

输赢读后感经典三句话(优质7篇)

当看完一部影视作品后，相信大家的视野一定开拓了不少吧，是时候静下心来好好写写读后感了。可是读后感怎么写才合适呢？下面我就给大家讲一讲优秀的读后感文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

输赢读后感经典三句话篇一

输赢按照倒叙的写作方式，讲述了销售的技巧及人生观。其中，贯穿一、二部的“摧龙八式”的销售技巧让我对销售的理解有了一个正确、系统的理解。我在今年给自己定下来一个要求就是，每读完一本书，每读完一遍都希望做一个总结。希望通过写读后感来完善自己的认识，提高自己的工作能力。在今年给自己交合格的成绩单。输赢我从销售，人生观两个层面来说明自己的理解。

销售理解：

建立信任、发掘需求、立项、设计、呈现价值、赢取承诺、管理期望、回收账款，是本书阐述销售的中心。输赢全集共通过两个项目来说明销售的方法。我通过“摧龙八式”方式，来衡量自己在销售过程中的不足。的确，建立信任就会使我们投入很大的时间、精力、金钱、建立信任就是与人打交道，将项目的重要关键人物发展成为你的帮手、内线、合作伙伴。前提是你要了解甲方的组成结构、人员职务、联系方式、人员性格、喜好等。从认识、互动、私交、同盟，这里充满了利益交换，对于现在的社会没有利益的绑定，同盟又会坚持多久呢？其次，发掘需求的前提就是作为销售，我们不能够把自己当做买东西的一方，而是站在甲方的角度，通过自己对于产品的专业认来帮助甲方找出更多的问题及痛点，体现自己的价值。这点又有多少销售可以做到呢？文中也讲到了买李子的故事。想想在这个社会中，只要你肯动脑，起码可

以保证不会饿死。销售的核心是把产品，服务卖出去。再次过程中，分析、抓住痛点、解决问题、完美服务，才是销售有价值的地方。周锐的冷静、分析、保守，骆伽的善谈、灵活的手段、果敢。二者彼此弥补对方的不足及被完善自己特点。要我知道商战不是一个人的舞台而是一群为志同道合联盟者战场。

人生观理解：

我是在一个很偶然的的机会先看输赢二，让我对销售恍然未觉的有了一个很系统的认识。也许我在做销售的过程中，不喝酒，专注于产品本身属性有点类似于周锐吧。输赢一，里面加入了对输赢的理解，看到骆伽和周锐分开、再到周锐团队击沉骆伽、骆伽与周锐的道别。也要我重新审视了自己工作这几年的目的。输赢给出了自己的人生观，重在博弈输赢的过程而非结果。但是如果一个很需要资金的创业企业来说，有多少企业可以选择前者，又有多少人可以看到结尾。现在又有多少企业在销售博弈的过程中没有送给所谓的“帮忙费”呢？自己周围也有很多的外企朋友，从交流过程中也了解到，没有一个清清白白，因为他们的目标客户都是一类人，中国人。也许这就是中国的国情。希望自己也在今年的业务当中，学会更多的知识，结实更多的朋友。希望自己少做违规的事情。

输赢读后感经典三句话篇二

读完《输赢》这本书后，我内心充满了各式各样的感情。尽管这本书本身是一本小说，里面拥有作为一本小说所拥有的鲜明个性的人物和曲折跌宕的情节故事，但是同时这也不光是本小说。《输赢》其实是一个完整的销售经典案例，在故事情节之上，其建立了一个介绍了多样销售方式的守则，可见其作者在这方面的实战经验与培训思想。

既然是以销售为主打的情感小说，不免有许多正面反面的人

物。乍一看，智勇双全充满正气的周锐，不服输不放弃执着的方威，不择手段为了工作放弃家庭的骆伽……众多的人物，他们情感、行为、处事方式各般模样。在情节上，小说最后似乎用骆伽的死来反映出，工作不是一切。但在这本小说里，对于市场和销售而言，没有正反，没有好坏，没有对错，真的就只有输赢，只是又一次验证了“成者为王，败者为寇”的这句古训。

