

# 绝对成交

## 超越极限之笔记

主讲人：梁凯恩 主持人：许伯恺

### 一、绝对成交的信念：

- 1、我是昂贵的——马修 史维
- 2、只要我起床就有人要付出代价——乔 吉拉德
- 3、为什么我的钱要放在他们口袋里呢？让我们把它拿回来——乔 吉拉德
- 4、我是全世界有史以来最有说服力的人
- 5、百分之百的满意保证，您还有什么理由拒绝我呢？
- 6、没有人能真正拒绝我。我渴望被拒绝 1500 次。您到底能拒绝我多少次呢？
- 7、成交一切都是爱
- 8、我能在任何地方、任何时间销售产品给任何人
- 9、认识我，您太幸运了

### 二、课程之警句

- 1、付出越多，得到越多。
  - 2、对很多事情没有热情是因为感觉的开关没有被打开。
  - 3、你相信的事情才会发生。
  - 4、快速举起右手响应教师的问题，并一边说 yes，一边握紧拳头快速向下收回，这种响应方式比一般回复的效果增加了 16 倍。
  - 5、做任何事情尽量能够让人激动不已，泪流不止，以便能够唤起内心深处的爆发力。
  - 6、对一切充满好奇，永远吸收，永远不会觉得累。
  - 7、生活中要充满行动和活力。
  - 8、人生的三种层次：有强烈的渴望、有一定感觉（没有什么了不起）、完全没有感觉（一切与我无关）。
  - 9、唯有强烈的竞争对手，您才能有所进步。
  - 10、我一定要赢。
  - 11、销售的本质就是买钱。
  - 12、最困难的销售在于如何把自己销售给自己。如果您都无法买自己，那么还有谁会买您呢？
  - 13、销售就是情绪的转移。
  - 14、模仿是初步的，创新是永恒的。
  - 15、销售的过程就是问的过程，而不是说的过程。
  - 16、千万不要向裸体的人要衣服穿。
  - 17、动机有多强烈，成功就有多强烈。
- 安东尼 罗宾认为实现成功的关键有二个。一个就是动机，另一个是技巧。他觉得动机占成功的 80%，技巧只有 20%。但大部分人都搞反了。
- 18、为什么有的人永不成功呢？主要是“天天找错人，对牛弹琴”或“不懂得成交的技巧”。
  - 19、人应该是宁可与鹰为伍，也不应该与鸡玩耍。

### 三、顶尖销售员（年收入超过 100 万的）的销售六个过程：

- 1) 首先是向客户销售过去的业绩。可以了解有哪些客户可以为我做见证？尽可能地予以描述。
- 2) 其次明确我是谁？
- 3) 第三、其态度要很热诚。可以参考《热诚第一，忠诚第二》。可以通过笑容、努力、进取心、敬业和认真

学习上提升自己的态度。

- 4) 第四、确认自己是否有足够的自信与形象。
- 5) 第五、明确自己所能提供的超值服务在哪里？
- 6) 第六、自己对客户的保证与承诺有哪些？

#### 四、笑容

乔 吉拉德曾说过他有多达 38 种的笑容，可是他只对客户用了三种就已经让客户成交了。

- 1) 婴儿般纯真、天真无邪的笑容。
- 2) 充满自信的笑容。
- 3) 无奈的笑，或者说苦笑。
- 4) 谦虚的笑。
- 5) 得意的笑。
- 6) 挑逗的笑。
- 7) 奸诈的笑。
- 8) 月入百万美金的笑。
- 9) 诚恳的笑。
- 10) 皮笑肉不笑。
- 11) 装傻的笑容。
- 12) 迟早会后悔的笑。
- 13) 温暖的笑容。
- 14) 嘲笑。
- 15) 充满感激的笑容。
- 16) 迷死人不偿命笑。
- 17) 露出同情的笑容。
- 18) 撒娇、拜托的笑。
- 19) 道歉的笑容。
- 20) 幸福的微笑。

#### 五、作业

- 1、写出我自己的绩效（要能够明确与具体）。
- 2、有哪些客户可以为我做见证。
- 3、我的态度在哪 5 个地方还可以提升。
- 4、我穿着打扮让我象月收入多少的人？
- 5、我可以提供哪些同行没有提供的服务。
- 6、我可以给您哪些令人放心的保证。
- 7、写出客户非买不可的 100 个理由。
- 8、设立不可思议的人生目标。
- 9、写出为什么认识我可以成为你带来大量的财富的二十个理由？
- 10、写出为什么人家愿意加入你的团队的二十个理由？
- 11、写出立刻让客户购买你的产品的二十个理由。

#### 六、销售中最容易遇到的 16 个挑战

- 1、不会开发陌生市场导致没有新客户（每个月 1000 个的十分）。
- 2、无法在短时间得到客户的信任。
- 3、不知道在哪里找 AAA 级的客户（有钱、有需求、能立刻做付钱决定的）。
- 4、不知道如何面对身价比我高得多的客户（马修认为可以通过手表与鞋子来看一个人的身价）。

- 5、害怕被拒绝。
- 6、和客户见面一、二个小时却找不到对方的需求。
- 7、害怕得罪客户导致不敢一直要求客户成交。
- 8、容易相信客户的借口。
- 9、对产品没有信心。
- 10、企图心不够、痛苦不够造成没有行动力。
- 11、无法掌控自己的情绪，容易出现低潮。

