硅谷动力
Silicon Valley Power
高端产业园 就是硅谷动力
新浪微博:
@硅谷动力产业园V
http://www.e.weibo.com/svpy

# 简报
(第十二期)

2013年04月 08 星期一
农历:蛇年二月廿八

深圳市硅谷动力产业园运营有限公司
综合部主办

认真 拼搏 专注 真诚

硅谷动力之准则：保证完成任务，绝不找借口

## 师者微语

**@何明远V**：我们感谢这份缘，让我们一同走进教导模式的课堂；我们感谢这份缘，让我们一同携手成为教导型企业家。

我们拥有相似的经历：我们自信、我们打拼、我们迷茫、我们痛苦、我们失败、我们成功……

我们拥有同一个梦想：自己亲手打造的企业基业长青、百世永固；同事们敬仰我、感恩我、接替我，幸福着我的幸福！快乐着我的快乐！成就着我的成就！梦想着我的梦想！

**@李践V**：对待时间的态度就是您对待生命的态度。时间花在哪里，成果就在哪里。

**@侯志奎V**：我们曾如此渴望命运的波澜，到最后才发现，人生最曼妙的风景，竟是内心的淡定与从容；我们曾如此期盼外界的认可，到最后才知道，世界是自己的，与他人毫无关系；我们曾如此计较付出的回报，到最后才懂得，一切得到终将失去的，只能空留一抹浮名。走好选择的路，别选择好走的路，你才能拥有真正的自己。

**@稻盛和夫V**：人的心中，存在“慈悲”和“爱”这样的“善心”，同时，也存在着为欲所迷、只顾自己的“恶心”，善恶两者在我们心中同居。抑恶扬善，是我们每个人应该努力做到的。这样，我们面临的许多问题就能迎刃而解。

**@陈德云V**:成长的过程是痛苦的;因为当我们愿意面对,一定会看到自己的残酷、懦弱、嫉妒、贪婪、不仁慈等。我们会觉得羞愧、内疚。但是，请不要自责，是要真实面对，用开放的心温柔拥抱和接纳自己这些人性上的弱点和盲点，她们就会变成礼物和恩典！

**@江竹兵V**：绩效是战略的落地工程，是中层的能力提升工程，是全员的价值创造工程，是一把手的解放工程。没有绩效管理，就等于没有管理。

**@马英捷V**：【李践老师《盈利模式》课程经典语录】1）竞争对手是最好的老师；2）问题=课题、障碍=最爱、生气=生意；3）发现需求比满足需求更重要；4）尖刀+机会=转折点；5）成功模式：专、精、深，“钻油理论”：一米宽，千米深，聚焦尖刀是企业成功的第一法则！与其一石三鸟，不如三石一鸟。



“公司在何董、梁董英明决策下，管理层三天封闭会议终得'破敌之道'，成立招商突击委员会，大战一个月，招商月目标任务超双倍完成，让众多中介及同行嘖目结舌，大赞我硅谷招商大军之威猛。那么，我招商团队是如何取得骄人业绩的？其中又有多少感人励志故事？为此，耿总接受了我们采访。”

## 招商大决战首月告捷－“沙场盘点”



公司去年及今年的招商任务很重，如何消灭手中136000平方的空置面积，扫除我们前进道路上的“拦路虎”？这是2013年开年后，摆在所有硅谷动力人面前最棘手的问题。为及时打开不利局面，公司管理层连开三天的封闭会商议“破敌之道”，在何董及梁董的英明决策下，公司于2月20日成立招商突击委员会，调任我出任招商突击委员会主任，集中招商线“优势兵力”统一调配，进行“招商大决战”！公司要求“大战100天，歼敌130000平方”，任务确实艰巨！何董指示：如不能按时完成任务，则加倍处罚；如提前完成招商任务，每提前一天，就奖励“五万元”，给大家“前进！钱进进！！”的机会。这给我们全体家人及招商队伍极大的鼓舞，也再次验证了公司“奖要奖得心花怒放，罚要罚得胆颤心惊”的奖罚原则。

我们招商突击委员会一经成立，马上投入战场。2013年2月22日，在很多公司还未上班之际，在这个很“二”的日子里，我们打响了硅谷动力招商大决战的第一炮，单日签约12032.77平方，创造了硅谷动力招商史上的佳绩，也在创造行业中的招商记录。

我也在招商线第一次培训会上解读了“二”和“12032.77”的深刻含义：可能是天意暗示，其实我们招商队伍就缺乏这种“二”的精神（“二”在陕西方言中表示：拼命干）。所以让我们在2月22日这个都是“二”的日子里打响第一炮。我们一天成交“12032.77”是暗示我们打赢这场招商大决战，不但要“二”（12），还要比别人“二”三倍（032），而且每个人每个手都要拿着镰刀（77）上阵杀敌。也就是说：我们不但要“拼命干”，而且要比别人付出三倍以上的努力，杀敌不分兵种，拿着镰刀都要上阵杀敌。

我们首战告捷，取得开门红。同时我们招商线也把这种“二”的精神传承下来，大战十天成交面积突破30000平方(十天累计成交30455.45平方)，首月战绩突破90000平方（截至4月1日累计成交90043.43平方）。通过一个月的招商大战，我们取得优异的招商业绩，超双倍完成公司下达的招商月目标任务（44000平米），也让很多中介和同行嘖目结舌，大赞硅谷动力招商大军之威猛。

### 倾注心血，谱写励志故事

在这份沉甸甸的成绩单中凝聚了我们所有家人的心血，也让我们每一个家人都在成长和进步，谱写了一个个招商励志故事；同时也造就出我们战斗在招商一线的一个个优秀家人：

1、在2月25日，我们组团上门向客户要钱，不交定金就不走，成交11园A15整栋5603.23平米。

2、2月27日，下班带队上门找老客户要定金（英特奇），成交1997平方米。

3、3月2日为让11园A5-2F客户签合同付全款，客户借口没带钱没带卡，我们坚守到晚上21：00，也要让客户的爱人打车送卡过来刷卡交清费用。

4、3月8日，我们临时换阵地谈判，高谈阔论说服老客户，团队合力啃下二园三期A16栋7893平米的硬骨头。

5、3月13日朱德平、苏伦跟了三个多月的客户，请吃饭都多次了，最后终于交定金10万元，成交11园整栋6818.55平方。可谓是：有心人天不负！我们用硅谷动力人的真情打动了客户的心，我们做到了有百分之一的希望，就要付出百分百的努力。