作为营销教材一般的书籍，内容中穿插了各类销售策略，如周锐总结的摧龙六式——它不仅能用于销售实战也可用于生活当中。它包括：收集资料、建立关系、挖掘需求、竞争策略、赢取承诺、跟进服务情报。通过从情报、客户需求、产品价值、客户关系、价格及客户体验来全面表达销售从准备到签完合同之后的后续工作。同时，书中还强调了团队建设的重要性，周锐通过有效的激励措施和团队建设使得本来一盘散沙的北京销售团队迅速转变成为一个充满了斗志和自信的优秀团队，业绩从倒数一跃名列前茅直到成为第一。

而书中另一位主人公方威，作者通过他很好地表现了业务公关的技巧和手段，例如他在得知涂主任喜爱古典音乐而快速钻研的相关知识，投其所好，使得在第一次见面交谈时就给对方留下了极为深刻的印象；同时作者通过其指出了作为一名优秀的销售人员应具备的人格魅力和个人素养，所必需的亲和力和感染力，以及不可缺乏的不轻言放弃的坚毅精神。因为很多时候我们距离成功就差那么一小步，方威在项目已经要跟对手签定的最后时候，始终不放弃，结果他化险为夷，险中取胜，这个片段让我印象深刻。

书中另外给我留下深刻印象的是对方威在投标前所做的信息调研和收集的一段描写“...全方位的背景资料，包括发展历史、规模、业务范围、收入和盈利情况等等。这是开始销售的背景，就像作战前研究战场四周的地形一样；然后方威开始了解和研究银行营销的现状，尤其是银行现在是如何进行客户关系管理的，现在的管理模式有哪些问题，到底对什么

部门造成了什么影响；接着是组织结构，哪个部门和采购相关，这些部门是怎么设置的，它们之间的分工和关系是什么；最重要的是客户的个人资料，他仔细地列出可能参与这个项目的人员的名单，全面完整地收集名单上每个人的资料，包括生日、兴趣、爱好、家庭、住址、经历、休闲方式、未来的行程安排，方威绝不放过蛛丝马迹，甚至连客户们有没有宠物也不放过，宠物的名字、饮食习惯和口味都要打听。最后他分析了竞争对手的情况了...”这部分细致的我无法想象，果然我们不是笨蛋，我们只是缺乏了那颗为了成功真正做好的那份“万全”的准备罢了。

销售是一门很深的学问，除却销售技巧的渗透，此书也给人十足的思考空间和启发。每个人都有自己的理想和追求，对于输赢的定义也各不相同：有人的赢在于位高权重，有人的赢是选择合适的职位，真正实现自己的价值；有人的赢是无止境地追求没有温度的金钱；有人的赢是拥有一份简单而属于自己的幸福。有人赢了过程输了结果，有人赢了结果输了过程。那么什么是输、什么是赢？或许它们如同幸福，各自有不同的定义。当然作者对老三板斧“吃饭、喝酒、桑拿”的不屑一顾也在向大家说明：新时代的销售要注重的是呈现价值！作者通过一个有得有失的项目，以及一段有得有失的人生向大家说明了“态度决定一切”的道理。

全书正如介绍所写那般“个人和团队、能力和手段、原则与变通、交易与规则都得到了最鲜活的展示”，除此而外，感情片断也十分到位，而这本书也给生活在现实社会中的我们不要忘记：“人生本是过程，结果并不重要，享受过程，永不放弃”。

