



# 绝对成交 ① 一个房地产 销售教父的自白

为什么不管多难卖，他都卖得掉，  
还能卖出好价钱？

〔美〕 弗雷德里克·埃克伦德(Fredrik Eklund) \ 著  
布鲁斯·利特菲尔德(Bruce Littlefield) \ 著  
李文远 \ 译

**SPM**

南方出版传媒  
广东人民出版社

· 广州 ·

## 图书在版编目 (CIP) 数据

绝对成交之一个房地产销售教父的自白 / (美) 埃克伦德 (Eklund, F.), (美) 利特菲尔德 (Littlefield, B.) 著; 李文远译. —广州: 广东人民出版社, 2016.3

ISBN 978-7-218-10622-9

I . ①绝… II . ①埃… ②利… ③李… III . ①房地产—市场营销学 IV . ① F293.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 299548 号

The Sell: The Secrets of Selling Anything to Anyone by Fredrik Eklund and Bruce Littlefield

Copyright © 2015 by Fredrik Eklund

Simplified Chinese translation copyright © 2016 by **Grand China Publishing House**

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.

This edition published by arrangement with Avery Books, a Member of Penguin Group (USA) LLC, a Penguin Random House Company through Bardou-Chinese Media Agency.

No part of this book may be used or reproduced in any manner whatever without written permission except in the case of brief quotations embodied in critical articles or reviews.

本书中文简体字版通过 **Grand China Publishing House (中资出版社)** 授权广东人民出版社在中国大陆地区出版并独家发行。未经出版者书面许可, 本书的任何部分不得以任何方式抄袭、节录或翻印。

JueDuiChengJiao Zhi YiGe FangDiChan XiaoShou JiaoFu De ZiBai

## 绝对成交之一个房地产销售教父的自白

[美] 弗雷德里克·埃克伦德 布鲁斯·利特菲尔德 著 李文远 译  版权所有 翻印必究

出版人: 曾莹

策 划: 中资海派

执行策划: 黄河 桂林

责任编辑: 肖风华 古海阳 张 静

特约编辑: 宋金龙

版式设计: 王 雪

封面设计: 张 英

出版发行: 广东人民出版社

地 址: 广州市大沙头四马路 10 号 (邮政编码: 510102)

电 话: (020) 83798714 (总编室)

传 真: (020) 83780199

网 址: <http://www.gdpph.com>

印 刷: 深圳市东亚彩色印刷包装有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 16 字 数: 200 千

版 次: 2016年3月第1版 2019年4月第5次印刷

定 价: 39.80 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与出版社 (020-83795749) 联系调换。

售书热线: (020) 83795240

## 致中国读者信



我从一个瑞典小镇来到世界上竞争最激烈的市场，直至成为销售行业的顶尖人物，这段旅程激励我写下了你手中的这本书。这次写作经历也可谓不可思议。在书中，我讲述了许多销售的窍门、秘诀，还有一些噱头和锦囊妙计，但在你开始阅读本书之前，我想先强调一件事：成功固然离不开努力、钻研与奉献，但真正的成功源自正直、诚实和信守承诺的品格，一个成功人士必须具备这些素质。

本书的主题是销售，但我想指出，人生中有些东西是绝对的“非卖品”，比如你所爱的人、你的孩子、宠物、价值观、信仰、精神等，它们不仅是无价的，更是神圣的。我时常提醒自己：“即使是我这样的销售大师，有些东西也是不能出售的，尤其是我的灵魂。除此之外，一切都有商量的余地。”

**弗雷德里克·埃克伦德**



## 实践顶尖销售员的绝技， 你就能成为顶尖

芭芭拉·柯克兰

纽约红极一时的地产女王

畅销书《创富传奇》作者

我与弗雷德里克·埃克伦德相识于比弗利山庄<sup>①</sup> SLS 酒店顶楼的游泳池边。当时，我正在好莱坞拍摄美国广播公司（ABC）的真人秀节目《创智赢家》，弗雷德里克恰好也在楼顶，他看起来相当惹人注目。如果有一名出色的销售员走在街上，即使是在街对面，我也能在第一时间注意到他，更不用说在泳池对面这么近的距离了。弗雷德里克身上有一种吸引力，你不可能对这种吸引力视而不见，那时候我并不知道他是何方神圣，当时他还没出演《百万金豪宅》真人秀，但有一件事毋庸置疑：他肯定是一位成功人士。弗雷德里克·埃克伦德身上散发着一一种杀手般的气质。