6、我们二园的招商客服员黄其丽，在顶着巨大的压力（二园去年整年出租率不高），加入我们招商突击委员会，她奋勇作战，永不服输，终于一雪前耻，当月完成招商业绩18963.90平方米，成为公司3月份的招商冠军。在去年有好几个月她都是只拿着微薄的底薪，在公司和个人面临巨大挑战的时候，她没有选择当逃兵，而是勇敢地和公司并肩作战，她是我们硅谷动力老家人的典范，是我们全体家人学习的榜样。

7、我们的招商拓展员段磊，到公司已经一个多月，但仍然是个“零蛋先生”，再不出业绩就要被“电网”电掉，招商突击委员会全体家人都无私的帮助他，鼓励他。我们采用何董在经管团队例会中调剂出的“传、帮、带”的良方：“说你听、教你做，让你做做看。做得好，表扬你，做不好，继续教。反复教，成习惯。”让他很快进入战斗状态，陆续有业绩成交，并在3月9日一人抗起招商大旗，单日成交4073平米，当月累计完成7887平米，超额完成公司下达的个人招商指标。硅谷动力的文化让他从一个社会青年变成组织需要的“董存瑞”，从一个“零蛋先生”成为一个合格的战士。

8、我们十园的招商客服员詹玉婷，在客户詹总看十园厂房无果，而又拒绝十一园厂房的情况下，就在我们马上失去这个客户的关键时刻，用她热情的服务，专业而又灵活的招商技巧，让客户对硅谷动力的品牌文化有了更深层次的认可，最终说服客户租赁十一园A14栋整栋6818.57平方。她给我们再次诠释了何董、梁董的教导，成交就是一瞬间的事情。

招商大决战第一月，我们所有家人都付出了自己的心血和努力，除龙岗项目外，其他家人都超额完成了本月的招商任务，在此我代表公司向我们所有的家人表示衷心的感谢！

### 管思想、带作风
### 做演练、求支援

我相信很多家人，包括中介、同行、客户，都在问为什么硅谷动力这个月的招商业绩能屡创佳绩？下面我也分享几点经验。

公司招商突击委员会全体成员临危受命，将招商压力化作前进的动力，我们严格贯彻何董：“管人首先是管思想，带队伍就是带作风”的管理智慧，这也是我们招商大决战首月告捷的法宝。

首先，我们在招商队伍中树立：“敢抓、敢管、敢干、敢惹人”的四敢作风，革命掉：“软、松、拖、懒”的不良作风，让招商队伍中每个人都变成：“纪律严明，作风硬朗”的一线尖兵。

其次，我们每日坚持公司的晨、夕会制度，有布置、有标准、有检查、有奖罚的对每日工作进行量化，每天都坚持三每三

对照原则：每一天、每个人、每件事，对照目标、对照过程、对照结果。今天能签约的客户，决不拖到明天，这一秒能做的事情，决不拖到下一秒。

再次，我们将招商知识的理论培训改为招商技巧的实战演练。每周六下午，我们都拿出实际案例进行模拟谈判，让招商员扮演成不同的角色，“真刀真枪”的从谈判中学到谈判技巧。对每周的成功案例进行总结，对实战中的先进经验进行提炼，我们能让想租半层的客户租一层，想租15-16元/平米厂房的客户租我们20多元的厂房，这是用什么方法呢？我们经过一下午的实战演练，总结出招商大法：客户的需求是有弹性的！客户是需要诱导的！这个通过我们自己实战凝聚出来招商大法，沁入每个招商人员的心肺。让那些有“客户只要什么，客户很难说话”等思想包袱和为难情绪以及各种借口彻底革命掉，我们摒弃消极思想，作到解放思想，实战说话。

最后，我们将以前的“分组PK，散兵作战”改为“集体负责，集中优势兵力歼灭每一个敌人，个人量化，团结互助让每个成员都完成作战目标。

以上措施让我们对每个客户的谈判进程都了如指掌，对每个招商人员的工作做到定向指导，对谈判中问题集中处理，对我们工作的疏忽及时补漏，对于大客户和特别客户，我们随时调整战略方向，随时向何董、梁董请求炮火支援。我们扎营寨，打硬仗的绝招就是运用何董、梁董教给我们的管理智慧和谈判绝招，带好队伍，打败敌人。

虽然我们在招商大决战中取得阶段性的胜利，但我们招商线的家人不应该有丝毫的骄傲和懈怠，我们更应该知道，后面还有更大的硬仗要打。我们招商线从去年到今年拖了公司和全体家人的后腿，我们只是在“亡羊补牢”，将功补过，成绩单翻过去就已归零，我们应该向新的目标全力冲刺，完成何董的新要求：在4月15日之前完成十万平方的招商任务。我们更要牢记何董3月17日的指示：要克服一切困难，不找任何借口，只要还有一平方米未租出，就不能收兵！

最后我想说：革命尚未成功，同志仍需努力！我们的招商大决战还在进行中，让我们所有家人都紧密地团结在我们何董、梁董身边，大家共同迎接挑战！共同前进！钱进进！！



# 新招商路上的摇滚

有一首流行在招商一线的歌曲，是这样说的。“听说过，没见过，十二万平方米；只是说，不去做，怎知不容易；埋着头，向前走，努力做业绩；交朋友，讲故事，算账加送礼；想什么，做什么，快点租出去；道理多，总是说，月月放飞机；汗也流，泪也流，心中不服气；拼一拼，搏一搏，证明我自己。”

