

<<世界上最伟大的女销售员>>

图书基本信息

书名：<<世界上最伟大的女销售员>>

13位ISBN编号：9787508639741

10位ISBN编号：750863974X

出版时间：2013-7-2

出版公司：中信出版股份有限公司

作者：[美] 凯特琳·凯利 Caitlin Kelly

译者：王珺

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>

<<世界上最伟大的女销售员>>

前言

<<世界上最伟大的女销售员>>

内容概要

卖什么不如卖故事；卖故事不如卖帮助

一本既能提升销售业绩，又能实现自我提升的枕边书

全球一流的导购员都在学习、世界500强企业销售员自我提升的必读书

在工资微薄、体力透支、地位低下、晋升无望的零售业，她从一无所知的外行人，到每小时3000元的销售业绩。

她没有疯狂到贱卖自己，她仅仅喜欢帮助别人，她找到了一生都在追寻的真我。

做一个有价值、有激情的人，这比赚到多少业绩都重要。

《世界上最伟大的女销售员》告诉你，不拒绝各种经历的人总比没有过经历的人多那么一点儿摆脱困境走向成功的机会！

她曾经是一名出色的新闻记者，一个收入不菲的高级白领，在经济危机时期，已是中年的她被解雇后走进了一个从未涉足过的领域——零售行业。

她要面对非常糟糕的局面：拿最低的工资、和一群综合素质比自己低的人共事、每天以超负荷的体力挣扎、对杂乱无章的管理制度感到迷茫。

但是她并没有灰心，坚定地在零售业经历了脱胎换骨般的历练，最终，她凭借对行业知识的广泛积累和帮助他人的精神指引，克服了工作中的重重困难，创造了连锁品牌全美销售前三的惊人销售业绩，成为互联网时代美国零售业的真正英雄。

《世界上最伟大的女销售员》从一个销售员的坎坷遭遇折射出零售行业内当下的困境与机遇，用亲切而富有温度的语言勾勒出移动互联时代销售人心中共同的困惑、坚持以及梦想。

她的故事和经验给我们提供的不只是销售的技巧和自我成长的方法，更多的还是作者用心传达出一个销售员对职业的忠诚与深刻理解.....

<<世界上最伟大的女销售员>>

作者简介

<<世界上最伟大的女销售员>>

书籍目录

第1章 我在购物中心，找到安身之所001和做新闻一样，做零售会让我见到形形色色的陌生人，我知道如何与陌生人相处，我喜欢和他们打交道，我也十分擅长做这件事。

在我曾经涉足的领域之外，零售业是一片全新的天地、一个零风险的全新起点。

第2章 新工作带来新变化013平常做记者的时候，假定社会地位平等是游戏规则的一部分，那时我会毫不犹豫地介绍我自己，告诉简宁我是她的粉丝，彬彬有礼地和她说话，可能还会问几个问题。

但是现在却不行，现在不是我那么做的时候。

在这里我只是一个卖东西的售货员而已，我要维护品牌价值，默默无闻地提供帮助。

第3章 适应期045几年来做自由职业的时候，我和几个编辑打交道，只要通过电子邮件这种看不出对方情绪的工具我就能和他们一起工作。

现在我的一举一动，我的面部表情，我的发型妆容，我喷的香水、戴的饰品，我的穿着打扮，哪怕是面对最愚蠢的问题或是最粗鲁的言语的时候，我回应的速度和语气，所有这一切都一目了然、清清楚楚，被无数的摄像头记录在案，写工作评语的时候这些都是挥之不去的证据。

第4章 积累小的成功069做零售业难得的好处在于，可以将完全陌生的人快速联络起来进行有意义的交谈。

通常这种联系的真谛在于信任，无论这场交谈多么短暂，商品和卖场只不过是让两个人有机会静下心来探求并享受共同点的纽带。

第5章 有趣的挑战089不管我们这份薪水微薄、地位低下的工作表面上看来是多么枯燥平凡，这里面确实承载着某些真实需求。

这不仅仅涉及收入或是可以运用于其他行业的技巧，它还可以带给我们情感上的实实在在的满足感。

第6章 熬过衰退期117对于那些受过高等教育或是以前拿高薪的人来说，做售货员最大的挑战在于失去之前的专业身份和地位。

某些依然当全职记者的朋友会用惊恐的眼光看待我的发展轨迹。

第7章 忽视和不敬149从我开始上班到辞职的那一天，我从来没感受到什么强烈的主人翁意识，我没觉得自己实际上是某个更大范畴或是更值得期待的使命中的重要一部分。

我们微薄的薪水清楚地表明，自己是那种可以随时被抛弃的人。

第8章 这份工作能杀了你165通常销售人员在工作中丧命有4种情况：被闯入店中的强盗或是扒手谋杀，尽管他们与强盗扒手素昧平生；被工友谋杀；在工作场所被人（指的是顾客）使用某种工具谋杀；亲密伴侣之间发生争执，大部分情况下是一名男性来到工作场所泄恨。

