。

但是，推销大师在应对这类情况的时候都显得非常老练，他会通过暗示的方法牵着客户的鼻子走，而且推销大师还会让客户觉得这就是他们自己的想法，但实际上，客户所有的想法都是推销员引导的结果。

评估潜在客户的过程都应该发生在交易完成之前。

如果出现以下情形之一，这笔生意就可能半途而废。

在推销正式进行之前，推销员并没有打消客户心中的疑虑 在顺利结束交易之前，推销员没能正确评估潜在客户 推销大师只有让客户产生强烈的购买欲望之后才会成功地结束这次推销。

潜在客户必须具备购买力，所有推销大师都明白这点。

如果企图向一个只能买得起福特或奥斯丁（英国产轿车品牌。

--译者注）的人推销派克（一种美国生产的豪华汽车。

派克汽车厂曾是二战前全球豪华车产量最大的企业。

--译者注）岂不是白白浪费精力？

只有进行正确的评估才能杜绝这类错误的发生。

那些顶级的寿险业务员会一开始就问潜在客户这样的问题：“你现在买了多少钱的保险？”

<<自推>>

你现在手头上有哪种保单？

”问完这两个问题，就很容易了解相关信息，对客户经济状况也会有个大致了解，然后就知道向客户介绍哪种保单了。

为了解潜在客户的信息，推销大师会预先准备一系列的问题，以方便他们对客户进行正确的评估。
只要问题合理，大多数人都会乐意回答。

经过精心准备后的问题通常能让推销员获得想要的信息从而成功地进行推销，而且，这些来自客户的信息一般都是真实可靠的。

让潜在客户畅所欲言 当警察抓住一个犯罪嫌疑人时，他们会立即诱导疑犯说话！他所说的每一句话，或者在某些问题上闪烁其词，都会成为警察手中的重要线索。

在推销计划正式实施之前，每个推销大师就好比是警察。

他的任务就是找出潜在客户身上的重要线索，而最好的办法就是让客户开口说话！

有些自称为推销员的人通常都会浪费大量机会，因为他们只会在客户面前说个不停，这些人根本不知道察言观色，往往不会给客户说话的余地。

而顶级推销大师在跟客户交谈的过程中处理得相当巧妙，他会让客户认为自己占据了主导地位。

在达成交易之时，客户往往会觉得是自己主动购买而不是因为别人的推销才购买了这件商品。

准确评估潜在客户 推销大师在正式进行推销之前会想方设法接触潜在客户，目的就是不要露声色地对客户进行评估。

美国一位顶级的寿险业务员就专门将自己的保单推销给自己的高尔夫球友，但是，他在处理这种事情的时候非常谨慎，即使是在高尔夫球场上，他也不会向潜在客户提起自己的职业。

而且，他至少会在跟潜在客户打过三次球之后才会提到寿险这样的字眼，即便如此，他也会在精心准备之下小心翼翼地将话题转移到有关保险的问题上，他会通过一些巧妙的问题让潜在客户问自己有关寿险的事情。

这位仁兄称自己为“寿险顾问”。

他会跟潜在客户说，他希望帮他们参考一下那些已经购买的保险，以确定他们所拥有的保险类型是否妥当，钱花得值不值等。

一般来说，他会选择那些已经购买了大额保险的客户，因为那些人已经买了大量的保险。

然后他会机警地帮客户分析这些保单，并告诉他们还需要一两种附加保险才是万全之策，这样，他没有向客户推销任何形式的保险就已经获得了数百份保单。

推销大师必须让潜在客户对自己充满信心，这点尤为重要。

如果能对客户作出准确的评估，信心也会随之建立起来。

如果客户对他没有信心，那么任何形式的推销都是徒劳的。

推销大师往往会花费数月时间黏着潜在客户，目的就是要让对方相信自己，而在这段时期内，他会努力克制向对方推销的冲动 ……

<<自推>>

媒体关注与评论

不管你是谁，不管你从事的是什么职业，你都是一个推销员，每次你开口与人说话，将你的观点、想法告诉别人的时候，你其实都是在推销自己最宝贵的资产——你自己！拿破仑在《自推》这本书中，将他最宝贵的经验以及经实践证明过的技术倾囊相授，助你成为真正的推销大师。

——莎伦·莱希特（Sharon Lechter） 《思考致富：离金三尺》合著者，金融知识总统咨询委员会成员 这些经实践和时间证明过的法则将永远改变你的生活。

——格雷格·S·里德（Greg S. Reid） 《思考致富：离金三尺》合著者，《百万富翁的导师》作者 拿破仑·希尔的《思考致富》、《成功法则》堪称永恒的经典，改变了包括我在内的百万人的生活。

现在，我们可以在《自推》这本书中再次领略他那博大精深的智慧。

这些简单的真理将永远改变你对自己的看法。

——比尔·巴特曼（Bill Bartmann）亿万富翁商务教练，畅销书《快速致富》作者

<<自推>>

编辑推荐

一直被实践，从未被颠覆。

畅销70年励志经典，拿破仑·希尔饮誉全球之作。

《自推》写于经济大萧条最艰难的时期，探讨了个人成功学领域最关键的知识：如何推销。不管从事什么样的工作，当人生面临关键选择时，我们都应该成为一名推销大师。

希尔通过大量的实例，仔细分析了推销大师们：如何成功推销商品；如何选择合适的职业；如何获取理想的工作；如何赢得支持和帮助；如何获得成功和完美的人生。

“仅仅依靠商品是不会使顾客动心的，而恰恰因为这是你的商品，顾客才执意购买。”

<<自推>>

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>