分析：

大部分找不到客户是因为自己的拜访量不够。具体说来有 25%的客户可以立即做出决定。有 25%的客户要经过别人的劝说而做出成交的决定；另有 25%的客户要经过三至六个月考虑后才能做出决定；最后的 25%客户是无论如何是不做决定。

凡是只有彻底地说服自己才能说服任何其他人。

要养成让客户对您的说法表示 yes 的习惯。

七、绝对成交的口号：

- 1、聚精会神，全神贯注，挑战自我，月入百万。
- 2、只要我起床，就有人付出代价。
- 3、没有人能真正拒绝我。
- 4、任何成功都等于销售成功。

八、绝对成交的 23 个经典流程

- 1、建立亲和共识（通过模仿客户的肢体语言来达到）。
- 2、发现对方的需求及痛苦。

我们要学会倾听、分析、了解客户，然后说服他人的价值观。

比如说，你认为购买……是最重要的。然后确认为什么这点是最重要的。

- 3、确认对方的需求与痛苦。

除此之外还有哪些是你认为特别重要的，再次确认为什么这才是最重要的。除了这二点外还有哪些是最重要的？

人类愿意很快付钱就是为了付钱止痛。

- 4、将痛苦扩大。

可以对客户的问题进行夸张地询问。比如说“如果该状况五年之内都不会发生变化的话，那会是一个什么样子，可以想像一下吗？”

人类的伤口在五种，分别是

成功型——无论做什么事就一定要追求成功。不成功无宁死。

家庭型——做事情的目的就是为了家人。为了家人而生存着。

社会取向型——别人都这么在做，我也从众吧。

模仿型——根据偶像的情况决定自己的行为。

生存型——活着就好啦。

可以结合每一种类型的人物，以其所关注的来打动。

- 5、付钱止痛。

可以通过在其伤口中撒点盐，以便观察是否触动到其伤口。目的是找感觉。不可多撒。

撒盐的方法其是多赞扬别人。人一受到赞扬后就自我谦虚，相应地就可以得到一大堆的抱怨。可以通过抱怨中了解其痛苦了。

- 6、对症下药。

根据人的性格可以把人分为四种颜色：红色、蓝色、黄色、绿色。

红色——一切为了赢，追求速度感。比如可以问：你知道在多短时间内挣多少钱吗？来吸引对方的关注。这类人喜欢穿著光鲜、亮丽，爱挣钱。

蓝色——喜欢人群，凑热闹。可以问：你知道这件事有多好玩吗？这类人穿著独特、有个性，有型。喜欢冒险。

黄色——喜欢帮助人，不修边幅，有使命感。可以问：你知道这件事可以帮助多少人吗？

绿色——凡事讲求证据和精准度。要征服这类人只能让其看到数据才有说服力。

其中蓝色的人是最容易改变自己的人。

7、自我见证。利用自己所创造的业绩来说服人。

8、他人见证。可以通过书籍、DVD 等来说服他人。

简单地讲就是天天带着相机去见客户，在适当时候趁机拍下一组相片，以便后用。

9、大胆开口要求。

|          |     |         |
|----------|-----|---------|
| 大师级人物来讲课 | 5 天 | 45000 元 |
|----------|-----|---------|

|          |     |         |
|----------|-----|---------|
| 大师级人物来讲课 | 2 天 | 20000 元 |
|----------|-----|---------|

|            |  |        |
|------------|--|--------|
| 购买 DVD 录像带 |  | 4000 元 |
|------------|--|--------|

|        |     |       |
|--------|-----|-------|
| 普通教师授课 | 1 天 | 200 元 |
|--------|-----|-------|

|         |  |      |
|---------|--|------|
| 观看大师的书籍 |  | 70 元 |
|---------|--|------|

如果我们一开始只敢要求客户花较少的钱购买相应的，那么永远无法成交大单。如果一开始就要求成交最高级的，那么相应再不济也有可能成交次一点的，其功效远大于从小开始。

10、拥有后的好处。

话说台湾有一高级寿险营销员，在每次成交后都带客户到高级餐厅消费一次，让客户对其事业有很大的相信感。

另有一香港的寿险营销员，在高档别墅处购得一豪宅。每周末调同行来参观闲聊。大家对其成就感叹不已时，也对其的房贷压力感到兴趣。他说这些房贷根本不是压力。因为有附近那些高档客户帮他缴后期的按揭贷款。而这些同行觉得他做得实在成功，都愿意到他的团队中，以便也能获得成功。这就是他的首付款来源之处。

年收入在\$2000,000 以上的客户都相信自己有绝症。唯恐自己被拒绝、怕收入不高。可以告诉他们如果不买我们的产品的话，那么只有一个结局——死掉。所以我们得写出 50 个客户非买我产品不可的理由。

12、所有的价值是多少？

所有东西都转换成金钱来说明就很有说服力的。为此马克·汉森就畅销书的好处列举以下的情况说明：

|         |    |       |
|---------|----|-------|
| 成为畅销书作家 | 获益 | 300 万 |
|---------|----|-------|

|        |    |        |
|--------|----|--------|
| 在媒体上曝光 | 等值 | 1000 万 |
|--------|----|--------|

|                  |  |       |
|------------------|--|-------|
| 他人愿意与你合作，你从合作中获益 |  | 500 万 |
|------------------|--|-------|

|          |    |       |
|----------|----|-------|
| 增加团队的自信心 | 获益 | 500 万 |
|----------|----|-------|

|                |  |       |
|----------------|--|-------|
| 令竞争对手投入自己的团队获益 |  | 500 万 |
|----------------|--|-------|