1973 年，我从男朋友那里借了 1 000 美元，在纽约市创办了一家房地

<sup>①</sup> Beverly Hills，位于美国洛杉矶市内的城中城，有“全世界最尊贵住宅区”之称。——译者注

产公司。尽管我没有任何销售经验，却始终抱持着必胜的信念。那时候，纽约还没有女性经营房地产企业的先例，这是一个由男人主导的行业，女人只有打工的命。虽然并不受同行的欢迎，但我仍受到了一定的关注。我的梦想是成为纽约市最顶尖的房地产销售人员。为了实现这个梦想，我想了很多方法，例如，我长期穿着标志性的短裙和颜色鲜艳的衣服，并把我的销售团队称为“强大的房产经纪人”。到了 1999 年，柯克兰集团成为全纽约市排名第一的住宅类房地产公司。

弗雷德里克是瑞典人。他孤身来到美国，没有任何社会关系，也没有房产经纪人执照，但在不到 12 年的时间里，他就成长为美国排名第一的房地产销售团队的领导者。弗雷德里克之所以能创造自己的美国梦，是因为他深知“理想创造现实”，而且他敢于寻找和抓住机会。

**在聘用某个人时，我最看重的是这个人是否拥有为事业打拼的激情，这是成功的关键所在。**直至今日，当我在《创智赢家》真人秀中给选手提供创业资金时，也以创业激情作为衡量标准。世上有一种人，如果不能成为人中龙凤，那他宁愿选择不存在。弗雷德里克就是这样的性格。读完这本书后，你也会变成这样的人。与任何优秀的销售人员一样，弗雷德里克非常善于说服他人。举个例子，他苦口婆心地对我说，我不仅要在这篇序言中褒奖他，还要把我认为成功人士必备的五个信条告诉读者。以下这五个信条都包含在他的销售秘诀中：

**1. 人们只和自己欣赏的人做生意。**千万别误以为销售人员的工作就是卖产品。在和别人做生意之前，你必须要了解对方的想法。如果人们喜欢你，他们就想与你合作；如果他们不喜欢你，你所面对的障碍将是不可逾越的。你要想方设法让别人喜欢你。

**2. 销售就是扬长避短。**如果你天生就知道怎么做到这一点，那你在销售行业就抢得了先机；如果你不知道这个方法，也可以慢慢学习。我曾

经在一个小餐馆工作。那时为了吸引顾客，我和另一名女服务生展开了竞争。所有来餐馆就餐的男顾客都想坐在她那边，因为她的胸很大；而我，唉……完全没有她那种傲人的身材。但我的母亲给了我做销售（和经营人生）方面的最佳指导。她告诉我，我不能盯着自己的短处不放，而是要发挥自己的特长，比如我的温柔和开朗，以及一副好口才，她要用这些优点去吸引客户，让他们坐在我所服务的区域，最后我成功了。

**3. 失败乃成功之母。**和普通人一样，成功人士也经历过失败，但他们能够很快振作起来，重新迎接挑战。在各类人群当中，销售人员的自杀率是最低的。因为他们每天都要面对人们无数次的拒绝，所以他们更能适应人生的种种打击。

**4. 人人都有从众心理。**这是最基本的销售心理学。你要让人们觉得，你推荐给他们的东西是热狗和棒球被发明以来最好的产品。你还要记住两点：第一，买东西的人越多，人们的购买欲就越强；第二，如果你告诉人们某样东西就要断货了，他们就更想掏钱。

**5. 成功人士都认为自己的成就只是暂时的。**每到岁末，顶尖的房产经纪人都会觉得下一年的形势将非常严峻，因为他们在上一年度创下的业绩纪录将成为他们最难以超越的数字。对成功人士而言，对未来的担忧就是他们获取新成就的动力。

在过去二十五年里，我管理着纽约市最顶尖的房地产销售团队。我知道，成功的销售人员都不想让别人知道自己的销售秘诀。毕竟当你已经成为销售之王时，又怎么会把这个宝座拱手让人，或是给自己制造成千上万的竞争对手呢？然而弗雷德里克却非常想和大家分享他的秘诀。我认为，**一个真正的成功人士是不会害怕竞争的，相反，他会在竞争中成长。**

