




# 冒充云销售的懒虫和毒虫们

原创

云计算  于 2022-01-27 23:04:18 发布  253  收藏

文章标签: [scrum](#) [makefile](#) [j2ee](#) [bluetooth](#) [r语言](#)

版权声明: 本文为博主原创文章, 遵循 [CC 4.0 BY-SA](#) 版权协议, 转载请附上原文出处链接和本声明。

本文链接: [https://blog.csdn.net/weixin\\_48558260/article/details/122725933](https://blog.csdn.net/weixin_48558260/article/details/122725933)

版权

章节目录

0. 前言

1. 云销售的分类

2. 毒虫懒虫混的很爽

3. 底薪的诱惑和Easy

4. 对领导的套路-拖

5. 对客户的套路-骗

6. 对同事的套路-毒

7. 破解这些混底薪套路

附1. 销售如何变现客户关系

附2. 毒虫销售诱骗客户实例

附3. 毒虫反咬介绍人

附4. 我的一篇经典旧文

---

0

前言

我一直很尊重、珍惜和配合优秀的云计算销售, 因为他们能签单, 能让公司和同事都实现价值。我在本公众号上写了一大堆文章, 研究怎么配合好销售。

活久了见的多了, 我也逐渐尊重、珍惜和配合普通销售, 因为“不那么折腾”确实是在夸他们, 至少他们不会咬人和坏事; 但有两类拟态销售在坑人和坏事。

动物界有两种“拟态”, 一种是把自己拟态成树叶树枝等保护色, 一种是无毒无害动物拟态成危险的毒蛇猛兽和警戒色。

本文文字和配图都是解释总结, 部分心智坚定但脑力残障良知残缺的人士, 冒充云计算销售以混底薪为目的的脏套路。



蝴蝶似枯叶,毛虫会装蛇(动物拟态)



兰花螳螂,它们的步肢...



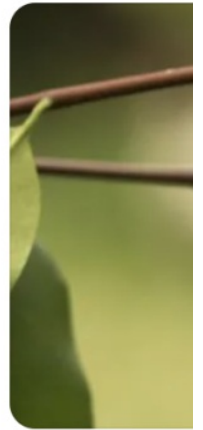
最美的拟态——兰花螳螂



象鹰蛾毛虫在受到威胁时,会拟态成蛇...



兰花螳螂,它们的步肢演化出类似花瓣的...



这五种鳞翅目

## 01

### 云销售的分类分析

云计算销售根据能力和目的,大致分为四类:

比例	能力概述	分类名称	能力详解
10%	凭实力签单	精英销售	有信心、有信息、有信任。
30%	凭努力跟单	常规销售	为签单一直在努力,为丢单能焦躁上火。
30%	只负责签单 商务客服	懒虫销售	心态健康的寄生虫,只有合同签字工作是甩不出去的,其他的工作都尽量不做。
30%	只负责坑人 职场黑手	毒虫销售	心狠手黑以邻为壑的养蛊毒虫,从同事到客户到老板挨个咬一遍。