从这简单的歌词中足以看出，作为招商线的家人们在招商路上的辛酸与不易。而在此过程中，“招商四用”起到了决定性的作用，即：用亲切的笑容迎接人；用独特的理念打动人；用澎湃的激情鼓舞人；用周到的服务留住人。那么，招商一线的家人们是如何在充满荆棘的道路上开山劈石的？为此，我们怀着期待与好奇的心情采访了战斗在招商一线的家人们。

**Q：苏伦，上午好！很高兴你能抽出时间来接受我们的采访。公司在开年以来的招商业绩稳线上升，相信在招商路上一定有曲折感人的故事讲给大家听吧？**

## 欲擒故纵 死不要脸

2012年11月22日，中介凌星带赵总、艾先生过来看厂房。当时，我们还在低碳园招商，低碳还剩有近3万平方米的厂房面积。于是，我便带客户去看A1栋厂房。从与赵总、艾先生的聊天中得知：他们是新开一家工厂，大概需要5000平方米左右的厂房，他们对于环境、交通都是比较注重的，对于其他过多的信息，赵总也不愿意多说，最后只是大致的了解了厂房的基本情况以及周边的配套后就离开了。

当天晚上，我致电中介询问客户的情况。可意外的是：这个客户是福永的同事推荐过来的，他们并没有客户的直接联系方式，对于客户基本情况也知之甚少。但是从中得到一个重要的信息：来看厂房的并不是老板，而他们的老板姓邓。

因当时低碳园开始招商并不久，很多中介对硅谷动力的佣金模式并不了解，所以有很多中介都不愿意留客户联系方式给我们。但是不直接与客户沟通，我们成功的概率几乎为零。于是，我们极力与福永的中介沟通，最终得到了艾先生的联系方式。

11月24日，我致电艾先生，询问其看厂房后的情况。从与艾先生的沟通中，他表示：他们已经找了一个多月厂房了，天天在外面看厂房，对于我们这边的厂房，总体觉得还是可以的，交通、环境也不错。但主要是面积不够，价格相对于其他厂房要高很多，而且他们首先考虑独院厂房，方便管理。听到艾先生的这些话，很明确的表示他们基本不会考虑低碳园的厂房。可是，每一个客户都是来之不易的，于是，我立即向他介绍我们的新材料产业园，以12万平方米体量、全新高端厂房来吸引他，希望他们能够再次过来。对于他们有厂房必看的这种情况，这招果然奏效。我们约定在低碳园招商客服中心会面。

11月28日，赵总、艾先生协同邓总一起过来看厂房。邓总过来，这绝对是一个难得的机会，能够让我们更加深入的了解客户。所以，当他们到低碳园的时候，我便邀请他们先来招商客服中心喝茶，并介绍朱总监与他们认识。原来，邓总、赵总都是湖南人，而巧合的是艾先生是四川人。于是我们抓住老乡这个契机，希望关系更近一步。闲聊之余，又得到一个重要消息：现在邓总一行人都住在西乡的一个酒店里，而且已经住了一个多月，邓总之前在陕西做生意，来深圳这段时间一直在外面看厂房。当时，我们根据客户基本情况还武断的认为客户最近就要定下来。现在回想起来才知道自己很多地方考虑的不周全。

在低碳园招商客服中心闲聊一个小时，彼此间关系拉近了一些，说话之际还时不时开个玩笑，让原本处于谈判对立双方的我们完全没有那种压抑感。最后，朱总监与我带同邓总一行去看新材料产业园厂房。因新材料产业园刚接下来不久，园区很多地方都在工程改造。看完厂房后，邓总也直言不讳：硅谷动力的厂房确实还是可以的，但是，新材料产业园园区楼间距比较小，空地面积不大，园区绿化也一般,对于他们来说可能有点不适用。说到底，其实他们开始找的都是独院厂房，因为方便管理，可是在深圳转了半个月都没有找到适合的，所以现在大型工业园区独栋厂房也考虑。但是，独院的厂房仍是他们的首选。

针对邓总的条件及疑虑，我们首先想到的是如何去引导他，因为他们对厂房选址的条件有几点：1、选择性多（深圳范围都考虑）；2、主要考虑独院厂房（方便管理）；3、比较注重形象（他们会有客户来考察工厂）；4、希望合同年限长（投资比较大）。

（下接A3）

## 学会与公司共同前进！钱进进！！



身在职场，你的命运与公司是紧密相连、互为一体的。如果公司是在淮海洋中行驶的航船，你就是船上的水手。船的安全是水手安全的前提。如果有一天航船遇到了险情，那水手也将面临同样的险情多。因此，你要尽到自己的责任，在工作岗位上贡献自己的力量。作为一名员工，一旦你进入了某家公司，就有责任、有义务与公司同呼吸、共命运，一同抵御风险，一起克服困难。你应该树立主人翁意识，而不仅仅是一个受雇佣的打工者。

在职场中，要保持自己对公司的忠诚、对自己工作的忠诚、对自己内心的忠诚。公司是你生存发展、实现梦想的平台。你要想尽一切办法为公司作出更大的贡献，以此来换取更多人对你的信任。当你所在的这个平台遭遇困境的时候，你最先要做的就是用自己的努力与公司同舟共济，克服困难。在这个时候选择逃离是不明智的决定。只有能与公司同舟共济、共同面对风险的员工，才是真正忠诚的员工。

任何一家企业的发展史都充满成功与失败，都会在不同阶段遇到各种各样难以预料的困难。但值得欣喜的是，每一场困难都像一面筛子，能够筛走那些不忠诚的员工，留下那些忠诚的。而那些忠诚的员玉工，永远能够在公司陷入困境之时，与公司同舟共济、共同面对挫折和不这样的员工，就是大浪淘沙后留下的“金子”，以后也将为公司的发展壮大作出更大贡献。