现在，我把你交给弗雷德里克，让他带你走上创富之路吧。



# 目录

The Sell:  
The Secrets of Selling Anything to Anyone

前言	同一种方法，让所有人买单	1
----	--------------	---

## 第一部分 无论卖什么，你才是品牌

第 1 章	做真正的自己	15
	先寻找自我，再谈销售	
	让人们了解你	16
	让别人看见货真价实的你	21
	跟悲伤的过去说再见	24
第 2 章	卸去伪装，做真实的自己	28
	你的人生动力是什么	34
	找到你的激情引爆点	
	做一个不被枪打中的“出头鸟”	34
	你在职场上大放异彩的动力是什么	42
	“既然总有人成功，那为什么不能是我？”	46

第 3 章 03	<b>选对师父，少走弯路</b>	<b>49</b>
	跟随赢家，偷学几招	
	做大师的门徒	49
	如何接近顶尖人物？	64
	怎样加入顶尖团队？	67
	“大门”为你打开了，然后呢？	72
第 4 章 04	<b>扮演好自己的角色</b>	<b>75</b>
	尽量让自己容光焕发，精神饱满	
	穿出你自己的味道	77
	细节决定质量	80
第 5 章 05	<b>保持你的职业竞技状态</b>	<b>87</b>
	努力工作，合理饮食，睡眠充足	
	和全新的自己“结婚”	88
	像职业拳击手一样训练	91
	“十二金刚”训练法	95
	吃什么，决定你是什么	98
	睡眠充足，人才性感	101
第 5 章	<b>让顾客微笑</b>	<b>104</b>
	培养你的魅力和幽默感	
	初见 30 秒，决定未来的相处状况	105



06	弗雷德里克魅力学校	107
	展颜销售术	111
	发明你的招牌动作	115

## 第二部分 发现需求，创造需求

07	第 7 章	<b>拓宽交际圈</b>	<b>121</b>
		用智慧、策略和低成本寻找客户	
		社交媒体，直通客户	122
		弗雷德里克 APP 学校	128
		领英：拓展你的职场人脉	135
		YouTube：视频功效是传统媒介的五倍	137
		Twitter：搜寻特定主题，与特定群体交流	138
		Facebook：超“赞”的销售工具	140
		Instagram：现代、时尚、无广告	144
		网络“圈粉”秘诀	146
		社交媒体的线上回报与线下收益	150

08	第 8 章	<b>完美推销术 152</b>	
		凸显你自己和你所卖产品的优势	
		你卖的不是商品，而是梦想	153
		一见钟情式推销	157
	弗雷德里克推销大讲堂	162	

第 9 章	<b>优势谈判成交术</b>	<b>169</b>
	协调各方需求，让人买单	
	<hr/>	
	倾听的艺术	170
	不要让表情和肢体语言出卖你	171
	离开谈判桌	174
	红脸 / 黑脸策略	175
	树立一个虚拟权威	176
	下定决心	177
19	拖延战术	178
	面对面谈判	180

## 第三部分 让谁都买单，是一种生活方式

第 10 章	<b>结交合作伙伴并影响潜在合作者</b>	<b>187</b>
	寻找、聘用并管理优秀人才	
	<hr/>	
	$1/2 + 1/2 \geq 5$	188
	为何寻找合作伙伴是一种天才举动	190
10	列出你的人脉资产负债表	192
	如何打造一支快乐的职场团队	196

第 11 章	<b>赌住媒体的嘴</b>	<b>201</b>
	学会利用媒体获取关注	
	<hr/>	
	吸引“无冕之王”的关注	202

<b>11</b>	亿万美金经纪人	203
	如何让别人关注你	206

<b>第 12 章</b>  <b>12</b>	<b>如何高效管理你的时间?</b>	<b>210</b>
	变得更棒、更好、更有效率	
	充分利用你宝贵的 525 600 分钟	212
	泛泛之交的机会成本	214
	学会授权	217
	时间是免费的，也是无价的	218