对于凭努力签单的常规销售,在文末附录1,我还准备了关于客户关系的小建议。



## 02

### 毒虫懒虫混的很爽

我一直说云计算行业还是发展的太顺了，撒大网赌概率的性价比挺高的：

这些懒虫和毒虫销售签单就赌的运气，但是在行业发展顺利时，它们的业绩和常规销售毫无区别，甚至能凭借数量优势排挤精英销售。

好多云计算用户饱含着无奈和怒火给它们送提成送业绩；甚至客户都没想到，这些善意和无奈，会被这些毒虫懒虫用于欺负同事。

前段时间我发了个《友商滤食生活丢单分析》的案例，那个销售的所有言论都是在向同事和领导甩锅挖坑，客户的问题也没得到解决，但是他半年的底薪绝对能拿到手。

占比高达60%的懒虫毒虫并不是销售，而是寄生虫和管理失控。

它们并不热爱销售工作，一旦抓住平薪加薪转岗的机会，跑的可开心了。

它们眼前恰好有个撑死胆大饿死胆小的岗位，应聘一下混混运气，面试失败又不用赔钱。

它们利用了云销售管理的缺陷，就是一帮打着销售旗号的职场寄生虫。



### 03

#### 底薪的诱惑和Easy

大部分云销售的底薪30万以上，他们的底薪比下列劳动者都高。

常规学历、常规能力、常规履历的普通程序员，挣得没它们多。

名校毕业天天加班的非销售非技术线员工，挣得没它们多。

外卖或快递小哥，7\*24小时送货过劳死，挣得没它们多。

一般严重的出卖尊严、肉体 and 灵魂，挣得也真没它们多。

要正式坐牢但没恶劣到要判无期的犯罪，挣得还没它们多。

读者们如有疑虑，可以面试几个云销售，对方会谦逊得体但眼神闪烁的说：

现在月薪是三万五，贵司这么有诚意有前景，给我四万二就行。

如果我业绩不达标，每年两百亿的业绩提成和奖金我就不要了。

80%的概率可以提供薪资流水和纳税证明。

从2015年云计算火起来才7年时间，行业内能混底薪的toB公司可不止7家。这些懒虫毒虫销售混下去底薪的概率还是挺高的，我来解释一下。

0-3个月，98%幸存-幸福喜乐安康，喜欢晒园区、食堂和健身房。

4-6个月，90%幸存-工作很忙来表演，签单周期长来拖延。

7-9个月，80%幸存-给售前和产品泼脏水、找老板要贴钱卖货。

10-12个月，50%幸存-靠运气签单，靠其他销售也不签单来隐藏自己，靠团队没招到接替人混运气；20%进PIP-但PIP也发三个月底薪。

入职一年半，40%幸存-靠运气签单，靠换了新销售领导幸存；10%进PIP混三个月底薪；5%和公司打官司要补偿。

入职两年，25%苟活幸存，要不到认可资源但也没被辞退；5%高升当领导；5%转岗到非销售部门。

它们不会拒绝送到嘴边的订单，但也不会把优渥的生活寄托于运气，它们的全部精力都是如何利用职场规则混底薪。

我下文举的套路都和常规的销售套路、常规的职场争斗没关系，我们只是讨论它们如何以生存为目标，如何混到销售底薪。



## 04

### 对领导的套路-拖

直属领导肯定会盯着毒虫懒虫销售的业绩问题，它们的经验心得主要是“拖”。

#### 守株待兔划地盘

它们名下客户越多，那好运概率就越大；如果客户被领导划归他人，那可以和领导唠叨一周到一个月。

#### 祸水外引转移矛盾

如果能让两个销售部之间、或者销售其他部门发生冲突，它们的领导为了解决外部矛盾会缓和和掩饰内部问题。

#### 申请异常折扣和资源

这些动作都要领导思考、跨部门开会去特批的。在它们眼里，领导和同事的时间就是给自己混底薪用的——特批不下来正好保住一个谎言，特批后能落单运气也挺好。

#### 常规拖时间

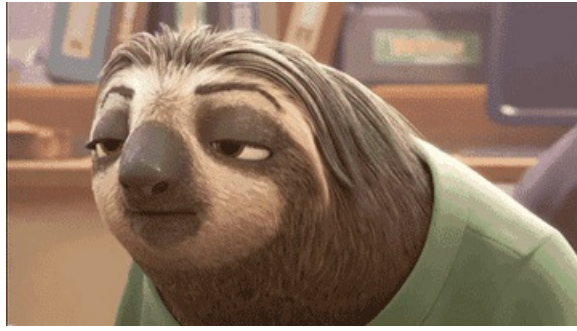
就是每天都有新意外，无论是约见客户、推动测试、了解需求、签订合同、了解内情都会有意外延期，但是频繁的Delay就是没有任何代价。

#### 反咬销售主管

大部分懒虫毒虫并不是直属领导的嫡系，就是社招过来碰运气的；所以如果直属领导滚蛋，换个新领导也不错，大概率能继续混半年。

那些销售小猪们记住了，某些毒虫懒虫可是巴不得你们先滚蛋的。

这跟差生没写完暑假作业，就特别盼望开学更换老师一个道理。



---

## 05

### 对客户的套路-骗

懒虫毒虫眼里客户就是个免费骰子，凭本事晃出来的钱，凭什么要谢客户，为了免费掷骰子骗客户骗的好辛苦，它们为自己感动的都要哭出来了。

#### 讲故事、占坑位、拖黄项目

客户的真实需求，只是毒虫懒虫们跟公司讲故事的素材，出差拜访贵司是为了刷个航司酒店信用卡的会员积分，拖黄你家项目也和它们的底薪无关。

#### 自编自演规划公司战略

一个普通的云计算销售，怎么会有权限代表集团去谈战略合作？客户对自己的消费额和利润也要心里有数，太蠢太贪的受害者不值得同情。

#### 屏蔽和拖延向公司沟通

客户无论是为故障动怒，还是承诺的资源协调，它们都能犯懒，表面上笑嘻嘻的安抚客户，然后就没了.....

