

2023年销售职业生涯规划(优秀5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。相信许多人会觉得范文很难写？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

销售职业生涯规划篇一

一、个人分析

自身的swot分析

优势因素[s]

多年的销售从业经验，加之学习品牌影响力及学习集团的行业实力，完全有信心。

弱势因素[w]

客场作战，对当地市场行情及消费习惯不了解，需要较长的时间去摸索熟悉。 机会因素[o]

挑战因素[t]

二、市场环境分析

随着学习经济的发展，运输、物流等行业得到快速提升，市民生活水平进一步提高，带动该市汽车行业突飞猛进的发展。截止2015年底，据相关部门统计估算的学习地区机动车拥有量已超过55万辆。近2年随着汽车消费需求激增，各品牌4s店林立，中低端市场竞争已进入白热化，而高端汽车消费却刚刚进入起步，处于摸索阶段，市场前景广阔。价值新的汽车

消费观念也正在发生变化，金融信贷、品牌消费意识，高端品牌将会有良好的发展机遇。

三、 职业分析

作，为企业带来利润，并不断地满足客户的各种需求。销售部门在公司整体营销工作中承担的核心工作是销售和服务。

销售经理的角色应该定位为企业销售政策的制定者、市场信息的发布者以及销售代表的业务辅导者。为了担当好上述角色，销售经理必须到市场一线中去。只有这样，销售经理才能深入了解市场情况和客户需求以及竞争对手的情况，从而制定适应市场发展、满足客户需求的销售政策和计划，并协同销售代表共同完成销售目标。主要工作责任如下：1) 负责销售队伍的稳定性及工作有效性建设、提升；2) 负责组织销售部对市场进行调研，把握市场动态；3) 负责制定公司总体销售目标，并对销售部销售任务完成情况负责；4) 负责销售渠道的拓展及市场占有率开发；5) 负责重要客户的开拓、沟通、管理及维护；6) 负责产品市场价格的调查及本公司产品价格的制定、执行；7) 负责营销策划方案的制定与执行。

四、 目标分解

短期目标：3-6个月内完全了解并熟悉及周边市场环境，制定出符合当地市场的各项营销策略及工作计划，在公司个部门配合下有效有序的完成厂家及公司全年的营业目标。

中期目标：1-2年内打造一支有超强战斗力的'销售精英团队，超额保质保量完成公司及厂家任务，挑战新高，成为市乃至地区高端汽车品牌的行业标杆和no.1

长期目标：将自己多年的行业经验与实践相结合，在日常工作中不断学习与提升自我，力争用4-6年提升到销售决策者高度。

五、 具体实施方案

要成为一个优秀销售管理者，需做到以下几点：

1) 组建销售团队，培养有效的销售队伍：并对下属的销售过程进行指导、支持、评价；监督销售人员的签单、收款等工作；制定销售部门相关的管理制度，对个区域的管理制度进行细化和完善，使其适用性和操作性更强。

出相应的市场策略，开发新客户，调整销售方式及渠道。

3) 根据市场情况、销售能力及对销售数据的统计和市场信息的反馈，制定公司总体的销售战略、计划、目标，并将目标细化到每个大的销售区域，并确保执行到位，且对销售过程进行指导、监督、调整，实现公司的市场拓展目标，建立并优化市场拓展业务体系。

4) 制定总体的销售额、市场覆盖率、市场占有率等各项评价指标；组织、领导、指导销售人员完成销售目标；协调、处理各类市场问题；汇总、协调花费需求计划，以及制定花费调配计划。组织、协调与产品相关的各项工作，涉及、建立于维护公司品牌的定位。

5) 规划、组织、推进客户服务，对重要客户进行开拓、沟通、管理，与客户维持良好的客户关系，保持客户的忠诚度；与其他部门协调，保证满足客户需求。

6) 了解市场行情，调查产品的市场价格定位，并对公司产品建立价格体系，建立滚利与市场活动相关的关系网络。

7) 根据公司的产品拓展方向，制定渠道策略，对各区域的销售提供服务支持。对销售费用进行年度、季度、月度预算，并根据预算控制销售费用的使用；根据不同时期所需的不同促销活动进行预算，并控制费用的使用。

8) 协调销售关系，调整销售区域的布局，选择经销商，控制经销商数量及质量；对销售进行分析，并提出推进计划；对销售合同进行审定与监控，组建和管理销售组织架构体系，加强市场建设。

六、 成功标准

按照预期规划，顺利完成每一阶段的人生目标，成为行业内的no.1□

七、 结束语

计划固然好，但更重要的，在于其具体实践并取得成效。通过这次职业生涯规划，我清楚的认识了自己，确立了自己的努力方向和职业定位，这样就可以使自己保持平稳和正常的心态，按照目标的理想有条不紊、循序渐进的努力。

引言：企业多你一个不多，少你一个不少。如果一个员工做到这种份上，不仅是企业的一种损失，更是自己的悲哀！不想重蹈这种覆辙，生涯规划那是必然的，只有找到了方向，在动力的支持下才能驶向更远方。俯首工作的那永远是孺子牛。