<b>第 13 章</b>  <b>13</b>	<b>阻碍你成功的七个魔鬼细节</b>	<b>219</b>
	直面人生的起起落落	
	缺乏自信	221
	嫉妒	223
	急于求成	225
	怨天尤人	226
	交友不慎	227
	金钱问题	228
疾病	230	

<b>第 14 章</b>	<b>任性享乐，开心数钱</b>	<b>232</b>
	尽情享受人生，创造更多生意	
	狠狠奖励自己	233



回馈与付出，跟他人分享你的成功	236
旅行，人生最美好的回报	237
你有多会享受，就有多能赚钱	239

<b>结语 带着我的秘诀，实现你的梦想</b>	<b>241</b>
-------------------------	------------



## 同一种方法，让所有人买单

从7岁开始，我就成为了一名销售员。我的家在瑞典首都斯德哥尔摩，我在那里出生、长大。7岁那年冬天，我在学校里听说有一家公司正在招聘圣诞日历和书籍销售员，便去报了名。公司声称会奖励给销售周冠军一台黄色带防水功能的索尼随身听。于是我暗下决心，不但要做一名合格的销售员，还要比其他人卖出更多的产品，从全瑞典成千上万个卖圣诞日历的小销售员中脱颖而出，拿到那个象征无上荣耀的索尼随身听。

我为这个目标而着迷，无法自拔。我在自己房间的墙纸上画了一幅矩阵计划图，上面标明了全球日历销售数据，而且每天晚上睡觉前，我都会进行数据更新。那情形就像囚犯在牢房的墙壁上规划越狱路线。当父亲无意中看到墙上的涂鸦时，简直要气炸了。但生气也没用，墙纸已经被我写满了数字，谁也不能阻止我成为最伟大的销售员！

当时，奶奶亲手为我织了一件毛衣，毛衣的胸前绣着两头驯鹿。我很喜欢那件毛衣，因为驯鹿正是神奇的圣诞老人的坐骑。每天早上，我都要穿上它，把所有日历放到一副雪橇上，在斯德哥尔摩北部郊

区阿卡拉 (Akalla) 的冰天雪地中拖着这车货物，挨家挨户敲门兜售。我对这个地区的市场了如指掌，因为潜在顾客都是我的邻居。

从 20 世纪 70 年代开始，政府在阿卡拉建了 100 万栋房屋，很多人退休后都把家搬到那里。我最喜欢向中老年妇女推销产品，她们对笑容满面、举止礼貌的小孩子总是毫无抵抗力。上门推销时，我会先敲一下门，然后后退一步，家庭主妇开门后刚好会注意到我身上那件可爱的毛衣。接下来我会对她们说：“嗨，是我，弗雷德里克，真高兴又和您见面了。”这方法屡试不爽，她们一般都会让我进屋。在她们眼里，我就像是她们期盼已久、终于见面的小孙儿。我坐在她们身边，和她们侃侃而谈，借机推销我的产品。没错，我要激发她们的购买欲。

结果呢？那年冬天，我喝了不知多少绿茶，听了不知多少让耳朵起茧的“二战”故事，还打破了日历公司的所有销售纪录——没错，我说的是“所有”纪录。公司总裁甚至还给我写了封信，问我销售秘诀是什么，但我一直没有告诉他。30 年后的今天，我准备在这本书里透露这个秘密（我应该给他寄一本带有我签名的书）。噢，别忘了，我还赢了很多台索尼随身听，后来我又把它们全都卖给了同学。

## 卖什么都是卖时机

如今，我卖的不再是圣诞日历，而是价值百万美元的豪宅。我的客户都是美国的名人显贵，包括詹妮弗·洛佩兹、卡梅隆·迪亚兹、莱昂纳多·迪卡普里奥、贾斯汀·汀布莱克、丹尼尔·克雷格以及众多来自纽约上西区<sup>①</sup>的富豪。然而，我现在所使用的销售技巧和我