他们根本懒得思考推动协调公司内部，毕竟和同事吵架有职场风险，但唾面自干不耽误混底薪。

#### 诋毁领导和调侃公司

懒虫毒虫们为了证明自己懂得多，为了维持和客户的友谊，经常诋毁调侃自家领导同事。我只能劝客户们，这只是个无效和失焦的发泄，别忘了它们才是受益人。

#### 反噬投诉客户

这些毒虫同样会挑拨甲方各部门之间内斗，它们真会毒死客户。

本人亲见，2019年7月20日，在一个500人技术人交流群里，某个工程师随口说某高端大云总出故障不好用。很快此云的销售通过群友拿到截图，向甲方采购体系投诉，说泄露了商业机密，最终导致此工程师被辞退。

对于销售玩弄客户，我手头有个热乎乎的血淋淋例子，详情见文末的附录2。



## 06

### 对同事的套路-毒

懒虫毒虫们毒害同事的套路方法就很常见易懂了。

#### 耍猴来完善周报

它们并不在意需求的真实成功率，赌本是公司的，签单收益是自己的，干活的是同事，无论是会否成单都可以混时间。

它们经常闭着眼让售前“[出个方案](#)”，但产研售后、销管采购、法务战投，什么毛色的猴子它们都敢遛一遛。

#### 甩锅给售前和产品

签单失败是大概率事件，所以最常见甩锅给售前和产品。

我在《[公有云成本危机](#)》中说明了，在它们的努力下，售前变成了高薪滚刀肉岗位，产品经理支持项目都戴着防毒面具。

#### 开心迎接故障

我在《[友商的滤食生活](#)》中举了客户故障但销售不处理的例子，在前文5-c也提到了“屏蔽客户和公司的沟通”，我们很难理解一个正经销售会有这种动机。

但如果想透了它们就不是销售，而是懒笨坏到只想混底薪，那逻辑就很通畅了。

如果客户不出故障或者故障都妥善处理，那后续丢单了就不好甩锅啦。如果出了故障过三个月客户才会迁走，它们再跟内部争吵推诿三个月，至少可以混六月底薪。

#### 专耍诡异稀缺资源

如果各云的机房都聚集在北京，它们一定说客户需要阿富汗节点。

如果客户要定制CPU芯片，它们能逼采购去推动Intel和台积电。

如果屌丝客户想观摩一下高P高T的活体生物特征，它们一定会组织技术交流喝酒会。

客户的资源需求越诡异越好，这是对内耍猴的一部分，领导们特批和实施也能拖不少时间。

#### 毒害同事的介绍关系

云员工经常热心给销售介绍个人关系，好销售会抓住敲门砖去做业务，但懒虫一般会滥用介绍人的信誉去瞎承诺，连带影响介绍人的信誉。

更有毒虫为了抬高自己而贬低介绍人，给朋友抬轿子需要智商，给自己拍马屁脸皮厚就够了。

详情见文末样例3，技术总监王某被坑的故事。



## 07

### 破解这些混底薪的套路

现状依然如此，厂商要是给云销售降底薪，那只是为渊驱鱼，淘汰不了拟态寄生虫们但会婉拒好销售。

我们要破解这些懒虫毒虫的套路，大概有三个方向。

#### 7.1 用产品培训做筛选

懒虫和毒虫根本就是披着销售外壳的寄生虫，老派外企的销售方法论和销售流程培训越多，它们越能混吃混喝。云销售需要的是产品和方案培训，以及培训后的严苛考核。

我随手举例，你们身边的云销售，大都无法完成下列操作：

**申请虚机和LB，再配好安全组**

**解释如何做ICP备案**

**一般客户发技术支持工单都是哪些事**

**快速回答指定产品阶梯折扣策略**

对于签单能力一般的云销售，销售培训并不是给他们送福利送温暖，而是做智商和勤奋的筛选。

用培训考核做筛选，能把“凭努力跟单”的常规销售和懒虫销售、毒虫销售区分开来，懒虫会被累跑、毒虫也没心思学习。

对于签单业绩不错的云销售，产品培训只是福利而非考核，他们了解的产品越多，能挖掘的商机也就越多。

#### 7.2 保持和客户的直接沟通

有些销售会故意遮蔽客户沟通，让产研见不到客户，也不转发客户真实诉求。

有10%是防范同事乱说搅局，善意规避一切风险。

有10%是独占垄断客户关系，恶意阴谋但可以理解。

有80%的概率，纯粹是图省事混底薪和恶意秋后算账。

很多大云高管都感叹，大客户需要高管亲自跟进，换销售跟进就会丢单。

首先，你要保证自己换的是个销售，而非混底薪的毒虫懒虫。你们把客户当亲人，你会给亲人找个二流子当护工吗？



我在《[售后也是话事人](#)》中明确提出，售后是唯一能独立于销售的客户沟通管道，老派外企也一直很看重售后的沟通渠道。但为什么到了云计算公司，售后就变成了挨骂的客服图一乐？

产研团队如果招惹了客户，不要图省事等待客户忍耐，最差找售后确认客户已经熄火，最好能亲自给客户磕头道歉，这才叫防患于未然。以我在《[友商的滤食生活](#)》为例，文中销售懒惰和乱说导致了流失，但是流失发生后，产研就要为曾经的故障背锅。