输赢读后感经典三句话篇三

《输赢》是本很适合销售培训的精彩商战小说，我们都不是傻瓜，没有人比其他人聪明很多，聪明的是精神还有做人的方式。请坚信成功之人必有其过人之处。输赢中每次商场竞

争的精彩演绎都能让我怦然心动。这本真正的好书就应从头到尾都让我酣畅淋漓，《输赢》的的仅仅是那个全国最大的it采购定单吗？作者最终被自己设计的情节套牢，结局不免显得虎头蛇尾。可是好书终归是好书，一本好书不会仅仅正因过程不够完美而沦落，至少让我学到很多销售技巧，其中几个主要人物的行为方式，敬业精神还有最终故事体现的人情与法律的反思，剧情中msn上神秘人的出现过程，一向将故事引向高潮。正如说所言“个人和团队、潜质和手段、原则与变通、交易与规则都得到了最鲜活的展示”，除此而外，很多感情片断让我潸然泪下，生活在现实社会中的我们要不忘一个主旨：“人生本是过程，结果并不重要，享受过程，永不放下”，拿出来与大家共勉。

《输赢》让我留下深刻印象的有三个人：周锐，骆伽和方威和周锐的销售绝招“天龙六式”。毫无疑问，周锐是个成功的管理者，人是最难管的，一个成功的管理者并非是自己的潜质有多强，而是手下汇集了一群具有团队凝聚力的优秀的人才，周锐做到了，他令方威为他抱不平，令孕妇林佳玲想为他辞职，令初恋情人兼对手骆伽愿意为他放下一切去国外，并把自己的职位拱手相让，他是最初的弱势且有成为失败者的趋势。但他的沟通潜质，洞察力，亲和力还有对下属的真诚，对家庭的忠诚让他成为销售精英。周锐把自己多年销售经验提炼成“天龙六式”，我们说练功容易，成道难，他在鱼龙混杂的商品社会中没有泯灭人性，没有牺牲灵魂，没有练“葵花宝典”走火入魔，没有象刘丰一样害了自己和儿子的幸福。

他的第一式也就是销售人员最常应对的，存在一个项目，做销售的第一步要怎样做，不少的销售人员会直接冲锋陷阵，结果战死沙场。兵家有云：知己知彼方可百战不殆，这就是周锐的天龙六式的第一式收集和分析资料并发展内线，所以在这个内线发展的问题上他首先考验了方威此方面的潜质，出了个考题让方威去要赵颖的联系方式，方威在这一环中不仅仅用表弟为借口了，还完美的把赵颖的密友发展成了自己

的内线；第二式就是建立关联，并发展关联。客户关注产品，关注产品，同时也关注彼此之间的关联与利益。这就是为什么做业务的人很多人都是拿亲戚、朋友先下手，“为什么要欺骗那些坚信你的人？”说白了不坚信你的人你欺骗不到。正因彼此之间已经很信任了，做起来成功的机会也就大了很多，也许这些了解都会成为工作中的默契；第三式就是引导并掌握需求。有需求用户才需要你的产品，你要准确把握真正用户内在本质的需求，并通过此需求带动并产生其它的销售机会，林佳玲作为市场总监就是把客户的需求转化为了商务谈判的一个优势，她对客户需求的把握已经淋漓尽致，使得很多客户反响剧烈。

就如一个老太太去买李子，如果你没进行很好的需求确认，你就不知道老太太是需要买酸的李子给媳妇吃，更深层次的需求就是老太太为了以后孙子的健康，需要给媳妇补充维生素，这样就你能够带动其它的销售机会，卖维生素含量高的水果给老太太；第四式是竞争策略，简单的说就是发扬你的优点。此刻这个社会同质化的产品太多，竞争策略大体上就是产品性能，技术指标，价格，服务之间的竞争。抓住客户的需求心理并与你的产品优点结合，能够到达事半功倍；第五式赢取承诺，与客户进行妥协和交换，我们做业务和做人一样不能永远保证每个人都喜爱你，当威胁到对手或者危及到一些人的个人利益的时候，便很难于所有人站在统一的战线上，所以如何赢得大部分人的支持和赞同，使他们为你办事，以到达最终赢得合同；第六式跟进服务，这是十分关键的一步，在故事中周锐说过：“收不回款的客户还不如生意不做”，进行客户的反馈并进行回收款往往成为衡量客户满意度的一个标准，这是我们在日常工作中值得检讨的地方。周锐在担任捷科中国区总经理一年后辞了职。很少有人具有这种魄力，在刚到达事业顶峰就放下事业回归生活，这像极了金庸《笑傲江湖》里的风清扬。