---

<sup>①</sup> Upper West Side，位于纽约曼哈顿，是纽约人引以为豪的艺术圣地。——译者注

当年说服瑞典老奶奶买日历的技巧并没有太大区别。无论是卖日历还是卖豪宅，我都在向客户传递一条信息：**现在就是向我购买产品的最佳时机！**

即使你不以销售产品或服务为生，也能从我的销售策略中受益，因为你要明白一点：每个人的一生都在不停地做销售，只不过大部分人没有意识到这一点。

与别人约会前，你是否会穿上最漂亮的衣服，充分展现自己的魅力？如果答案是肯定的，那么你就是在推销自己；在太过劳累而不想出门扔垃圾时，你是否会请朋友帮忙？如果是的，那么你也是在做销售；你是否参加过求职面试？那当然也是一种销售。所以说，这本书适合每一个人。

即使你的职务头衔不是“销售员”，你每天也在做着销售，而这本书讲述的正是各种有效的销售行为。也许你是圣诞日历销售商，或者你从事的是互联网和房地产行业，又或者你是一名糕点烘焙师，甚至是一位全职太太。无论你从事什么职业，此时此刻，你一定要记住这句话：“人生无处不销售。”而且如果你懂得如何推销自己，那么推销其他产品也就不在话下了。如果你认同这条放之四海皆准的道理，那么本书就是你的每日必读书。无论你要把医疗设备卖给医生，还是要劝说自家正在上小学三年级的孩子早点睡觉，都可以在这本书中找到灵感。

## 人生无处不销售

销售人员要做些什么？他们要吸引、影响并说服对方交换自己手中的东西。请想象两种情形：

- ◆ 你要说服上司支持你的想法；
- ◆ 你要劝说丈夫放弃去东京的打算，陪你去大溪地度假。

这两种情形没有什么不同。每当我们要求别人做某件事的时候，所使用的方法都是本书即将提到的销售策略。为了在餐厅里得到一个好位子，我们给餐厅经理和服务员以微笑；为了能得到厂家良好的售后服务，我们给他们留下好评；为了让友谊更长久，我们向朋友付出真心。这些都是销售行为。销售的本质就是运用各种方法激发某个人的积极性，并将这种积极性转化为行动，例如让客户支付购车款、从同事那里得到你想要的帮助、让孩子乖乖上床睡觉，或是从好友那里得到人生的指引。

十年前，我带着一双运动鞋，只身从瑞典来到美国纽约，我的心中只有一个梦想：在这座“不夜城”登上人生顶峰。可是在那个时候，我完全不知道如何实现这个梦想，甚至不知道自己要选择什么样的职业道路，但我深信自己是最优秀的。我之所以如此自信，是因为我手中有一款独一无二的产品，那就是我自己。我给自己编织了一个童话故事：无论选择哪个行业，终有一天，我会成为“纽约之王”。我想象着自己登上报纸头条，魅力四射，钱包里全是百元大钞。我知道，纽约是全球竞争最激烈的城市，在这个城市里出人头地不是件容易事，但我已经做好战斗准备。

我的故事从斯德哥尔摩的市郊开始。瑞典位于北欧，从地图上看，瑞典如楔子般嵌入挪威和芬兰之间，它与繁华的纽约曼哈顿相距千里。在冬季，瑞典又冷又暗；而且我发现很多美国人分不清“瑞典”和“瑞士”。我要在这里声明一下：这是两个不同的国度。瑞典没有冰熊（我听说美国人管冰熊叫“北极熊”）在大街上闲逛，只有一群



身材高大、金发碧眼、喜欢喝伏特加的瑞典人。除了喜欢在仲夏夜跳青蛙舞（这是先人留下的传统），我们还擅长制造安全性能很高的汽车（沃尔沃）、设计可以自主组装的低成本家具（宜家）、开设全世界最廉价的服装店（H&M），还写一些朗朗上口但褒贬不一的流行音乐。

小时候家里并不富裕，但父母每年都会带我出去旅行。我父亲名叫克拉斯·埃克伦德，是一名经济学家。在我十岁那年，他受邀到纽约市发表演讲，并把活动主办方送给他的头等舱机票换成了三张经济舱机票，把我哥哥西格和我也一起带去了纽约。