单就此五项就可以达到 2800 万的收益，那么我们为什么不愿意努力成为畅销书的作家呢？

13、为什么要限时、限量、限价格购买呢？

附加值是让人产生立刻购买冲动的原因。说穿了成交就和呼吸一样的简单。

14、要去读一本可以挣一亿的书以充实自己，尽快实现自己的梦想。

但这本书目前还没有写成。因为此书的作者就是你自己。正是你自己。每个人要读的这本书都是非由自己来写不可的。别人就算能写出来也不是我们能看得懂的。

针对客户提出的不同理由，每个行业高手都有一本书来进行回答。他们都应该备有多种的答案以备回复给客户。所以我们都要写出 20 个不同的答案。

1) 没钱

- 2) 没时间
- 3) 不需要
- 4) 用了没有效
- 5) 考虑考虑
- 6) 没信心
- 7) 已购买过
- 8) 跟家人商量商量
- 9) 有朋友在卖
- 10) 太贵了
- 11) 对产品没有信心
- 12) 不信任
- 13) 我会买，但不是现在
- 14) 路太远了，不是太方便
- 15) 看看书，听听碟不也一样可以达到相应的效果吗？
- 16) 别人会笑我的。
- 17) 我通常不会马上做决定
- 18) 用过有效再告诉我吧。

等等

可以通过找行业中的顶尖高手去拜访，准备好相关的问题，之后再进行相应的整理。

- 15、取得承诺要求成交
  - 16、降低客户的风险，提供更多的保证
  - 17、有一点总比没有好
- 即使取得一点订金，也是今后跟踪的很好理由。
- 18、借力使力不费力

训练别人介绍我，然后再与人见面，以便见面时可以给人以震撼感。永远要懂得如何布局、造势、摆平。

- 19、埋下下次见面拜访的机会。

比如说现在已经取得 7 月 6 日与巴非特见面的机会了，那么下一步就得考虑如何安排下次见面的机会，甚至三到四次。

- 20、跟进跟踪

销售中被客户拒绝是十分正常的事情。要做好 6 次被拒绝的机会吧。

- 21、他也需要右脚的鞋子吗？

销售产品给客户后，不是只销售单一的，而是要把套餐销售给客户。比如说卖完运动鞋后，就想想能否把皮鞋、登山鞋、雨鞋等也一并销售给客户呢？

- 22、要求客户帮忙转介绍一些 A 级客户以便扩大我们的服务范围。

- 23、制造感动和惊喜。

这在一见面时就要应用到。让客户对我们永远感到新奇。

九、我一生真正需要的是什么？

- 1、了解最快速成功的关键。

成功有七大关键：配偶（建立自己的自信心或摧毁你的自信心）、伙伴、贵人、商业计划、产品、地理位置、销售和行销。

- 2、运用焦点的法则
- 3、用对方法找对人
- 4、可以发现自己的核心价值

5、让你发现你自己的 101 个天才

6、可以找到最适合自己的领域

任何人在任何领域，五年就会成为专家，十年会成为权威，十五年成为世界第一。

十、月入百万的九个习惯（就是给自己足够的动机）：

1、有强烈的企图心

一般来说每个人所定的目标只能达成三分之一。为了能够绝对达成自己所定的目标，才需要我们写出非达成不可的 50 个理由。这样才会产生强烈的动机。一定要写出来。不能是想出来的。

2、习惯定明确的目标。

并且还要有每周的目标及每周检讨所订目标的系统。可以定成一周中只要有一天能完成相应目标即可。在完成的基础上，要求某二天也能达到。在二天都能达到的情况下要求自己一周中有三天都要达到该目标。……直到一周的五天或七天都能达到目标。一周过后再对该周的目标进行回顾，看看在完成过程中有什么问题没有，以便加以改进。

3、习惯找顶尖的教练。

要不计一切代价持续地向他们学习。

4、习惯寻找积极、正面的环境，大量认识亿万富翁。

要赚钱就要赚有钱人的钱。有钱人做决定速度快，不易改变所做的决定；没钱人做决定速度慢，容易改变所做的决定。

5、习惯开发大客户。

一定要服务于大客户。因为任何成功都等于销售的成功。

6、习惯寻找强劲的对手。

我们要坚信只要竞争对手依然活着，那么他们就有值得我学习的地方。

7、习惯运用公众演说开发大量的 A 级客户。

假设在一个行业要成功十年内要开发 5000 个客户。按每周工作五天，每年 50 周计算，每天要开发 2 个。

如果举办公众演说，每场有 200 人参加，要达到同样的 5000 个人参加，要举办 25 场的公众演说。一般说来三个月内是一定可以完成 25 场的演说吧。效率差别是十分惊人的。