小说中的绝世高人在看破江湖后，就会金盆洗手归隐山林，于是就有了传奇。骆伽差点成了传奇，可惜她走错了一步，

为了达成目标不惜一切，最终也毁了她。正如小说中已达颠峰的武林高手，为了称霸武林练就绝世神功而走火入魔。方威对感情和事业的执着，横冲直撞的性格都令人钦佩不已，而和国务院总理交换名片一幕则让人忍俊不禁。他不愧为销售天才，遇强则强。遇上了骆伽这样一等高的高手更激发了他心中的斗志。有时候成功就差那么一小步，方威在项目已经要跟对手签定的最终时候，始终不放下。但让我疑惑的是，对自己的真爱快要步入的婚姻殿堂的时候，方威反而放下了，那不是违背他的意愿吗？方威这个销售天才的举动有时未免让人百思不得其解，好不容易争取来的感情竟然放下，为了感情愿意放下事业的初衷，和之后利用赵颖，利用赵颖拒绝他感到惭愧的情绪向赵颖索要证据的欺骗行为我觉得也是不可取的，谎言不可怕，可怕的有时候是以善意地谎言为名。小说结束时，周锐怀念骆伽所说的话。

文中两人的初次碰面：十个厂家的近百位代表密密麻麻地挤在会议室。捷科公司的团队都穿着正装，坐在会议室中间不起眼的地方。方威刚从上海过来，几乎一个人都不认识，却东张西望寻找着骆伽。自从来到北京，他已经感受到了这个高手中的高手的魔力，当他提到骆伽主持这个项目的时候，工程师们居然吓得要当场放下，大家将她说得神乎其神。会议室里没有她的身影，方威的目光又转向大门，看着陆续进来的厂家代表，最终最终等到了骆伽，她的淡定轻盈的出现增加了这个高手的神秘感。方威见过骆伽的照片，留在他脑海中的是她的高尔夫球场上的装束和形象，并将她的形象和那辆宝马x5连接在一起，动感，线条优美，有冲击力。这天方威看到的却是另外一个骆伽，优雅的西服和西裤掩盖了身体的曲线，步伐轻柔，难道她竟然已经修炼到能够改变自己气质的程度？方威不由得想到了《聊斋》中美丽的狐仙。方威紧盯着骆伽，发现她也在四处看着，然后和身边的同事打个招呼，朝自己方向走来。方威看着她越走越近，心里不停地打鼓：她是不是在高尔夫球场见到我了？方威从不害怕和别人对视，仍然昂头直视骆伽，心里却已经虚了。赵颖和骆伽谁更漂亮一些呢？方威发现自己在胡思乱想。真正的高手

不在于自己说的多高多神，而是在于对手多强，方威的惊人表现和同总理见面时候的发挥都给这个人物以圆而不滑的感觉。

输赢读后感经典三句话篇四

这读了《输赢》这本书，读着读着，我不知不觉被这本书深深地吸引了。一部不足两百页的作品，却能让很多企业一读再读。我从书中描写的销售中所注重的能力和手段、原则与变通，进入了商业战场生活。本书可以说是销售们的知音，这是多少销售向往的达到的境界呀。《输赢》的确是本销售培训的精彩商战小说，《输赢》让我学到很多销售技巧，正如介绍所言“个人和团队、能力和手段、原则与变通、交易与规则都得到了最鲜活的展示”。

小说以两大跨国企业决战中国市场为背景，生动讲述了双方销售高手争夺银行超级订单、冲刺销售目标的故事。以超级订单的招投标为主线，职场斗争、团队建设、销售对决、业务公关、情感纠葛等情节精彩纷呈、深刻、真实地描绘了销售人员的悲欢荣辱。所有故事集中发生在一个季度13周内。本书论情节悬念迭起，扣人心弦！培训价值则是这部小说有别于普通商战小说的标志。作为资深销售专家，作者赋了小说极强的真实感——故事本身就是一个完整的销售经典案例，所描绘的大量销售实战情境完全贴合现实、亲切、真实、可信。