即使多年后我写这本书的时候，仍然记得当时在肯尼迪机场接我们的那辆黄色计程车、车里收音机播放的雷鬼音乐，以及让人感觉像是身处热带的炎热天气。我坐在计程车的后排，摇下车窗，伸出脑袋去看越来越远的城市轮廓。

现在让时光倒流，十岁的我又坐在了那辆计程车里，而你就坐在我的身边。感受一下那热得发烫的塑料座椅，摇下车窗，吸一口纽约1987年秋天那甜蜜和充满希望的空气。让我们重温这趟旅程，只有你和我。

这座城市的霓虹灯和摩天大楼立刻吸引了我。我喜欢纽约，但它也有黑暗的一面，我可以嗅到危险的存在。黄昏时分，计程车带着我们经过时代广场。看着广场上让人眼花缭乱的霓虹灯，我惊讶得说不出话。成千上万的游客在拍照。一切都在提醒人们：这里是宇宙的中心。我一直认为，人生中总有某些令人印象深刻的东西，它们会永远留在你的脑海深处，并永久性地改变你的大脑构造。对我来说，到达时代广场是我的第一个重要时刻；第二个重要时刻是拿到我的第一张佣金支票；第三个重要时刻则是坠入爱河；我希望，我的第四个重要时刻是女儿出生那天。

我和父亲、哥哥一起爬上自由女神像顶部。凭栏远眺，看到河对岸灯火辉煌的不夜城。我现在还保留着当时在自由女神像上拍的一张照片。你可以看到，照片中的我极目远望，眼神中流露出了惊叹，仿佛在想象着未来的自由生活。当时，就在那个地方，我决定要成为这个城市的一分子，而且是非常成功的一分子。

参观结束后，我们乘渡轮返回岸边，轮船停靠在双子塔（纽约世贸中心）南边的金融区。就在这个时候，突然下起了瓢泼大雨，我们只能在没有任何遮挡的情况下跑出轮船，在一家牛排餐厅躲雨。这家餐厅有红色的皮质座椅，空气中弥漫着香烟的味道。“这简直和电影场景一模一样！”我心里在想，“将来我一定要回到这里，总有一天我会在这里定居。我要创造属于自己的人生！”

15年后，我终于实现了这个梦想，并把家搬到了曼哈顿。在那一瞬间，我有了一种无拘无束的感觉，觉得任何梦想都可以被实现。无论过去还是现在，纽约这座城市在我眼中都充满了魔力。在炎热的夏季，只要走在第五大道上，我就会感到无比兴奋。我抬头仰望那些摩天大楼，它们藐视地心引力，肆无忌惮地将触角伸向天际。它们就像是这个城市中所有满怀梦想的人，让人心中充满了力量。

## 从日薪40美元到年销售额5亿

初到纽约时，我和几个瑞典朋友在曼哈顿中城区37街合租了一间一居室公寓，它的正对面就是梅西百货公司。我在纽约举目无亲，但瑞典人有着某种共性：尽管我们会带着天真的想法离开故土，但会为自己的决定感到自豪。那段时间我确实很想念家人，但思念之情很快被另一个想法取代：我要在新的家园出人头地，现在就是我为自己

创造未来的唯一机会，时不我待，我要行动起来。

我的第一份工作是在《大卫深夜秀》节目录制现场外售卖意式三明治，日薪 40 美元（还可以得到一份卖剩下的、干硬的意式三明治作为免费午餐）。我还在一家大酒店做兼职酒保，每周上三天班。我很擅长卖三明治，可这不是我在纽约奋斗的理由；我也不喜欢做酒保，因为这不是我的特长。也正是从那时候开始，我想从书中寻找答案，想找一本和你手中这本书类似的书籍，能够告诉我如何取得成功，如何发现和培养我真正的天赋。我找到了几本书，但它们要么年代久远，要么作者名不见经传。我需要的是一本当代知名作者写的、关于自我重塑和提高销售技巧的书籍。