现代职场，到处是越来越多的机会和诱惑。如果没发有与公司共同发发展的决心和态度，很难在短时间内有大的作为。因此，不管是出于职业道德，还是考虑到自身前途，要做一个能够与公司同舟共济的员工。这样，你不但能赢得公司信任，还能获得老板的重用，同时拓展自己的发展空间。反省一下，自己是不是抱着侥幸心理进入公司的？当公司陷入困境的时候，你是否只想着赶快逃离这里？如果回答是肯定的,那么，你必须认真地做反省工作了。千万不能做这样的职场小人，要与公司同呼吸、共命运，以积极的态度去面对每一天的工作。这是做一名优秀员工最起码的素质。

与公司同舟共济具体应怎样做呢？下面的几个建议或许会对你有所帮助：

1、公司的未来等于自己的未来

公司发展好了，你个人的发展机会自然也随之更好。公司所赚取的利润大了，你个人自然也会从中受益。如果你是从一家全国知名乃至世界知名的大企业走出来的优秀员工，你走到哪里都会受到欢迎；如果你是从一家破产的公司走出来的求职者，再找工作也会有些困难。

2、与公司同舟共济、共同进退

如果公司是一棵大树，你就是树上的一片叶子。只有大树不枯萎，你才会有更美好的未来。如果大树倒下了，你也终会从大树上飘落。同样的道理，如果公司发展不稳定，你也同样难有一种稳定的感觉，会为自己是否会失业而担忧，整天生活在忧虑中。因此，要懂得与公司共同成长、共同进退。

3、遇到任何困难，都要奋勇前进

当公司遇到危机的时候，你就甩手走人，这是对公司，也是对自己的不负责任。即使侥幸进入了一家更优秀的企业，想要得到他们的信任也是困难的。一个在公司遇到困难就迅速离开的员工，是很难有立之地的。既然选择了一家公司，就应当立志要有一番成就。在任何困难面前，都要昂起头，奋勇向前。



所以，这些问题我们必须逐个攻破。但是，为了维持这种和谐的氛围，我们也不能一味的说我们的厂房有多么好，我们必须站在中立的角度上去给他们分析。首先，让邓总更多的了解硅谷动力是当务之急。朱总监从我们公司2003年成立到目前的发展情况一一向邓总阐述，明确表达：1、硅谷动力作为工业地产的先驱，在行业内有一定的知名度以及举足轻重的影响力（我们的目标：中国产业园运营的领航者）；2、我们搭建的不仅仅是简单的工业园，而是中小企业发展平台（我们的使命:打造科技企业快速发展平台）；3、我们做的不是简单的管理，我们做的是服务（我们的服务观：持续超越客户期望）；4、硅谷动力在观澜发展十年，当地风俗、银行金融、政府关系做的都非常好，占尽天时、地理、人和。最后，朱总监还向邓总讲述我们公司的核心理念：四心、四化、四动力。对此，邓总也表示非常认可。长达3个多小时的沟通后，天色已晚，原本邀请邓总吃个晚饭（继续增进感情），但被邓总婉言谢绝。

之后几天时间里，我们的重点是如何把握中介，以便得到关于邓总的即时信息。于是，我们便以邓总比较喜欢硅谷动力厂房，但定厂房还没有那么快为由，让中介与我们站在统一战线上，保持经常联系。同时，我们仍然与艾先生保持紧密联系。

12月8日，朱总监致电邓总，意外的事情发生了。邓总说：自己最近在龙岗看了一个房子很不错，交通很便利、园区环境比我们还要好、而且价格也低很多。得到这个信息，我们立马与中介沟通，询问其具体情况。原来邓总所说的厂房是龙岗的宝龙科技园，我们详细了解宝龙科技园的情况后，朱总监再次致电邓总，向他分析深圳目前工业地产行情，并表示：龙岗区远离深圳市区，离机场、火车站、海湾码头比较远，虽然高速公路直达，但也会产生更多的运输费用；其次，龙岗的商业、工业尚处在一个起步发展期，对比其他几个行政区而言，相对落后；然后，对于像您这样员工较多的企业，招工是一个必须考虑的问题，因为深圳都是统一按照劳动法发放工资，龙岗和其他行政区一样的工资，就是因为工、商业落后，员工消费场所有限才导致招工困难；像您这样的企业怎么会选择相对较差的龙岗呢？顿时，听到这种情况，让邓总动摇了。最后，为了能够把握客户，朱总监还表示：如果需要的话，我们可以做您的厂房顾问。

果然，12月13日，朱总监接到邓总电话，说是在沙井看了一个独院厂房，交通便利、形象也很好，而且还有一栋独立的办公楼（带豪华装修的），应该这两天就要定下来了，并邀请我们过去参观一下。

12月14日，按照约定，朱总监与我两人先到达邓总在西乡入住的酒店。随即，跟随邓总一起去看他所说的厂房。到达目的地后，因厂房内尚在生产，不方便直接进入，所以找到一个负责人直接询问。原来这个厂房现在是一家日本企业在租用，总共有2万多平方米，有单独的办公楼，虽然带有豪华装修但已经用了几年了。随即，朱总监便以邓总参谋的身份询问其房子的具体情况，诸如：厂房面积、宿舍面积、公摊面积、价格、配电等等，尽可能详细到每一个环节。得知这些情况后，我们开始给邓总分析总的成本预算，并详细说明找厂房需要注意的几点：1、厂房公摊面积（这是影响成本的隐形因素）；2、配电（像这样的园区，配电一定是额定的，不一定能够符合要求，到时候无论是增加或减少都会产生一笔不少的费用，而且周期比较长，影响正常生产）；3、虽然离高速公路比较近，但周边基本都是80年代的旧工业厂房，小广告满大街都是，影响企业形象；4、有独立的办公楼固然是好，即使是豪华装修，但也用了好几年。经这样一分析，邓总也犹豫不决，没有像电话里说的那么坚决（这几天就要定这里）。此时，刚好邓总一行都出来看这个厂房，而且也没有准备再去看其他地方。于是，我们便立马邀请他再去看我们已经改造几乎成型的新材料产业园，由我们带路。由于我们选择沙井直达光明然后转观光路的路线，很快我们便到达目的地。时至中午，邓总表示：还是先去吃午饭。为了争取更多的接触时间，我们故意将邓总一行带往塘厦的龙景山庄吃饭。吃饭期间了解到：与邓总随行的三人赵总、艾先生还有一位刘总。赵总、艾先生之前早已了解过，至于刘总在他们中介处于什么地位就不得而知了，只是听到刘总在向邓总讲述关于工厂设计、线体摆放的事情，但大致可以判断出，刘总绝对是他们开设工厂的策划者。吃饭期间，大家一起闲聊，此时，大家已经作为朋友的方式在沟通。后因邓总有事急需回西乡，我们将邓总一行送到观澜高速路口。