第9章 机器上的齿轮175做一名售货员——当然对于任何大型公司来说都是如此——意味着你仅仅是大型全球机械上的一个齿轮，从位于6个时区之外的制衣工人到同样遥不可及的首席执行官，中间有上百万人。

多一个售货员或少一个售货员，完全没有关系。

第10章 没有人指望你会留下来189没有人想要感到自己是个没有价值的人，但是在公司看似重视员工价值的虚假外壳之下，就算一个人有激情，也很快会被消磨殆尽。

第11章 来自地狱的顾客197每次有人挑衅我们的时候，我们都必须不以为意，继续干活儿。

我们和顾客之间的联系究竟有多深，难道那些顾客都是带着情绪来购物的？

开始的时候我们友好地互相打招呼，但是几分钟之内他们就可能威胁要向公司投诉。

真的很累人，几年来，这样的情况越来越多，我们要和突发事件打交道。

怪不得我们都开始关闭自己的情感大门，做出虚伪的友好状，只有在私底下才表露出真实情感。

你必须这么做。

第12章 寻求新的生活217现在我已经52岁了，我需要重新审视自己，在自己曾经最得心应手的专业领域里，应该有一个属于我的位置，在大部分时间里，这里依然是我的乐土。

结语243致谢247

<<世界上最伟大的女销售员>>

章节摘录

忽视和不敬从我开始上班到辞职的那一天，我从来没感受到什么强烈的主人翁意识，我没觉得自己实际上是某个更大范畴或是更值得期待的使命中的重要一部分。

我们微薄的薪水清楚地表明，自己是那种可以随时被抛弃的人。

一天晚上我失控了。

完全控制不住，一发不可收拾。

所有衣服都放在主储藏室里，有些摆在架子上，有些放在盒子里。

我需要找的那件夹克正好挂在我的头顶上。

那时是下午7点，仓储员已经下班了。

他们上班的时候，这些年轻的小伙子很乐意像个钢铁工人一样轻便快速地爬上爬下找东西。

现在我们得自己爬上去翻箱倒柜，然后把找到的东西扔下去或是拿下来。

我找到了店里面两根钩衣竿中的一根，拉长钩子顶端去够夹克，不过还是没够到。

夹克紧紧地缠在一起，你都没办法分开它们，架子上既没记号又没标签，我不知道这些夹克的尺码，也不知道自己需要的那个尺码是不是在。

唯一可行的办法就是爬上去，翻箱倒柜地找一通。

储藏室是店里面少有的几处没有安装摄像头的地方。

一年前我的右肩膀做了手术，之后进行了几个月的理疗，这时依然疼得厉害。

储藏室里这些衣服的摆放方式让人火大，任何像我这种身高的人只有不停地伸着胳膊才能够得着衣服，累得我筋疲力尽。

为什么公司会让我们的工作变得这么费劲？

难道是因为所有的经理都是男性，他们高高大大、身材强壮？

为什么商店的设计者没有考虑到身材矮小的员工的难处？

还是因为那些制定货架图模板的公司头头们，他们为了确保最大销售额而安排了卖场上的一切？

难道管事的人当中就没人注意到这些、没人关心这些吗？

我受够了这一切。

从来没有人告诉我们，为什么这里会乱成一团，为什么货物要这么摆放，为什么始终无视我们想要舒舒服服、快速高效工作的需求。

我的心中燃起一股无名火，公司那种自以为是的态度刺痛了我，他们想当然地以为我们要么忍着，要么辞职，反正很快就会有下一个懒人来顶替这个位子。

盛怒之下，我拿起竿子砸向一个金属架，这是我唯一能够想到的发泄沮丧情绪的方式。

我觉得自己简直疯了，在重重障碍面前还傻乎乎地力求把工作干好。

我觉得只有自己一个人在那里费尽心力把工作做到最好。

如果我的工友同样沮丧的话，他们要么辞职，要么什么也不说。

经理们显然并不在乎，就算在乎，他们也不会表现出来，而且也没有能力改变什么。

地区经理菲尔每隔几周就会来到专卖店，他飘然而入飘然而出，决意要从乔身上和我们的工作中挑刺儿，却从来没问过自己可以做点儿什么来帮助大家更好地工作。

我从来不知道一根竿子值多少钱。

我根本不在乎。

当！

当！

当！

不堪一击的金属架子终于断了，中间耷拉着，像是一截湿稻草。

自己的蛮行让我震惊，我庆幸没有人看到，同时我也为自己大发脾气而深深自责，我把自己的情绪失控的证据远远藏在几个盒子后面。

我质问彼得——我们那个暴躁的销售主管，我曾和他在假日季吵了一架——为什么店内储藏室是如此拥挤不堪、杂乱无章、设计失当。

<<世界上最伟大的女销售员>>

显然，他私下里比普通员工知道更多的消息，但他什么也没说。

通往储藏室顶层货架的梯子大约6英尺高，梯子非常沉，我不可能拖着那么沉的梯子穿过20英尺长的储藏室，打开梯子，爬上去，拿到商品，再爬下来，再拖回去，重新用橡皮筋把它固定在金属架子上（那个金属架子还挡住了后面的去路），最后将想要找的商品拿到卖场上。

在这里工作的两年多时间里，我从来没看到谁用过这个折叠梯。

相反，和许多工友一样，我们都迫不及待想要赶紧把东西拿给不耐烦的顾客，我会拉出折叠金属椅——座椅非常滑，只能将我抬高17英寸，同时座椅与地面的接触还不牢固——每次都是在这种高度上，我一边咒骂着，一边伸手去够我所能够到的所有东西。

因为如果我够不到这样东西，我就没办法把它卖出去。

“站在椅子上往上爬非常危险！”

“我火冒三丈地大声对彼得说，‘那些混账梯子根本不行。’

肯定有一天会有人从哪个梯子上滑下来，这样肯定会伤着他们自己的。

”在很多方面，彼得一看就是那种死守规则、沉闷乏味的人。

我指望着他能感同身受。

“公司提供保险。”