本书给我留下印象最深刻的应当是周锐的销售绝招“催龙六式”，周锐的“催龙六式”对于大客户销售的应用及典型案例的穿插非常精彩。“催龙六式”：

一、也就是销售人员最常面对的，存在一个项目，做销售的第一步要怎么做，不少的销售人员会直接冲锋陷阵，结果战死沙场。兵家有云：知己知彼方可百战不殆，这就是周锐的天龙六式的第一式收集和分析资料并发展内线。

二、就是建立关系，并发展关系。客户关注产品，同时也关注彼此之间的关系与利益。这就是为什么做业务的人很多人都是拿亲戚、朋友先下手，因为彼此之间已经很信任了，做起来成功的机会也就大了很多。

三、就是引导并掌握需求。有需求用户才需要你的产品，你要准确把握真正用户内在本质的需求，并通过此需求带动并产生其它的销售机会。

四、是竞争策略，现在这个社会同质化的产品太多，竞争策略大体上就是产品性能，价格，服务之间的竞争。抓住客户的需求心理并与你的产品优点结合，可以达到事半功倍。

五、赢取承诺，与客户进行妥协和交换，以达到最后赢得合同的。

六、跟进服务，进行客户的反馈并进行回收款。

此外，还有书中这段精彩对话给我留下了深刻印象：

“当我不再为输而痛苦，不再为赢而快乐的时候，我就可以从此超越输赢，就会拥有真正想要的人生，而不是被结果扭曲人生过程。我难以摆脱结果，但是可以控制对待结果的态度。这样就可以摆脱输赢的牵挂，专心领悟人生的过程了。”

输赢读后感经典三句话篇五

小说以两大跨国企业决战中国市场为背景，以超级定单的招投标为主线，职场斗争、团队建设、销售对决、业务公关、情感纠葛等情节精彩纷呈，深刻、真实地描绘了销售人员的悲欢荣辱。精彩的再现了在现代社会中从事大客户营销工作的精英们的心路历程，他们不择手段，为了赢取订单，可以舍弃一切，宁可不休息，为了不输给对手，宁愿做嗜血的豺

狼；他们巧妙布局，为了完成任务，坚忍不拔，永不放弃……但是即使他们赢了，他们也付出了很多的.东西，而付出的这些与他们所得到的，那个又更会是他们正真内心想要的呢！所以说他们是真的赢了吗？鱼与熊掌不能兼得，我们都知道舍鱼而取熊掌者也，那么我们现在取的是鱼还是熊掌呢！

什么是天堂，什么又是地域，有人曾经做过一项调查，结果有一般以上的人认为物质条件好，就是天堂，否则就是地域，那么真的是物质好的就是天堂，物质不好的就好似地域吗？那快乐呢！幸福呢！自由呢！天堂和地狱的区别到底是什么？我很喜欢书中引子里老人与狗寻找天堂和地域的故事，他给了最求名利的人当头一棒，真正的净土，真正的天堂，是不是应该是自由自在，问心无愧，重情重义呢！佛家说空就是色，色就是空，我很认同这个观点，我认为只要我们做到自由自在，问心无愧，重情重义，那么天堂讲无处不在。

其实争取订单没有错，关键是看争取订单的心态和方法啦！小说中一些理念还是值得我们学习的，一些例子也非常的经典。让我们知道了摧龙六式的经营理念，其实只要用良心去用这个方法，还是一个很不错的经营理念，第一式：收集资料，第二式：建立关系，第三式：挖掘需求，第四式：竞争策略。第五式：赢取承诺。第六式：跟进服务。其实我党的一个团队的领导和团结很重要。领导的管理直接会影响一个公司的存亡，领导这的能力真的很重要。只有透其所需，才会有好的收入与价格。知己知彼方能百战百胜，我们应该学习周锐对下属的关爱，关心团队每个人的工作及生活，把他们当作自己的朋友看待，同时他也赢得了绝大多数下属对他的支持，以言传身教的方式帮助自己的团队成员成长，将自己的经验毫无保留的传授给下属。永不放弃的执着精神尤其让人钦佩。，可以说在逆境中生存的能里真的很强。