### 7.3 根源在于销售猪倌

我没打错别字，很多销售主管就是销售猪倌，猪领导带不出来好团队。

我熟识多位顶尖销售主管，他们的智商和勤奋程度让我都自叹不如甘为绿叶；但是如《[技术人员为何不转销售](#)》中说的，大部分销售猪倌就是暴力管理加占山为王的小土匪头子。

一个销售在某项目上未签单，原因是是运气、能力、态度还是心怀叵测，识别和处理这些销售，这是销售主管的本职工作。

支撑部门也不是冷血动物，我们是被毒虫懒虫们坑怕了。如果销售主管心明眼亮，随着毒虫懒虫们淘汰出局，各个支撑部门一定会带着友善和热情去支援战友。



---

## 附录

文末样例

### 附录1. 销售如何变现客户关系

某个有理想有干劲的精神小伙做云计算销售，我也帮了他点小忙，但他因业绩不理想，没能变现客户关系而离职了。

他跟我解释的是：

和老板没关系、和产研没关系、和售前售后没关系，就是教育行业发展不好，过去积攒的客户业务都在萎缩，所以业绩不理想，很遗憾很羞愧就走了。

我跟他说的很清楚：

普通云销售做生意，哪有用自己的客户关系去开拓业绩的？都是公司给分几个大客户，然后拿着工资帮客户跟公司要折扣和预留。

你和老朋友们搞了多年关系，就是为了友商卖10块的产品你就要卖到15？这是杀肥羊，不是交朋友。

上述描述并非精致利己，而是这么个大云计算公司，你根本没资格代表公司和你的老朋友们做任何承诺；比如云平台出故障导致你朋友失业了，你能拿技术部门怎么样？

你应该跳槽去大客户销售部，这样能拿到优质客户和资源倾斜，以你的个人素质肯定能胜任工作，业绩不会不达标。

你应该和公司分配的大客户们秀肌肉，帮这个客户组个教育行业的会、帮那个客户招个教育背景的人，这才是变现你积累关系的好方法。

你要证明自己有客户关系，不一定是公司让利或者客户让利，而是客户和你保持顺畅沟通，信任你做出的各种承诺。

---

## 附录2 毒虫销售诱骗客户实例

我手头有个正在执行中的热乎例子：

某大云A销售部想要抢同一公司B销售部的生意。

它们跟客户的业务部门画大饼说有“集团流量扶持”；

它们跟自家领导画的大饼是“让客户技术部门签保底消费”；

它们挑逗客户业务部门去驱赶客户技术部门改签合同；

它们很谨慎很少发邮件，更拒绝抄送流量扶持部门同事和本人的主管；

如果它们的奸计得逞，客户技术部门绝对会被供应商当成毛驴使唤；

如果它们的诈骗失败，客户业务部门还是会骂技术部门搅黄了合作。

---

## 附录3 毒虫反咬介绍人

王某是某大厂技术总监，他用心结交了一个行业大佬。

某毒虫销售日常拍马屁让王某飘了，王某就把该毒虫介绍给了大佬做生意。但是毒虫销售为把自己B格抬高了一厘米，随口把王某的B格降低了一公里。

毒虫和客户大佬吹牛说：

“公司老板最大我第二，小王一般都很配合我的工作，你有啥事直接跟我说，我来替小王做这个主”。

王某意外得知此事，怒而声讨毒虫销售算什么东西，差点毁了自己技术精英的光辉形象。

但此举果然触发了“打狗也要看主人”的场景，销售总监抠着鼻屎笑脸保证，以后多跟客户说

“我们都觉得王总的技术不错也总是加班”。

王某当时只是觉得恶心，事后才发现字字阴损。

职场平级的销售总监，你有什么资格评定王某的技术不错？

销售主管不懂技术态度也浪荡，敷衍的夸赞更像哄孩子的挑衅。

普工加班是态度好，但“技术精英总加班”是在骂他技术差、故障多、缺人手、总背锅。

技术精英们给圈内大佬传递的形象，应该是成果斐然、自信悠闲、同事敬仰。

一个销售哪怕说“我们挺怕王总发怒的”，这对王某的形象都是实锤加分。

但是这俩货色的形象塑造和传递能力，也配当销售？

---

#### 参考4. 想起我一篇神文

你知道你们的忍耐敷衍，让他们把你们当白痴看待，当耍猴羞辱吗？

为什么某些人喜欢向客户和支撑岗位卖丑自黑，因为他们本质上没把你们当平等的人，而是当恩赐在耍猴猴子。

让你们骂两句既不触动薪水又不触动灵魂，看他们对猴子多高尚大方啊！

上述文字出自《[ta说为了公司为了客户](#)》，因为和云计算行业完全无关，我还用了个“too糙哥”这个笔名，再次给读者们推荐一下这篇经典旧文。