8、习惯运用潜意识力量。

月入百万是潜意识的结果。

9、建立顶尖的团队，学会与人合作的艺术。

人生之路可以走楼梯上楼，当然也可以乘电梯上楼。与人合作是真正的乘电梯行为。

十一、公众演说的好处：

1、可以让收入成长 10 倍。

2、可以省下 20 年的奋斗。

3、是开发 A 级客户的 fastest 方法。

4、可以节省大量成本。

5、至少在 10 年内可节省 300 万成本。

6、可以学会危机处理方法。

7、是全世界最能瞬间增加 10 倍自信的办法。

十二、十大必杀秘技。

1、减少到可笑的地步。

客户：太贵了！

回答 1：贵多少呢？

回答 2：置之不理（因为有些客户说太贵了，只是一种口头禅）。

回答 3：第一次听人说太贵了呢。这时可以打比方了。比如说客户认为 50 万的房子太贵了。那么我们可

以告诉他，如果要买 50 元的房子至少要用 20 年。按 20 年每月 30 天，一家 4 口人来进行计算，有下列式子： $500000 \text{ 元} \div 20 \text{ 年} \div 12 \text{ 月} \div 30 \text{ 天} \div 4 \text{ 个人} = 17.5 \text{ 元/天/人}$ 。说明每个人只要每天多花 17.5 元就可以享受到……。

## 2、妈妈成交法

在销售过程中，我们千万不要说得太多。即使在快签约过程中，客户犹豫时千万不要说话。保持整个气氛。经过 20 秒左右的僵持后，慢慢说出下文：我记得我妈妈曾告诉我，沉默就表示同意。您说我妈妈说的对吗？在获得对方的认可后，说“让我们顺便完成手续吧。在这儿写上你的名字。剩下的都交给我吧。”

## 3、富兰克林成交法。

取出一张白纸，象财务记帐表一样，写成 T 字。先请问客户对我们的产品有什么反对意见。全部写在左边的白纸上。当客户写完后，再次与其确认到底还有没有其他的不同意见。待客户说出所有不同的反对意见后，再次确认是否还有其他问题。此时把我们所掌握的优点逐步列出我们之前所想的优点，将之写在表中的右边。客户的意见一般不可能超过 3 个。而我们准备的答案有好多个。这样就容易成交。

| 反对意见 | 相关益处 |
|------|------|
|------|------|

|    |    |
|----|----|
| a. | A. |
| b. | B. |
| c. | C. |
|    | D. |
|    | E. |
|    | F. |
|    | G. |

可以利用下面的话术来取得交易的成功：

我记得美国开国元勋富兰克林先生，他既是政治家，也是银行家，又发明家，更是慈善家。象他这么聪明的人是不是很有智慧呢？当他遇到挑战的时候，他会先拿出一张白纸，在上面画一个 T 字型框。在左边写出可能会发生的那些损失，在右边写出可能拥有的那些益处。然后据此做出正确的判断。你问题的答案已经不是很明显了，不是吗？请在这里签上您的名，剩下的事情都交给我，让我们顺便完成手续吧。

## 4、没有人可以真正拒绝我

以我在这行的专业度，是没有人可以真正拒绝我的。他们拒绝的不是我。他们拒绝的是他们在生命中的美好事物，是让他赚多钱以便让他们小孩受更好的教育的机会，是让他们有更多时间跟他所爱的人相处的机会。我怎么忍心让你拒绝这些美好的事物呢，你说是吗？让你在这儿签上您的名好吗？

IBM 总裁认为一个顶级营销员，应该是一个：当客户见到你时，他就想掐死你。由于无法掐死你，所以他只好购买你的产品。

我们要搞清楚，到底我要的是什么呢？

例子 1：一个营销员想混入向客户推销产品，可是门口的保安十分精明，很难接近。有时甚至还被保安打一顿。结果这个营销员居然说一句：骂也骂了，打也打了，那买一套吧。

例子 2：几个对话

客户 1：我现在不可以做决定

回答：那么我去 WC 后，你就可以做决定了是吗？

客户 2：你不要烦了，可以走了。

回答：就是说如果我可爱，你就可以留下我了吗？

客户 3：我没有钱。

回答：你想挣更多的钱吗？

客户 4：我没有时间。

回答： 你想获得更多的自由吗？获得自由可以让你认识更多的人，挣更多的钱呢。

客户 5： 我讨厌陌生人和我销售。

回答： 你意思是想和我交朋友吗？

客户 6： 买过了。

回答： 如果这套产品用完了，你会把机会给我吗？

客户 7： 这套产品可以 15 日送过来吗？

回答： 你的意思是说，如果 15 日送得过来，你就可以签约吗？

#### 5、回马枪成交法（必杀之王）

在与客户沟通中，难免会出现无法说服客户，并出现一些冲突的状况。这时不要急于去说服客户。装做承认战败的样子，一边收拾公文包，一边准备往门口走，让客户觉得我们准备结束今天的拜访。快走到门口时，再返回客户面前，一脸诚恳地对客户说道：