”他干巴巴地回应道。

我开始意识到，这种态度就是我们公司雇主的惯有态度，无论店长乔对我们是多么诚恳（他确实如此），这种态度始终不会改变。

如果你不喜欢，你可以辞职不干，他们很容易就能找到人顶替你。

员工的安全、员工的生产力、员工的舒适度……他们没兴趣。

如果两个收银台中间还有一个售货员在叠衣服，给衣服分类或是贴标签，那么这个人就会碍着我们的事，拖慢大家的进程，这种情况经常发生。

我经常在想，会不会有顾客注意到这种情形是多么混乱而缺乏效率。

当事情真的变成一团糟的时候，谁也没有时间做清理工作，这时羽绒服、帽子、手套就会在我们后面的橱柜上乱糟糟地堆成一座山。

从这里就能看出这份工作的所有问题：东西太多，人手太少，没办法快速有序地搬衣服，空间不足，我们无法舒适高效地工作。

最让我们沮丧的是，这堆乱得不成样子的衣服就在那些一掷千金的顾客眼皮子底下。

过了好几个月时间，店里面也没有更换拆卸器，尽管店内销售依然强劲。

乐斯菲斯财务运行良好，很容易就能再买一个拆卸器。

据《华尔街日报》的报道，那年1月份母公司威富公司的现金资产高达3.82亿美元。

公司没有更换拆卸器，乔和菲尔也从来没把这当回事，觉得这件事情太琐碎，不值一提。

就像那个塞得满满的乱糟糟的橱柜，它每天都在清楚地提醒我们，我们唯一的任务就是花最小的代价为乐斯菲斯卖出最多的商品。

管他什么舒不舒适呢！

我们开始意识到，问题在于乔手上的店内预算非常有限，他必须在预算内工作。

他和他的团队被人遥控，除了我们的销售业绩以外，那些人根本不在乎我们每天遇到的问题。

我们是如何取得这些销售业绩的，以及公司克扣预算带来的问题是否会妨碍销售进程、影响员工的工作积极性，这一切都和它们无关。

工友们对这些作何感想呢？

当然像我们这种低层次的零售是不可能引发什么内省或是哲学思考的。

有什么好说的呢？

你喜欢的就留下来做要求做的事情——这已经足够了。

当你没办法再忍受的时候，希望你能找到一份新的工作、一份薪水更高的工作，这时你就可以辞职。

我们都知道包括店内运营、布局以及所有能够想到的方面都是由我们素未谋面的人决定的，远远在我们的级别之上。

这也注定了乔没有多少权力，无论我们对他提出什么要求，无论他是多么想留住我们中的某些人，公

<<世界上最伟大的女销售员>>

司给予他们的权力要比我们认为或期待的少很多。

哪怕是在一些低成本、低技术含量的工具上，公司也在不停地剥削着我们，公司从来不关心我们的回应，这和我所知道、感受到的每一条职场教义都相悖。

难道他们不是雇我们去做一份伟大的工作吗？

如果不是的话，为什么我们会在这里呢？

我想要的东西显然总是比别人告诉我的要多。

我每天都阅读《华尔街日报》、《纽约时报》以及《纽约邮报》的商业板块，我迫切想要知道零售这一行在经济衰退期中的发展态势。

我阅读《福布斯》、《财富》、《商业周刊》以及《财智月刊》，偶尔还阅读《经济学人》。