销售其实是一门很深的学问，回到一开始，鱼与熊掌不能兼得，舍鱼而取熊掌者也的问题，我认为只要我们能放开输赢，

不为输而痛苦，不为赢而快乐，用良心去做事，这样就可以摆脱输赢的牵挂，走出输赢的坟墓，因为任何事情只要尽力就好，这样我们就会多了很多的快乐，很多了幸福，少了许多失去，可以说我们就做到了舍鱼而取熊掌者也。那么输与赢呢！在回到输与赢的问题上来，什么是输？什么是赢？世界上有真的赢，真的输吗？那么输与赢之间的界限有是什么？标准呢！输了就不会有幸福吗？赢了就是快乐吗？输和赢真的那么重要吗？有人的赢是无止境地追求没有温度的金钱；有人的赢是拥有一份简单而属于自己的幸福……。有人赢了过程输了结果，有人赢了结果输了过程。不要再去在乎所谓的输与赢，他只是人们自己给自己上的一道枷锁。

输赢读后感经典三句话篇六

首先很感谢华总推荐给我《输赢》这本书来读，花了两天的时间，度过无聊的周末的同时可以学习一些知识，最后把游戏都戒了，就是为了保护眼睛不要超负荷。但是看完后眼睛还是有点累。

一. 作者是借营销题材来抨击社会的腐败现状的。营销人员接触社会各个层面的人，更能反应社会的真实性与残酷性。作者把自己塑造成一个靠团队能力和自己的能力结合起来，去争取每一个客户和项目，即使面对失败，也不触碰自己的原则底线-不行贿。这是难能可贵的，我相信大多数的营销人员是做不到的，哪怕是各个领域金牌的销售员。

做为销售员是没有权利对国家的腐败现象评头论足的，因为很大一部分都是销售人员把这种现象先引导出来的，就像商业贿赂和吃喝玩乐的腐败现象。就像我们家长都给老师送礼，却又非常讨厌这一做法，但是为了不让孩子在学校吃亏，只能这样做了。所以只有坚持了自己原则的才是比较可贵的。我们不能对腐败现象评头论足，却可以找到结点是我们官员的选拔政策，正因为我们民主制度的不完善，才出现的这么多怪现象，文中提到我国公车每年的费用是3000亿，远超教

育和军费的开支，不知道是不是准确，但是可以明确的是纳税人的钱养了一帮大老爷整天作威作福。由这可以联想到美国加州的政府都会破产，想想政府会破产吗？没钱的话多弄几个税名就可以增加不知道多少收入，变成“万万税”还能愁没有钱呢？可是人家宁可政府破产也不能再增加纳税人的负担。我们看到过我们的政府办公楼和学校的对比，也看到过国外的办公楼和学校的对比，正好是相反的。美国出台了政策美国的公司在任何国家都不允许行贿，但是到了中国就得入乡随俗了，看来习惯真不是个好东西，做的次数多了，坏事也被认为正常了。所以中国的法律对受贿还设定了一个门槛值。我们小时候学的课本告诉我们资本主义、帝国主义是多么不是东西，但是随着年领和阅历的增长发现还有比不是东西的东西更不是东西的。

二、办公室的政治

国内任何公司都难逃内部的斗争，这和我们祖先的习惯密不可分，中国5000年的历史就是5000年的斗争史，从夏商周到元明清再到今天的社会。向来都是内斗内行外斗外行，因为垄断习惯了，对付愚民有的是办法，对付国外的资本家就显得捉襟见肘了，所以在最后抵挡不住外恶势力的入侵时，很多人就见风使舵，造成了当汉奸也要排队的怪像。