我要向你道歉。我想我一定做错了什么，要不你早就成为我的客户了，是吗？我不想再犯同样的错误了。您可以帮我一个忙吧。告诉我，到底我在哪里做错了，好吗？

#### 6、孙正义成交法（客户犹豫不决时的必杀法，又称顶情略七斗）

当战况不明时，你可以爬上山头俯瞰全局，然后分析在有多大胜算时可以赌，多少是不可以赌。毕竟人生就是一场赌博。算准该出手时就应该去赌一把。

1) 如果有 50% 的把握，赌不赌呢？——不赌。因为胜算太低了。虽然有一半的成功机会，但也有一半的失败机会。

2) 如果有 90% 的把握，赌不赌呢？——也不可以赌。这时说明成功的把握已经到极大了，那么必有很多人拥有这一机会。而机会未必只被你一人拿到。所以不可以赌。

3) 如果有 70% 的把握，赌不赌呢？——放手一搏。虽然这时还是有三分之一的风险，但这一风险对任何人都一样。在大家都观望的时候，你如果在他们前面去尝试一下，胜利就是属于你的。

只要有 70% 的希望就要勇于做决定。不过在做决定行动之前，一定要尽最大的努力，抱最大的希望，做最坏的打算。切不可盲目乱干。

#### 7、小狗成交法

话说有一商人在市场买马时发现几乎相同的两匹马，其销售价格去差很多。张农夫的马售价只有 500 元，而李农夫的售价却达 750 元。商人很不解，就问李农夫为什么是同样质地的马，他的却要价是 750 元。李农夫说他的马可以先让客户牵回家试试看，如果不好在一周之内可以无条件退货。另外他还为客户准备好食料与马匹的清理工作。完全不必客户操心。李农夫问道那么大家想买一家的马呢？

从这个例子中我们看出一定要让客户产生拥有产品的感觉。那么你的产品可以让客户进行相应的体验吗？我们如何让自己的产品给客户体验，以加大其下决心的力度。

#### 8、我考虑考虑

上述这句话是客户经常拿来借口的。我们应该从中了解客户的真实意图，以便尽快成交。可以考虑用下面一些话来进行游说。

——很明显，除非你真的有兴趣购买，否则你是不会花时间去考虑的。那我能假设你真的会仔细加以考虑吗？我想你不是在敷衍我吧或只是想赶走我吧。我只想知道我想的对不对。

——那你要考虑的是什么呢？是关于公司的信誉吗？是关于产品的品质吗？是关于我的服务态度呢？还是关于投资报酬率吗？还是需要更多的保证呢？还是有关投资金额的挑战吗？

在这种时候千万要记住不可以问“要不要”、“好不好”、“可不可以”等自杀性问题。关键就是不要把回答“否”的机会留给客户。马修·史维认为任何人对你说“不”，都是你引导出来的。我们可以据此问“是这样好还是那样好呢？”这种问题。

#### 9、锐角成交法

不管客户说什么问题，都尽量把其问题缩小化，

不让其问题扩大化（如右图所示）。然后逐步予以解决。

#### 10、百分百满意保证成交法

本课程提出，上完课后，如果你是一个有良心的人，又觉得该课程没有效果，只要你提出，公司就愿意百分百退全款给该学员。既然所有风险都不由客户来承担，客户还有什么理由可以不来学习呢？

#### 11、相信情况成交法

当客户提出抱怨之类时，马上附和道，我能完全了解您的感受。（下面举例说明为什么能了解对方的感受）因为在……之前，我的一个朋友也和你一样，经过挑战取得成功的例子。并且拥有我们的产品和服务，而现在他是一个多么优秀的……。这不正是你所渴望的，不是吗？

学了许多顶级大师的课程，关键在于如何对其进行整合，调动所有的资源为我所用。希望通过这一段的学习，制定一个今年一定要完成的目标和三年后一定要完成的目标。

向世界第一学成功

6/2 与 6/3 学习笔记

主讲人：梁凯恩

主持人：许伯恺

#### 一、掌控自己的三个关键问句：

- 1、是什么阻碍了我们——恐惧。
- 2、是什么控制并决定你的生活品质和质量——肢体动作、焦点、词汇力量。
- 3、（本节课没说到，留到 Magic Your Life 再介绍）。

我们在日常生活过程中，无论何时都要问候“早上好”。不论是白天还是黑夜。因而在超越极限中不存在“下午好”或“晚上好”的问候语。毕竟“早上好”可以让人觉得精神振奋，斗志昂扬。其他两个问候都会让人觉得暖洋洋的，不思进取。这就是词汇给我们带来的力量。

我们可以尝试一下把头尽量往上昂，然后去想象生活中最痛苦的经历。不知各位是否能够想象得出。反过来把头一直往下低，低到不能再低了，此时去想象生活中最快乐的事情。可能也一样的，很难会有结果出来。这个例子很好地说明，人只有昂首挺胸才有可能觉得快乐，垂头丧气时才会觉得心情不佳。所以人在生活中都应该昂首挺胸的，充满斗志。经总结成功人士的肢体动作都是很大的，甚至很夸张的。这就是为了让表情兴奋、情绪亢奋。

借用安东尼·罗宾的一句话，就是一个人要一直处于巅峰状态，首先就必须让情绪处于亢奋状态。这其中可以借用一些潜意识的力量。比如说右手一般代表是正面、积极的形象。为此在任何时候都要用右手来表达肯定、向上的东西。简而言之就是对于教师提的问题，都要高举右手来回应。如果要确认教师的问题时，一定要大声喊出 yes。在喊的时候一定要紧紧地握紧拳头，就象握住一大把钞票一样的。一边说 yes，一边把右手快速有力地放下。