### 一波三折 跌宕起伏

俗话说：好事多磨。事情总是一波三折！后来，朱总监也一直与邓总保持联系。大约半个月过后，邓总明确表示：他们目前还不能定厂房。原因是：1、设备还没有购买；2、现在还在与华为、富士康等公司谈业务，要等到双方面都可以的时候才能定厂房，并表示也很希望与我们合作。之后，我们也一直保持联系，每逢节假日也相互发送祝福短信。

2月20日，致电邓总，说自己现在还在西安，到过一周才来深圳，厂房的事情要到了深圳再说。

3月8日，意外的接到艾先生的电话，说是有位王总要过来看厂房，如果不出意外的话就要定我们这里。此时，我们高兴之余也不乏担忧，为什么又出现了一个王总，那邓总呢？而得到的消息却是：邓总现在是负责谈业务，厂房的事情由王总全权负责。

又新来一个王总，难道我们之前所做的努力又大打折扣了吗？诸多的疑问充实着我们的大脑。随即，我们立马打电话给邓总，而邓总却表示：硅谷动力很有希望。

得到王总的联系方式后，第二天，也就是2月9日上午10点左右，王总与刘总来到了新材料产业园，也不闲谈，直接要求去看厂房。于是，按照之前朱总监与我商量的计策（销控A11栋厂房），直接带王总去看相对靠内的A17栋厂房。等看完厂房过后，王总并不满意，表示大型货柜车倒车不方便，并且询问我是否还有其他厂房。果然和预计的一样，我明确表示：现在只剩下A17、A18两栋厂房了，其他的都租完了。回招商客服中心的路上，王总看到A11栋厂房，并表示如果有A11栋厂房没租就好了。我带王总、刘总来到招商客服中心。我把看厂房后的情况向朱总监讲述了，王总再次表示：如果是A11栋厂房的话，他们会作为重点考虑。此时，朱总监使用之前制定好的计策，表示：A11栋的客户虽然已经交付了定金，但是，后来核算过后觉得面积有点大，如果王总有需要的话，这正好我们可以把原A11栋已经交付定金的客户调到面积只有5000平方米左右的A18栋去，但现在主要的问题是A11栋的客户近几天就要过来签合同，我们当然愿意让他租面积相对较大的A11，这样我们的业绩也会好一点。王总得知这个信息过后，表示这段时间就会定厂房，还是希望我们能够给他A11栋厂房。很快就到中午了，我们便邀请王总、刘总一起去吃午饭。期间，我们也不断的给王总施加压力，明确表示：如果要A11栋厂房的话就只有这几天可以调，如果别人签了合同我们就没有办法了。最后，我们双方也中和了厂房价格等条件。王总表示还是要回去和股东商量一下。而此次重点却在于我们和刘总已经很熟了，他是为王总做线体设计的，在这方面有20多年的经验，也相互留下了联系方式。

3月10日，我们致电王

## 懒惰的人不成功



当一个人产生惰性的时候，往往具有如下表现：

懒得与他人接触，喜欢独来独往。喜欢散漫无拘无束的生活，生活起居无规律。本来打算做的事，总是迟疑，犹豫不决，左思右想拿不定主意。总是给自己的逃避或者错误找这样那样的借口，总是自我安慰。做事情总是半途而废，或一曝十寒，不能坚持到底。制定了计划去不积极实施，总喜欢一拖再拖，最后不了了之。对什么都漠不关心，认为所有事都与自己无关。不原意积极思考，或主动处理问题，总喜欢走一步算一步，或者跟着别人走。

惰性的危害：

就在你拒绝与他人交往的时候，你把自己的圈子缩小了，当世界就剩下自己的时候，就成了墙角的花，只会孤芳自赏，时间长了，就变得不再合群，甚至害怕和别人在一起，害怕在众人面前说话。生活没有条例，也会变得一团糟。就在左右踌躇、犹犹豫豫的时候，机会正在溜走。借口只会让错误一遍遍重复。半途而废的地方离成功只差那么一小步。也许坚持到底的人不一定成功，但是中途放弃的人根本没有机会成功。一拖再拖让人变得拖泥带水，不干脆，没有时间观念。对一切都冷漠了，生活变得不在有激情，一切都平平淡淡毫无新鲜可言。不积极思考，最终会埋没自己的真实想法，让人变得随波逐流，失去自己的方向。