我没有找到这样的书，但我的一位朋友却对我说，我的个性或许很适合做房地产销售员。于是，我在纽约大学报名参加了房地产销售人员速成班，并在两周后拿到了房产经纪人执照。那时候，我手上没有任何客户资源，也没有任何纽约人的联系方式或名片；我既不知道在曼哈顿下城区有一条唐人街，也不知道麦迪逊广场附近有一条莱克星顿大道。但有一件事是确定的：我对成功有着无尽的渴望。我上网浏览信息，查看纽约市最昂贵的公寓，并查阅了掌握这些房源的房产经纪人的个人履历。我幻想着有朝一日成为他们当中的一员，真正登上世界之巅。

如今，在全球竞争最激烈的纽约房地产市场，我已经成为最顶尖的房产经纪人。我手上有价值十亿美元的待售住宅类房产，它们分布在纽约和斯堪的纳维亚半岛（位于欧洲西北角）。美国没有哪个房产经纪团队能拥有比我们更多的资源。去年，我的纽约销售团队和瑞典销售团队一共赚得 2 000 万美元的佣金；而仅仅在上个月，我的纽约团队就赚了 400 万美元。这在纽约房地产历史上可谓前无古人。

在过去十年中，我个人在房地产市场上创造了超过 35 亿美元的销售额，完成前 3 个 10 亿美元销售额，我分别用了 5 年、3 年和 2 年的时间。

然后，我仅用了去年一年时间，就完成了剩下的 5 亿多美元。今年，我有好几次在单月售出了上亿美元的房产。曼哈顿岛的宽度为 3.2 公里、长度为 19.3 公里，它是除了伦敦和东京以外财富最集中的岛屿。就在这样一个小岛上，我要和 35 000 名专业的房地产执业人士进行竞争。我已经卖出了 25 幢新建的住宅楼；而在纽约市，我拥有一个专门为美国东海岸最大的房地产经纪公司道格拉斯·艾丽曼公司 (Douglas Elliman) 服务的 11 人团队。

美国有 100 万名房地产销售人员；而在全球范围内则有超过 2 000 万人从事房地产销售工作。在这个行业中，我的团队是最顶尖的团队之一。而在全球前十大房地产销售团队领导者当中，我是最年轻的。我在瑞典和挪威也设立了办事处，那里有 50 多名员工分别运作我的自主品牌“埃克伦德纽约房地产公司斯德哥尔摩分公司”和“埃克伦德纽约房地产公司奥斯陆分公司”。我还打算继续在芬兰、丹麦和英国开设分公司。

也许你还听说过在精彩电视台 (Bravo) 上演的热门节目《百万金豪宅》。这个节目曾获得过艾美奖<sup>①</sup>提名，它在全球 110 多个国家同步播出。在这个节目中，我、赖恩·瑟汉特 (Ryan Serhant) 和路易斯·奥尔蒂斯 (Luis Ortiz) 共同代表纽约市这个世界房地产之都的百万豪宅卖家，电视台对我们进行全程跟拍。“互联网电影资料库” (IMDb) 网站形容我们这档节目“表现出了曼哈顿房产经纪人最无情

---

<sup>①</sup> 美国电视艺术与科学学院在电视节目安排、演技等方面有卓越成就者所颁发的奖项，是美国电视界的最高奖项。——译者注

的一面，因为他们完成数百万美元交易的速度比黄色计程车闯红灯的速度还快”。事实上我也这样认为。

我并不是为了吹嘘自己才告诉你这些。真正自我褒奖的内容稍后才会出现。我说这些是为了帮助你明白一件事：如果一个坐着捕虾船来纽约打拼的瑞典小男孩都能取得这些成就，那你也能做到。无论从事什么职业，你都能成为数一数二的顶尖人物。你我并没有什么不同，也许你的英语说得比我还好，而且还比我多认识几个人。况且，你手里还拿着这本书，所以请大胆发挥你的特长吧。

我的经历证明，每个人都有机会展示自己的销售才能，排除万难，最终到达事业的顶峰。无论你售卖的是漂亮的鞋子、软件、书籍、房屋，或是提供法律服务、金融服务、保险服务或牙科服务，又或者是出售机票、金枪鱼或墨西哥玉米卷，假如你想有所成就，这本书就是你的必读之书。即使你的日常工作与销售无关，你还是需要这本书。只要你怀揣梦想、渴望在人生的旅途上超越自我，就会发现这本书有用极了。