#### 二、安东尼·罗宾认为“情绪力的掌控能力等于你成功的速度”、“人生最大的恐惧在于执行前的一刹那”。

为此安东尼·罗宾就认为想象中的恐惧远大于实际存在的恐惧。然而恐惧与苦难一样总是会发生。越不害怕恐惧，则恐惧所担忧的事情越不会发生。正如人有时一豁出去，什么都不顾的情况下，就会越做越顺，根本不知道还有什么恐惧的事情在。

安东尼·罗宾认为人最怕失去爱和自己表现得不够好。

因为恐惧才让人心绪起伏不定。

一个人如果对一件事情产生了负面评价，那么这个人就越容易放弃这件事情。

让一个人停止某一件事情的主要原因是其恐惧大于渴望。而激励就是让人的渴望大于恐惧，以促使人可

以大胆行动。

激励的最好方式就是赞美对方。因此每一个人都应该把更多的爱给别人，而不是去索取爱，更不能去渴望别人来提供爱。同理对于同伴就不可以用威胁的方式来达成目标。因为威胁只能让同伴远离我们而去。也就是说应该让同伴处于良性状态，而不是让对方处于垂头丧气。可以比较下面几组对话：

——你到底爱不爱我啊/你为什么要爱我呢？

——你对我一点都不好/你为什么对我这么好啊？

——你怎么都这么差劲啊/你为什么做得这么优秀或充满激情呢？

这也说明一个问题：适当的问句可以转移人们的焦点。让我们经常使用问句以达成我们的目标吧。

人的大脑只能装进一件事，即不是你所渴望的就是你所恐惧的。那么让我们多用上面的话语。让我们通过失败来感受成长而不是痛苦。

人的生活品质来自于与自己沟通的品质。而我要的一切都在我的体内。

### 三、许伯恺妙论男女。

女人总是把事情做复杂，男人都把事情简单化。

男人要的是欣赏，女人要的是关爱。

男人学不会保护女人，则得不到女人的爱；女人不懂得尊重男人，则也不会让男人永远爱她。

雄性受伤后很容易放弃，而女人工作中的最大缺点是情绪化。

女人想象力十分丰富，男人更有激情。如果女人能控制情绪，男人与女人都能更成功。

男人需要在平静中得以恢复，女人需要在言语中得以恢复。

由于男人与女人各有一部分欠缺，所以才更加深深吸引。

人的内心都有一份坚强的力量——爱。

### 四、罗伯特·清崎的一些观念：

#### 1、有钱人的思路：

有钱人是通过向别人借 800 万元去投资创业，以便创造 25% 的利润，然后来其中的 10 来支付利息，让自己的收益保持在 15%。即收成 120 万元。

#### 2、有钱人都是用杠杆原理来挣钱的。

要成为富人一定要学会如何使用 OPT/OPM (other people's time/other people's money)。

华伦·巴菲特靠 US100 起家，创造了 US520 亿的身价。捐出 85% 给比尔·盖茨基金会（顺便说一句，投资家周皇仁准备捐出 86% 的做慈善事业），成立全球最大的再保险公司，收购 9 家保险公司，50 年来在投资方面没有赔过（26 岁至 76 岁）。

#### 3、富人不为钱工作，而是让钱为其工作的。

这就要求我们分清，我到底是努力地工作还聪明地工作？

#### 4、四个象限理论

E——命运永远掌握在老板手中。靠出卖自己的体力来挣钱。是替别人工作的人。

S——命运掌握在客户手中。靠出卖自己的能力与知识来挣钱。是替自己工作的人。

B——命运掌握在识别人才的能力上。要学会领导和行销能力。靠建立一个良好的系统让别人替自己工作的人。

I——命运掌握在进场时机上。靠的是对事物的判断能力来挣钱。

其中 E 和 S 这两种人是永远不能退休的人员。形象地说就是毛毛虫的思想，一直要工作到死才行。为此我们要写出最近三年一直在与其进行沟通联系的十个人名单。看看这些人中有多少是 E 或 S 型的人，有多少是 B 或 I 的人。考虑一下我们在这些人身上要花多少时间呢？

由于身边人对钱的观念会深深影响到自己对钱的认识，那么就请好好考虑一下身边的人到底对金钱是如何认识的。如果有需要请立刻改变这十个人的组成，以便可以明确回答下面的一个问题：

十年后我是谁？

## 五、失败的随想：

1、什么事情可以不用失败就能学会的呢？

2、失败是难免的，但关键在于如何再站起来。从这个角度来说成功是成功之母，但失败是成功之父。我们应该从失败中吸取教训，以便重新站起来。

许老师通过超越极限公司的成长认为他们为什么可以重新站起来，主要是有以下三点是最关键的：

1) 因为拥有不可思议的目标（这时你身边一般是无人会相信你的目标。毕竟她太不可思议。这目标不是一次，二次来设定）。

2) 你一定要有最好的合伙人，以便相互携手前进。

3) 你一定要有一支不可思议的团队。你核心圈的素质决定你们的成就。

3、为了成功我愿意付出什么代价呢？精力、体力、金钱、亲情……

当家人出现重大变故（比如说过世了，或者生了大病等）、自己被亲人骗了、每天只能睡三四个小时、早上起床发现皮肤发黄或眼睛变黄、孩子说好久没有看到父母了因此很想让你带孩子去公园……，你还想到要去实现你未成功的事业吗？