我还收听美国公共媒体制作的商业节目《市场》。

对于我们现在做的事情以及我们这样做的原因和契机，我总是想要了解更多。

但是，当我偶尔试图和工友们讨论公司形势、讨论整个经济大背景下零售业的走势时，他们会迁就地笑笑，回到时下流行的话题，比如当天晚上的篮球赛、橄榄球赛或是棒球赛。

据说衡量员工参与度的标准在于，当你提到你的雇主时，你用的是“他们”还是“我们”。

我通常是一个强调“我们”的人，但是现在和我一起工作的人们根本不在意我们的门店或是我们公司运营如何。

从我开始上班到辞职的那一天，我从来没感受到什么强烈的主人翁意识，我没觉得自己实际上是某个更大范畴或是更值得期待的使命中的重要一部分。

我们微薄的薪水清楚地表明，自己是那种可以随时被抛弃的人。

公司总部远在别的州。

每年我们只能见到三四次地区经理，他们来之前我们会陷入忙着打扫店面的狂乱之中，而他们看似衷心的士气动员也没给我们留下什么印象。

乐斯菲斯显然付给了他们不错的薪水，在公司内给他们分配了光鲜的角色。

这些人（为什么在那个级别没有女人呢？

）有充足的理由来关心产品，关心店面，关心品牌，关心它的成败。

但他们从不关心我们。

结果就是，在我们看来关系是脱节的，我们对他们没有兴趣，尽管实际上是我们在卖场上卖着他们的产品，但是我们要么变得无法融入其中，要么始终无法融入其中。

他们的到访像是检阅士兵，仿佛一位将军坐在吉普车上从我们面前呼啸而过，尽管我们所有人都试图引起他们的注意，但是对于他们来说，我们依然是一张影像模糊、低眉顺眼的背景图案。

我们只是步兵团，我们的工作就是在将军需要的时候朝刺刀上冲过去。

我很快意识到这种轻贱的态度在零售业十分正常。

<<世界上最伟大的女销售员>>

后记

<<世界上最伟大的女销售员>>

媒体关注与评论

本书作者无疑是顶级的讲故事高手，也是顶尖的零售业观察者。
——今日美国本书语言生动，讲述了一个服务行业人的真实经历，并以记者式的观察角度评述零售业的现状。

”——福布斯网站

<<世界上最伟大的女销售员>>

编辑推荐

《世界上最伟大的女销售员:顶级户外运动品牌The North Face是如何有效提升销售业绩的》编辑推荐：卖什么不如卖故事；卖故事不如卖帮助一本既能提升销售业绩，又能实现自我提升的枕边书全球一流的导购员都在学习、世界500强企业销售员自我提升的必读书。

在工资微薄、体力透支、地位低下、晋升无望的零售业，她从一无所知的外行人，到每小时3000元的销售业绩。

她没有疯狂到贱卖自己，她仅仅喜欢帮助别人，她找到了一生都在追寻的真我。

做一个有价值、有激情的人，这比赚到多少业绩都重要。

《世界上最伟大的女销售员》告诉你，不拒绝各种经历的人总比没有过经历的人多那么一点儿摆脱困境走向成功的机会！

<<世界上最伟大的女销售员>>

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>