如何克服：

认清惰性的危害，核对自己的行为，每天晚上反省自己：今天自己是不是有惰性？在什么地方松懈了？应该如何改进？

1、下定决心，坚定信念，一定要改掉惰性。

2、制定合理的可行的计划，循序渐进

3、培养果断的态度，不要犹豫不决；不要拖延，今日事今日毕；勇敢直面错误和困难，不要给自己找借口；克服畏惧，乐于尝试。

4、学会跟人交流，融入大家生活，关心周围事物，积极思考，勇于表现，肯定自己，增长自信。

5、坚定自己想法，勿人云亦云。

6、养成时间观念，不浪费时间。让自己的生活充实有趣积极向上，不要消极悲观胡思乱想。

克服惰性需要很强的意志，坚定的信心，和不懈的行动！命运终究掌握在自己手中，懒惰并不是无法克服的，关键是要有信心和决定，敢于如破自我。

**懒惰等于将一个人活埋。——泰勒**






总，希望他能够早日定下厂房。可是令人意外的是，王总却准备去东莞看厂房，说那边的厂房租金低、员工工资也低，会大大减少他们的成本，而且他们考虑5年后的长期发展问题，觉得选择东莞以后会相对稳定，最后还让我推荐东莞哪些地方相对来说会比较好。这个消息犹如噩耗，面对这种情况，我便理性的向他讲述当前深圳、东莞工业地产的行情，也将深圳与东莞做一个鲜明的对比。我说：首先，深圳作为经济特区，也是诸多年轻人寻梦的地方，招工也相对简单；其次，全国电子产品都聚集深圳，现在做产品就是需要一手信息，深圳也是对接世界的窗口；然后，目前深圳实行产业转型升级，劳动密集型企业、带重污染企业基本都搬到东莞，而东莞正是多年前的深圳，现在塘厦的普通商品房一般5000—6000元/平方米，而观澜的普通商品房却达到15000—20000平方，很明显，几公里之遥就因为地域不同才有如此大的差异；最后，刚创建的企业都是先立足然后求发展，一个行业三年就会有翻天覆地的变化，一个尚未立足的企业怎么去谈长远规划呢？在深圳拥有诸多的发展机会，招工方便，科技型人才多，而且在现代人的理念上，东莞与深圳完全是有本质上的区别，就算是客户过来考察工厂也是比较喜欢深圳，深圳就是一个高技术、大企业的代名词。听到这一席话后，王总表示：还是要去东莞看看，并由股东举手表决。

从与刘总的沟通中了解到：其实这家公司是由三个股东组建而成的，首先是邓总，接着是王总，一直未露面的是江总。

3月14日上午10点左右，致电王总，询问其股东会议情况。王总表示：昨天因大家都有事，没有召开股东会议，股东会议要今晚才开，并承诺无论租赁哪里厂房，等他们决定后一定会回电。

3月15日，功夫不负有心人，双方终于达成一致，王总支付10万元定金。

**Q：你认为客户选择我们的重要原因是什么？**

1、以诚相待的服务优势。他们专门做了评估报告，对我们的服务打到最高：85分，第二名是78分，而他们的评估报告厚度达到1公分，可见客户的用心与严谨的态度并非一般。2、为客户宣传语量身定做，让他们省心、更放心。体现在在厂房面积、后续扩租、物业管理、用电量大小等方面。3、排除客户的后顾之忧。体现在消防、环保、以及安全等方面。我们都可以让客户达到满意的程度。

**Q：您认为从事销售应该具备那些因素？**

1、对于每一个公司的背景，我们一定要了解清楚，抓住关键人物；2、让客户了解我们公司的企业文化是我们租赁厂房最好的工具；3、销售就是先销售自己再销售产品；4、了解更多的信息才有更多的帮助，我们一定要利用身边一切可以利用的资源；5、好事多磨，耐心、恒心、信心很重要。

“问问天，问问地，如何搞定你；求求风，求求雨，这有刷卡机；楼也多，铺也多，发财靠自己；人也多，嘴也多，碰碰出妙计；怎么说，怎样做，才真正是自己；不停说，不停做，飞机才落地；一边走，一边想，雪山和草地；一边走，一边唱，领袖毛主席。”

这一切对我们可爱的“招商一线战士”来说，辛酸却快乐充实无比。为了不断证明自己，哪怕这条路上荆棘满丛、崎岖坎坷，流血流汗也乐在其中。将招商作为实现梦想的事业，人生价值的升华，在前进中，不断钱进进！！




# 段磊，如何在招商中完成脱胎换骨的蜕变

他，加入公司招商线，从起初的懵懂到开始接触客户，以及自学招商技巧，一个月零成交量，在招商线上已经成为前进的绊脚石，深知压力与责任的重大，而他没有选择放弃，不在沉默中爆发，就在沉默中死去，即使倒在战场，也不会轻易退缩；狭路相逢勇者胜，“亮剑精神”同样时刻体现在公司招商第一线。他，经过数月的“潜伏”与积累，终于在年后厚积薄发，一单成交4073平方米，尽管有骄人的业绩，但他不骄不躁，现在依然在布满荆棘与宝藏的招商路上奋勇前进。他，就是招商一线的拓展员——段磊

**Q：你好，段磊！很高兴你能接受我们的采访。你可以谈一下，从进入公司招商线，你是如何成长起来，并且在短时间内接过招商这杆大旗的吗？**



第一次来公司是朱总监面试的我，经过简单交流后，朱总监认为我有做招商的潜质与能力，但是否能坚持下来，她持有疑问，并且告诉我，做厂房与写字楼不一样，厂房可能更辛苦、更艰难。但我很诚恳的对朱总监说，我之所以选择做这一行，因为以前做过一段时间，并且选择一个发展前景好的行业，能给奋斗努力，开花结果，也是自己能力的体现。

可是进入公司后，觉得不是我想象中那么简单，也不是见了客户就随便的介绍一下园区的情况就可以了，这样远远不够，拉不近与客户之间的距离，无法让客户去信任你。那么，我只能请教同事，不断学习招商技巧，点点的积累与总结；这些知识让我慢慢发觉，招商真不是一件简单的事情，除了你对厂房物业方面的了解之外，你还需要了解如何去交朋友，如何去给客户讲故事？这些都是一天一天积累下来的。你会讲故事了，讲给客户

（下接A5）

## 营销技巧：有效发掘客户需求



对于营销人员来说，很多时候客户是需要去引导和挖掘的，但是我们应该怎样去引到和挖掘呢？怎么做才能更好的发现客户需求，进而促进销售的达成呢？总裁学习网为您分享一些专业的营销技巧，相信会给您带来很大的收获。

发现需求的过程就是让我们去揭示我们客户的具体需要，是我们去了解他／她个人及企业需求的一种业务。我们在这一方面能否成功很大程度上依赖于我们能否直接、不断地使我们的客户一同参与到这一过程中。