## **既然总有人出类拔萃，为什么不能是你？**

我写这本书的目的，是为了帮助你发挥最大潜能，让你走向梦想的巅峰。在本书中，我不但要和你分享我成为销售大师的所有方法和经验，还要分享失败的教训以及我看待这个世界的独特方式。我希望这本书能让你开怀大笑、放声大哭；我希望你能做好读书笔记，并把你的领悟告诉朋友；我希望你在阅读的时候，能够把印象深刻的章节和段落标记出来，记下重点句子，当你某天遇到我时，我们可以展开讨论一下。但归根结底，这本书不是关于我的，而是关于你的。

在你的身上，本来就有着成为销售大师的天赋，我只是通过这本书来激发你的天赋而已。这个过程就像是按下一颗小小的引擎启动“按钮”。每个人身上的那颗“按钮”是不同的，因此你首先要找到自己的“按钮”。一旦你的引擎开始启动，它就不会停下来。你已经找出那个“按钮”了吗？你是否害怕按下它？我可不害怕，我已经迫不及待地想和你一起开始这段旅程了。让我来把你变成一位家喻户晓的成功人士吧！

自我推销正在成为一股潮流，它就像当年的淘金热，而这本书就是你用来淘金的“镐头”。如果你不能时刻推销自己所拥有的东西，就无法为自己和所爱的人创造更美好的生活。无论年龄大小，只要生命不息，销售工作就永远不会停止。相信我，现在我也许在卖百万豪宅，可当我年纪大了、住进敬老院之后，我就会用我的销售技巧说服护工多给我一些巧克力曲奇饼。

这并不是一本老生常谈的销售类书籍。这本书不会告诉你如何假惺惺地讨好客户、催促客户下单。在 21 世纪，这种老掉牙的销售技巧已经没用了，它们就像是盒式磁带一样古老。在过去 5 年里，世界发生了翻天覆地的变化，现在你应该扔掉所有过时的想法，顺应潮流，与时俱进。

在接下来的章节里，我要把我的销售秘诀告诉你，并和你分享寻找真我的技巧，从而让人们喜欢你，并购买你所推销的产品。我之所以用“秘诀”这个词，是因为直到今天，我从来没有和其他人分享过它。曾经有很多人问我：“你的销售秘诀是什么？”我每次都笑而不语。而我之所以用“技巧”一词，是因为在无数的媒体访问中，记者们总想知道我取得成功的“关键要素”，我给他们所有人一个标准化的答案，与我前些年接受《纽约时报》采访时说的答案一样，那就是“比

别人更努力”。尽管这句话有一定道理，但它不是真正的技巧。我会  
在本书中告诉你真正的秘诀和技巧是什么。

本书每一章节的内容都有助于你更迅速地找到真我、建立良好  
的人际关系、建立信任感和掌握说服的技巧。我把这本书分为三大部分。

在第一部分你将学会：

- ◆ 接受真实的自己，并与全世界分享你的想法；
- ◆ 明确你的个人动机；
- ◆ 进入角色；
- ◆ 让自己更具吸引力；
- ◆ 努力工作、合理饮食、保持充足睡眠；
- ◆ 培养幽默感和魅力。

在第二部分，我会逐步地给你一些指引，教你学会以下方法：

- ◆ 寻找你的目标客户；
- ◆ 精心构思完美的推销词；
- ◆ 谈判协商，争取最大利益；
- ◆ 达成销售，获得回报。

接下来，在第三部分，我要告诉你如何做到以下几点：

- ◆ 结交朋友，建立你的影响力，让他们想与你合作；
- ◆ 堵住媒体的嘴；
- ◆ 知道在扩大交际范围的时候需要些什么；

◆ 不惧挫折；

◆ 吃饭、祈祷、数钱！

现在，你要问自己一个问题：“我想在生活和事业上取得更多成就吗？我想过上富足美满的生活吗？”

如果答案是肯定的，那就让我们做一个重要的约定吧：既然茫茫人海中，总要有个人出类拔萃，那这个人为什么不能是你或我？因为我们完全配得上这个称号。我想，你我对这一点都没什么异议。