又联想到文中提到的《亮剑》这部电视剧，这本来是小说改成的电视剧，我们平常看到的电视剧只是小说的一半不到，但是艺术也是为政治服务的，所以我们只看到了他们在战场上英勇战斗的一面，这也是教育我们在以后为国家战斗的时候要不怕牺牲，但是后面悲惨的内容是我们没有看到的，丁伟这个原型生活中是有的，因为说了几句支持彭德怀的话最后被打入大牢，赵钢和妻子双双自杀，李云龙在战场上那样的汉子把最后一颗子弹留给了自己。电视剧为什么不演后面的部分，我估计是看了以后战场上再冲锋的时候会不会想自己万一客气他乡，骨灰是不是能还乡，如果受伤没有死会不会变成一个挂满勋章却撑着拐杖到外面只要饭不要钱的真

正的要饭的。再联想到我们的实际营销生活，自己在外冲锋陷阵，不惧怕艰辛，但是公司内部却因为利益和权力争的你死我活，完全比一线战场还要热闹，这让一线的人员自叹不如。但是终究相信斜不压正，哪怕是乌云盖日，也只能是一时的，因为太阳的寿命要比云雨的寿命长的太长。自然的法则谁能规避呢。由此引发第三联想。

三、工作是生活的一部分

我们年青的时候拼死拼活的挣些钱，有时候是泯灭着自己的道义与良心挣来的，即使花着能开心吗？如果是真的开心就不会有泯灭了，但是为了什么，我们追求的是什么？有人看人家房子多就觉的了不起，有房子不一定有家，钱再多，也不一定幸福。这是我们实际能看到的，现在的生活温饱不是问题，还想要更多的什么？什么能够满足呢，真的做到了你会觉的快乐吗？据说现在评价富翁的标准变了，不是有游艇有别墅，而是最起码的私人飞机了，现在城市道路这么堵，富翁都堵在路上真的不是很拉风。所以请尽量的孝敬老人，别等到子欲教而亲不待的地步就会变成永远的遗憾，对于孩子永远不要放弃对他的教育，这是做父母的天职，对于老公老婆原配的还是最好不要轻易的去拆散，谈恋爱也要有个负责任的态度，毕竟毛主席都说过“不以结婚为目的恋爱都是耍流氓”，刻骨铭心的爱只有一次，两次的知道世界上还有超人。书中的这句话最为经典“人生只是一个过程，结果没有作何意义”这是人家在生命的一瞬间才明白的一个道理，却被我们无偿使用，的确生不带来死不带去，给子孙留下再多的钱有什么意义呢，即使你索取的再多，你最终带走的至多是一副沉重的空壳，对你升入天堂来说还会增加油耗。如果人的一生是奉献的，他的所作所为是不会因为身体的消失而淡去，而是一种精神尤在，亦可以影响下一批的人。

四、最后才是销售技巧上的学习

诚然我进入销售的年头不多，业绩也不出色，从这本书中收

获的还不少，以下是书中总结的崔龙7式，也就是成功销售的六个步骤，加上自己的内功。觉的很贴切。

a □收集情报，最有力的手法是抓俘虏发展内线，去了解，个人资料中的爱好、家庭情况、饮食习惯、行程等。

b □分析客户的组组织结构、职能以及在采购中扮演的角色，从中找到入手的线索。

c□挖掘需求，老太太买李子的故事，有酸的、有甜的、还有顺带把猕猴桃也卖了。

d□竞争策略，一个穷经济学老师打败众多富家子弟取了一位美貌的主持人的故事。一个橙子分给两个女儿，一个吃肉一个做面膜。

e□谈判是双方妥协和交换并达成一致的过程。价格的决定因素是需求，一瓶矿泉水在超市、火车和沙漠中的价格。价格与产品没有太大的关系，看他所处的形势。

f□客户体验，这对于促进研发，回款，以及用客户的推荐来发展新的客户。

g□内功，中国武术中再漂亮的花拳绣腿没有内功基础杀伤力一般都不大。内功是最难练的，包括了解最近的时事，科技动向，国家命脉等。在投标中有二次投标的，虚晃一枪的优劣很明显，可以骗过别的人眼睛，但是容易被先入为主的思想占主导。