这一过程的基础是进行有效的问询和倾听。

就这一点而言，对所有客户提出的问题都应该是开放式的。

·封闭式的问题：指只需用“是”或“不是”来回答的问题。

·开放式的问题：指需提供有关信息的问题。

我们所问的开放式问题一般分为两大类：

1.发现事实

目的：

1）使客户放松

2）收集有价值的信息

3）表明你已经做好准备工作

2.征求意见

目的：征求客户的意见和态度

通常最初的2-3个问题的都是有关的事实，一般都很容易回答，并且不太会有引起客户的紧张。我们与客户交谈过程中，开场寒暄和会面结束时最易引起客户（同样也包括销售人员）的紧张。紧张的程度对于你访问的成功与否起着很大的作用。

紧张情绪：

程度低时——你的客户就更可能想去寻找解决问题的方法

程度高时——你的客户就更可能试图去摆脱造成他／她紧张的根源——你！

1、事实

用以了解事实为目的的题目开场，以帮助降低紧张程度。

2、感觉／看法

在问过最初的2-3个问题后，我们可以开始了解客户的有关看法和感觉了。其提问的内容可包括未来的计划（如扩展计划、未来的需求量等）。在此，我们既可以了解有关过去的具体事实，也可以问及客户对未来众多可能性的看法或感觉。

向一个未来或老客户了解他／她目前正在使用的某一种同类产品是一件充满风险的事。这种会碰到的风险包括：

--等于是在批评购买者以前所作的购买决定——购买者会坚持他或她没有什么问题，从而变得不很合作。

--无意中加剧了竞争——我们必须正视这一点，因为购买者完全期望着你会说你的产品和服务要比你竞争对手正在使用的要好。

--加剧了购买者的紧张程度，以致于他／她再也不愿继续与你讨论下去。

一个增加获得这些重要信息的可能性，同时又使你减少疏远客户的风险的办法是：

第一部分：“你最喜欢你目前使用产品的什么方面？”

客户的回答可以帮助你清楚地了解顾客所能获得的哪些利益对他们来说最重要。

因而在紧接着马上就要进行的产品介绍中，你就可以在这些方面多提供些好处给客户。这时你对所获得信息的应答就可以是：“不错，我很高兴你能获得这些利益”。

第二部分：“我是否可以问一下你对他们的什么喜欢程度最低？”

（下接A5）

听，动之以情晓之以理，这样才会拉近与客户间的距离，客户才会信任你。

人非圣贤。可是，时间长了，没有出单量，心里也会逐渐产生怀疑与迷茫。这时，袁总以他的经验安慰我说，每个行业都需要坚持与积累，一个行业你呆3年，才算入行；5年，你可以称得上专家；10年，你便成精，游刃有余。你才刚开始，需要积累，肚子里面有料了，等到那天你准会爆发。在袁总的鼓励下，我继续学习和积累，一直在今年3月5日那天，也就是我的第一单，11园的A5三楼成交。那时心里面在想，我终于出单了！除了欣喜如狂之外，心里面没有忘记我们的团队给予我莫大的帮助与支持，特别是在招商委员会成立后，我的出单量也不断增长，招商委员会的帮助与组织的关怀，3月9日，11园的A12一层、A4二、三层也顺利成交。大家都开玩笑说，从现在开始，你正式扛起了招商的大旗。这或许是一种夸张的说法吧！但是我认为，这些与组织的关爱、自己的学习积累分不开，同时也赶上了好机会，招商委员会的成立，给了我们更多的资源和契机，也为我们日后的招商鼓足干劲和勇气。

**Q：可以详细谈一下，您是如何处理与客户的关系、怎样架接与客户心里之间的桥梁吗？**

在招商线上，有这样三个步骤：交朋友、讲故事、会算账。交朋友就是快速拉近距离，消除客户的戒备。我所接触的客户，都会慢慢去接近了解他们的喜好，找到共性。任何方面都可以，从而找到可以拉近距离的契机。我之前成交A4二、三层的那位客户，老板是南方人，他的妻子是山东人，属于北方。而我就从中找到拉近距离的契机，因我是东北人，与他妻子在地域上属于北方，正好由于以前山东人闯关东，与东北有不解之缘。历史的大背景让我们找到了共性，可以交流的平台。这样便快速拉近与客户的距离，消除他们的戒备心。

然后在于客户交流过程中，我会给他们讲我们与其他客户之间真实、感人的事例和细节来打动客户，唯有真实可信感人的故事才能让客户信服，同时体验到我们的优势以及差异化的竞争力。同时借助数据，让客户认可我们的价值。白纸黑字，成交量、价格、物业数据等一些列的对比，让客户心服口服，认识到我们就是用心在做事情，客户的利益与我们的利益同等重要。

尽管你没有去问客户他们不喜欢什么，但是这常常正是你所听到的。通过对第二个问题提问时的小心措辞“你喜欢程度最低的是什么”，你在使客户与你讨论他们不喜欢什么变得更加容易，而且也没有逼使他们去承认在上次的购买中犯了一个错误。

**方法：“观察”＋“提问”＋“倾听”，发掘客户需要。**

进行的问询和倾听有利于创造一种轻松、非正式的讨论氛围，从而使信息的收集变得极为可能。



# 用心融入，体会不一样的旅途

## ——从化游记

在传统的概念中，旅游的流程是：跟团、赶车、排队、拍照、购物，接着是无休止的抱怨。随着现在都市生活节奏的变化，背包客、驴友、徒步、穿越这些陌生却又新鲜的旅行方式，成为年轻人新的选择。或许，我们就是来自农村，可当我们重新体会徒步之旅，与三两友人长途跋涉享受乡间美景时，得到的会是一种不一样的美与享受！

从化之旅的行程设计符合美景化、娱乐化、田园化、家庭化的“新四化”特征，半个月后的今天重温此次行程，依然令人无比的兴奋、雀跃！



美景化：美丽的溪头村位于山林包围之中，周围果林密布，土屋石屋错落村隅。晨曦中，山中送来阵阵新鲜的空气，偶尔的犬吠声，让你有种“采菊东篱下，悠然见南山”的意境。而不时飘来的桔香，更让你有了心旷神怡的享受。漫步在果林中，都市喧嚣、浮躁的心境，渐渐的平静，你会享受乡间这种恬静的氛围带来的心灵瞬间的安宁！与快节奏的都市生活相比，这何尝不是我们内心深处期待的一种生活境界呢？