4、成功最难的就是当你遇到困难时不知道该如何处置。

## 六、梁老师介绍如何成为亿万富翁？

1、对所做的事情要有一个强烈的动机。

2、要永远记得“销售=收入”。

3、差异化 USP

你与竞争对手的最大不同在哪里？没有差异就等死吧。

4、成为畅销书的作者。

书就是我的业务员。在书中可以告诉别人你是谁，通过书籍来介绍你的事迹。

5、与通路合作。

比如说要成为畅销书作者一方面可以与书店合作，利用其现在的良好通路；另一方面可以找一家好的营销公司来进行书籍的行销。

6、与人合作。

### 策略一：如何换回一部奔驰 S350（价值 150 万元）

假设你有一家十分红火的餐厅。要想用你的餐券是否可以直接换回一部奔驰 S350 呢。一般来说是不大可能的。因为对方公司不是太愿意进行这样的交换。

那么餐厅可以印制 300 万元的用餐券。可以拿这笔餐券去换 280 万电视台的广告时段吧。用 170 万的广告时段和汽车销售公司交换 S350 这部奔驰。此时手中还余下 110 万元的广告时段。可以用七折来进行销售，换回 77 万元的现金。按常规计算，300 万元的餐券，其成本只占 20%左右。即餐厅只付出 60 万元的成本。鉴于散落在外面的餐券不可能一下子全消费完毕，还有部分餐券可能就此退出流通市场，对这 60 万元还可以打 85 折来进行处理，即这时餐厅只花了 51 万元。

综上所述，餐厅印制的餐券实际成本只有 51 万元，但通过处理后可以换回 77 万元现金，那通过这一场交换餐厅获利 26 万元，并不费一毛钱而获得一部奔驰 S350。

### 策略二：如何用半价换回全新的奔驰 S350。

这次考虑到不是人人都有可能拥有一家红火的餐厅。那么是否可以连续二十天，天天中午到一家很红火的餐厅用餐呢？通过这一活动你应该可以见到其老板的。与其交谈，让对方认可对方只要花 80 万元就可以获得一部崭新的奔驰 S350。按上面提供的成本 20%来计算，可以从对方获得 400 万元的餐券。用这一部分的餐券与电视台沟通换回 350 万元的广告时段。用其中的 200 万元广告时段应该可以换回奔驰 S350。将这部车交给餐厅。此时尚余 150 万元的广告时段。应该可以通过打对折把这部分广告时段销售出去，就得现金 75 万元。

通过这一运作，自己可以获得 75 万元。每天还有晚上一餐呢。能否再到另外一家红火的餐厅吃晚饭呢？岂不是月收入就可以达到 150 万元。

策略三：红火的没有餐厅，是否有其他的途径可以获利呢？

目前没有一家电视台不希望自己能够超越中央台与湖南卫视吧。超越极限公司目前正在利用其本身自有的品牌，到电视台游说，希望能够说服他们相信超越极限公司可以帮助该电视台超越以上二家。不需要对方付任何费用，但希望获得对方的广告时段。获得该时段后可以拿广告时段与房地产开发商进行商量，用广告时段换得房子。中国有多少地方电视台呢就有多少的资源可资利用。

案例：濒临破产倒闭的游船起死回生术。

一艘又老、又旧的游船的公司，如果再不采用手段的话，面临的只有破产倒闭一途。该公司决定与杂志社/电视台/广播电台等联系，进行互惠互利的合作关系。首先在这些媒体上大登特登广告，其次让媒体的新用户免费在游船上住宿一夜，以推广媒体的客户。经过此一合作，许多人都到该游船来游玩。五年后该旧游轮被其公司拍卖了，并新买了两艘新游轮。

## 七、如何倍增效益

倍增效益的方法有三种：增加客户人数、增加客户消费的金额、增加客户消费的频度

可以通过下面的一个简单等式来了解

1000 人\*500 元/人/次\*1 次=50 万元

1500 人\*1200 元/人/次\*2.5 次=450 万元

### 1、增加客户人数的四个策略

1) 提供第一次免费服务（一定要记得提供套餐服务）

2) 和媒体交换广告

3) 出书就是让客户最快找到你的方法

4) 和其他行业的高手交换客户

### 2、增加客户消费金额四个策略

1) 增加百分百满意保证

2) 提供一条龙的服务

3) 提供白金顶级的服务

4) 提供更长时间的服务

把大脑中能想象出来的最顶级方法都想出来

### 3、增加客户消费频度的三个策略

1) 提供令人上瘾的产品

要问客户为什么要买我们的产品。如果客户在购买产品后能够回答七次以上购买的理由，那么这客户就不可能不喜欢这一产品了。

2) 针对客户需求量身订做。

即使是一般产品也要提供量身订做的服务。

3) 计算客户的终身价值。可以通过办活动，出国旅游等方式予以把握。

## 八、如何成为畅销书作家

### 1、为什么要成为畅销书作家

1) 没有出畅销书的人就是一个秘密。在这个世界上无人认识你。

2) 书未必非要自己写不可。

故事一：一 9 岁男孩自小想成为 CEO。为此他给世界五百强的 CEO 写信。希望他们回答如何成为 CEO。这五百人中有三分之一左右对此问题进行了回复。然后他又找 500 个创业家，如发炮制。最后再征求这部分人是否同意他将其结集出版。一举成名。