二、销售内部

销售业绩按季度考核，按年的周期太长了。一旦有问题发现就晚了。做单要坚持不懈，不到最后，决不放弃最后一丝希望。

我以前看书不爱总结，现在发现没有总结，读过了就没有印象了，昨天就拼命的回忆上次读过的书的内容，结果搜遍了整个大脑都没有找出一点滴的印象。如果像这样一总结，这本书就是刻在脑子里了。

输赢读后感经典三句话篇七

小说以两大跨国企业决战中国市场为背景，以超级定单的招投标为主线，职场斗争、团队建设、销售对决、业务公关、情感纠葛等情节精彩纷呈，深刻、真实地描绘了销售人员的悲欢荣辱。精彩的再现了在现代社会中从事大客户营销工作的精英们的心路历程，他们不择手段，为了赢取订单，能够舍弃一切，宁可不休息，为了不输给对手，宁愿做嗜血的豺狼；他们巧妙布局，为了完成任务，坚忍不拔，永不放下……但是即使他们赢了，他们也付出了很多的东西，而付出的这些与他们所得到的，那个又更会是他们正真内心想要的呢！因此说他们是真的赢了吗？鱼与熊掌不能兼得，我们都知道舍鱼而取熊掌者也，那么我们此刻取的是鱼还是熊掌呢！

什么是天堂，什么又是地域，有人以前做过一项调查，结果有一般以上的人认为物质条件好，就是天堂，否则就是地域，那么真的是物质好的就是天堂，物质不好的就好似地域吗？那快乐呢！幸福呢！自由呢！天堂和地狱的区别到底是什么？我很喜爱书中引子里老人与狗寻找天堂和地域的故事，他给了最求名利的人当头一棒，真正的净土，真正的天堂，是不是就应是自由自在，问心无愧，重情重义呢！佛家说空就是色，色就是空，我很认同这个观点，我认为只要我们做到自由自在，问心无愧，重情重义，那么天堂讲无处不在。

其实争取订单没有错，关键是看争取订单的心态和方法啦！小说中一些理念还是值得我们学习的，一些例子也十分的经典。让我们知道了摧龙六式的经营理念，其实只要用良心去用这个方法，还是一个很不错的经营理念，第一式：收集资料，第二式：建立关联，第三式：挖掘需求，第四式：竞争策略。第五

式:赢取承诺。第六式:跟进服务。其实我觉的一个团队的领导和团结很重要。领导的管理直接会影响一个公司的存亡，领导这的潜质真的很重要。只有透其所需，才会有好的收入与价格。知己知彼方能百战百胜，我们就应学习周锐对下属的关爱，关心团队每个人的工作及生活，把他们当作自己的朋友看待，同时他也赢得了绝大多数下属对他的'支持，以言传身教的方式帮忙自己的团队成员成长，将自己的经验毫无保留的传授给下属。永不放下的执着精神尤其让人钦佩。，能够说在逆境中生存的能里真的很强。

销售其实是一门很深的学问，回到一开始，鱼与熊掌不能兼得，舍鱼而取熊掌者也的问题，我认为只要我们能放开输赢，不为输而痛苦，不为赢而快乐，用良心去做事，这样就能够摆脱输赢的牵挂，走出输赢的坟墓，正因任何事情只要尽力就好，这样我们就会多了很多的快乐，很多了幸福，少了许多失去，能够说我们就做到了舍鱼而取熊掌者也。那么输与赢呢!在回到输与赢的问题上来，什么是输？什么是赢？世界上有真的赢，真的输吗？那么输与赢之间的界限有是什么？标准呢!输了就不会有幸福吗？赢了就是快乐吗？输和赢真的那么重要吗？有人的赢是无止境地追求没有温度的金钱;有人的赢是拥有一份简单而属于自己的幸福……。有人赢了过程输了结果，有人赢了结果输了过程。不好再去在乎所谓的输与赢，他只是人们自己给自己上的一道枷锁。