溪头村的美在于人与自然的和谐，这种和谐是村民们珍惜自然、爱惜环境的成果。而这片大地用它特有的胸怀与淳朴，塑造了令人倾心的美景！如果说溪头村是美的开始，那么“影古线”则是美的诠释！弯弯曲曲的林间小道将我们带入一片翠绿之中，山脚的溪流柔情的伴着大山流淌着，似乎在诉说着“你侬我侬”的呓语，又或是“山盟海誓”的誓言。而当我们到了“丹枫廊桥”时，河中矗立的拱桥，潺潺的流水，正向我们发出邀请，希望我们驻足逗留，欣赏夕阳的余晖穿过繁茂枫林的美景，欣赏万缕阳光穿梭进枫林的盛况。

娱乐化：两天的行程还包括了骑单车活动。虽然在深圳偶尔也会趁着周末骑行，可沿途的灰尘，每次都让人灰头土脸的返回。而溪头村的骑行，在没有工业化污染的乡间道路中，我们怡然自得的穿行在果林中、我们心无旁骛的穿行在竹林中！你只需享受爬坡后不断喘气的舒坦，不需担心世人奇怪的眼神；你可以纵情的释放自己的内心，大声呼喊、大声歌唱，旁边会适时的传来家人善意的回应；当我们骑车下坡时，我们听到了风的声音，那是一种心灵与自然融合的声音，她在诉说着，亲，来吧，融入我吧，尽情的享受吧！

田园化：挖竹笋也是此次活动的一项内容，漫山遍野的竹林是溪头村的一大特色。我们无法体会空谷传声的幽静，却能感受到竹影重重的特色。偶尔的阳光，顽皮的穿越竹林间的缝隙，斑驳的播撒在大地上。山林上已有很多的都市人拿着铲子在挖笋，我们在刘姐姐的带领下，爬到半山坡，开始找寻刚冒尖的竹笋。有时候，四颗眼睛还是不如两颗眼睛来的犀利，正如刘姐姐说的，或许那天她带着一双慧眼帮我们找寻即将破土而出的竹笋。很快，我们就发现了六个竹笋。可惜工具不给力，我们都只是挖了半截就断了。带着劳作后的成果，在回深后，我们在食堂享受了一餐美味的“竹笋炒肉”！

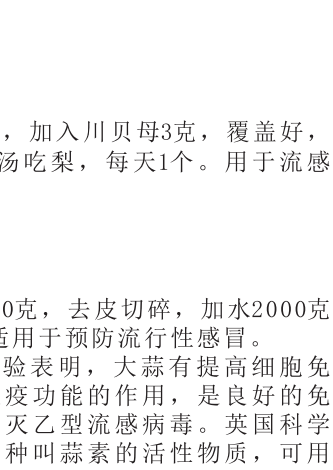
家庭化：综合部“从化之旅”邀请了团队成员的“另一半”参加此次的旅途。我们的团队成员以70后、80后为主，更难能可贵的是，我们还有一个10后的小胖丫参加，那就是啊喻家乖巧的小胖丫。整个行程小胖丫，不哭不闹跟随我们一起欣赏美景、骑行自行车、挖竹笋。或许，她暂时还无法用言语表达自己内心与我们一样的兴奋，可从她整个行程的配合看，我相信，她内心一定是享受的！

户外活动最美的体会在于你用心的投入，而背包客所享受、所追求的不正是那种“无丝竹之乱耳，无案牍之劳形”的自然嘛。综合部家人的从化之旅，增进了家人们亲密的关系。期待着下一次美妙行程的开启！

■ 余明华

## 健康生活

### 春季预防禽流感要掌握的食疗方



春季预防禽流感要掌握的食疗方。近期，禽流感又开始蔓延了，春季是流感的高发季节，很多人出现了高烧、头痛、乏力等，都特别担心，心理非常恐惧，严重影响着正常的生活。所以，预防禽流感迫在眉睫。那么，怎样有效预防禽流感呢?下面由小编来告诉大家一些预防禽流感的食疗方。

**姜茶饮**

生姜10片，茶叶7克，煮水，趁热饮。预防感冒的发生。

绿茶所含的抗氧化剂有助于增强人体的免疫功能，抵抗病毒细菌的侵袭。《美国营养学会》期刊上公布了一项研究，试验者服用一种特制的绿茶胶囊后，他们患一般感冒和流感的几率降低了23%，病程也大大缩短。试验者体内还产生了更多的能够对抗细菌和病毒的免疫细胞，对预防感冒会起到很好的作用。

**绿豆流感茶**

生绿豆50粒(捣碎)，青茶叶1小撮(1～3克)，冰糖15克，用沸水冲泡，焖20分钟即可。不时徐徐饮用，可清热解毒，疏风解表。适用于流感防治。

**冬瓜子冲剂**

冬瓜子15克，加红糖适量捣烂，研细开水冲服，每天2次。有清热、化痰、利湿的作用。用于流感、感冒并发支气管炎咳嗽。

**川贝梨**

梨1个，削去皮，挖去心，加入川贝母3克，覆盖好，放碗内隔水蒸1～2小时，喝汤吃梨，每天1个。用于流感及感冒并发支气管炎。

**葱白大蒜汤**

葱白250克洗净，大蒜250克，去皮切碎，加水2000克煮水，日服3次，每次1杯。适用于预防流行性感冒。

大蒜有抗病毒功能。实验表明，大蒜有提高细胞免疫、体液免疫和非特异性免疫功能的作用，是良好的免疫促进剂。大蒜提取物可杀灭乙型流感病毒。英国科学家证实，大蒜根茎内含有一种叫蒜素的活性物质，可用来治疗和预防感冒。