故事二：一女子出了一本名为《男人到底有多了解女人呢》的书。这套书是完全密封包装起来的。放在女人经常光顾的地方进行销售。该书就十几页。一点也不厚。女人买后回家一看，怎么搞的第一页是空白，第二页也是空白，一直到最后一页都还是空白。至此让人明白一条再简单不过的道理：其实男人一点也不了解女人。

也就是说要出一本自己会看一辈子的书。

3) 立刻提高客户对你的依赖感。

4) 可以成为行业中的明星，甚至是影响力的中心。

5) 自动让客户购买你的产品。

6) 全行动地吸引人才和代理商加盟你的团队。

7) 自动吸引别人与你合作。

8) 省下上千万的营销宣传费用（可以上报纸、电视、美容院、出租车、机场、杂志封面、书店等）。

9) 获得公众演说机会。

10) 免费环游全世界。

11) 建立企业和个人的品牌，成为形象代言人。

#### 九、有关出书的一些想法：

1、出一本书要达成什么结果呢？ 宣传目标、得到赞助

2、你要挣的钱从哪里来？ 研讨会等

3、选书名（令人震撼的书名），把目标直接写在书里。

4、寻找顶尖的合作对象。 知名度高的会帮助你卖书的，列出采访名单

5、书的大纲和架构（可以去书让买十本畅销原牌书，了解其封面）

6、出版预算

7、列出大客户中谁能预购你的书，以便把书预售给大客户。通过为其打广告来进行。

8、订目标和出版日期

9、如何收集资讯

10、书后应该附有一张光碟。既可以做广告，也可以加上很多别的东西。

11、确定你的书所要针对的那些精确对象群。

#### 十、如何帮你成为畅销书作者

定书名、定大纲、协助个人或企业找到 USP、协助安排采访对象、摄影拍照、寻找名人推荐背书、安排可以上广播电视等专访、安排出版社替你出书、上新华书店的通路、教会你公众演说、安排到十大城市演讲、协助上机场等的五十大销售点（2000 个）、协助拍摄 DVD

#### 《向世界第一学成功学员评量表》

1、我今天学到最重要的六件事。

2、我决定要做哪五件事让我的情绪维持在巅峰状态？

3、我决定何时让钱来为我工作？

我决定何时每个月不工作有+10 万人民币收入？

我决定何时每个月不工作有+50 万人民币收入？

我决定何时每个月不工作有+100 万以上人民币的收入？

4、请写下我人生最重要的六大目标。

5、今天我要做哪 2 个决定改变我的一生？

## 今日英才 《30 天精英演讲速成》

### 演说中国 感动世界

-----帮助 1 亿人学会公众演说！

## 免费领取 《30 天精英演讲速成》

领取地址: <http://30tian.cctop.cn/>

是人，就需要说话！

说话，就需要口才！

拥有口才=拥有一台印钞机！

拥有一流演讲口才=拥有一辈子的财富！

学演讲口才到今日英才=找到亚洲第一名演讲口才教练！

世界历史的进程与伟大人物的思想传达，都与公众演说密不可分。从哥白尼为争取真理的最后呐喊到二次世界大战戴高乐唤起民众的演讲；从马丁·路德金以“我有一个梦想”倡导黑人解放运动到甘地“以眼还眼，世界只会更盲目”来推动非暴力不合作运动，到奥巴马竞选美国总统的精彩演讲。

-----是公众演说颠覆了种族歧视的噩梦，让黑人领袖成为世界的焦点！

公众演说在世界的进程中始终是一面旗帜，而中国更不乏这样的人物。从慷慨就义的七君子，到五四运动的新青年演说家；从疯狂英语创始人李阳到农民科学家袁隆平；从毛泽东在开国大典上的庄严宣告中国人民翻身做主，到一本《朱镕基总理答记者问》畅销全球。

-----中国民众一直都是在公众演说的大旗下不断向前！

在经济全球化的进程中，优秀企业家是中国经济的中流砥柱，更是中国声音的核心力量之一。从马云到江南春，从企业文化宣讲到上市路演；从李彦宏到俞敏洪，从激励员工开拓市场到让企业成为社会瞩目的焦点。

——是公众演说让企业和企业家的风采得到充分展现！

让世界了解中国，让中国感动世界！让企业家说出自己的文化宣言，让大众说出自己的理想，让每个人都有机会成为时代焦点，让世界听到中国的声音。

——因为，我们每个人都是演说家！

今日英才是国内规模最大、影响力最广、最专业系统的演讲口才培训机构！

为帮助更多人提升公众演说能力，拥有一流演讲口才！今日英才结合 30 余位世界大师演讲精华，100 本以上演讲书籍理论，500 场现场演讲实践经验。研发了这套《30 天精英演讲速成》训练教程。无论你是否曾走上过舞台、无论你是否具有演讲的经验、也无论你是否是一名已经演讲过多少年的演说高手，本套教程都可以帮助你在原有演讲的基础上提升 300% 以上。

现在，你可以立即免费领取这套：

**《30 天精英演讲速成》训练教程**

**只需 30 天时间，你也可以拥有一流的演讲口才！**

**领取地址：** <http://30tian.cctop.cn/>