一、自我认识

1. 个人基本情况：个人所学专业为机械设计制造及其自动化，性格比较开朗，学习能力及接受新事物较强，不喜欢枯燥乏味，周而复始，度日如年的工作，倾向那种多劳多得，付出一份辛勤，总有一份收获的满足感。

2. 工作意向：目前工作岗位定位是以销售为主，技术为辅的销售工程师路线为准。工作目标的确定也显示出了自身存在的一些问题：我的性格给人的感觉是比较乐观的，不过肚子里有多少墨水只有自己知道，因为相关专业知识和工作经验

的缺乏，个人在处理事情和客户洽谈时缺乏自信心，自己讲述的东西有点浮夸，不能更好的取得客户的信任。

通过客观的认识，目前市场开发部的工作还是比较适合我的定位要求，也满足我的性格要求，真心的感谢公司可以给我这个平台发挥自己。

二、职业认知

1. 行业分析

泵在各种机械生产中发挥着举足轻重的作用。据相关人士调查全国60%的工业用电作用于泵，而我司的螺杆泵属于新兴企业，被重庆市和国家评为高新产品。综上所述螺杆泵相关产品前景还是比较乐观的。

2. 自我目标确定

a. 短期目标确立

起始时间：2015年8月至2015年1月31日

达到目标：步入销售岗位门槛，掌握业务流程技巧，独立完成公司业务流程，检验个人岗位目标是否正确。

b. 中期目标确立

起始时间：2015年2月15日至2015年2月

达到目标：成为一名合格的销售工程师，通过公司对新员工的业绩考核。

c. 长期目标确立

起始时间：2015年3月至2017年1月31日

达到目标：职务岗位升为销售工程师及片区销售经理，拥有个人的房屋首付款。

三、计划实施

1. 熟悉产品相关知识

螺杆泵属于容积式泵，泵包括电动机，减速器，螺杆，定子等主要机构部件，产品知识的掌握基本上可以从这几大方面体现：

d.螺杆和定子的运行原理，各种材料的选择以及所适用的工作介质及工况条件；

2. 掌握并灵活运用话术技巧

销售不是简单的一门学科，它更多的是一门艺术。销售简单的讲就是处理人际关系，与人打交道就要了解对方的风格习俗，熟话说一方水土养一方人，不同的地域，不同的文化，这就会产生很多尴尬的局面。话术技巧的灵活运用不只是对自己负责，更是对客户负责，能更好更快捷的博取对方的信任，争取双方利益的最大化。

3. 掌握营销的基本思路并加以实施

纸上谈兵终觉浅 绝知此事要躬行。销售工程师的排定主要的还是销售在前，工程师在后。懂得再多，不敢讲，不会讲都不能成为一名销售人士，要勇于展现自己的知识，来博取对方的信任。机会是给有准备的人，销售前的准备工作是必须的，一项合理的方案实施，才是新销售人员需要迈出的第一步。营销的思路不能仅限于买卖产品，更多的应该是建立关系，成为工作上的朋友及伙伴。这也正是我目前所欠缺的一

面。

四、结束语

通过以上分析，我发现自己未来两个月以及往后的三年，我所欠缺的东西还很多，所需要学习的方面还有很多。困难和挫折是肯定会有的，但我相信一份付出总会有一份收获，我相信通过个人的努力一定能够实现预期的目标。人无远虑必有近忧，十年太远，三年的目标更能检验个人的方向。最后再次由衷的感谢公司给我这个机会，来展示自己。谢谢！

规划人：***** 2015年12月13日

销售职业生涯规划篇二

销售人员的职业生涯规划指导。

销售职业规划：

一、首先问自己为什么选择做销售？

销售人员选择销售行业一般是出于以下三个原因：

1、企业高层大多数都来源于销售人员。

如果是出于这个原因，则可以往销售管理方向发展。从单行业成功的销售经验发展出销售管理经验、行销策略经验或者是跨行业成功销售经验。

2、从事销售是实现创业的很好途径。

3、即使你不想从事高层，或自己创业，你所具备的销售技能依然可以让你的工作、家庭生活事半功倍。

二、销售人员的职业规划内容

清楚自己为什么选择销售行业以后，就明确了自己的职业生涯规划起点。接下来就是正式的开始进行自己的职业生涯规划。

一份完整的职业规划包括十个方面的内容□a.题目及时间坐标;b.职业方向和总体目标;c.社会环境、职业环境分析;d.行业分析、企业分析;e.角色(贵人)及其建议;f.目标分解、选择、组合;g.明确成功标准;h.自身条件及潜能测评结果;i.差距分析;j.缩小差距的方法及实施方案。

1、题目及时间坐标

在职业生涯规划题目及时间坐标项目中，需要表达四个方面的内容：规划者姓名、规划年限、起止日期、年龄跨度。

写明规划者的姓名，目的是强调规划者的主宰心态。销售人员应该掌握自己的职业生涯命运，因此要在这里写上自己姓名，也是给自己的一份心理合同。

写明规划年限，目的是要分清是阶段性还是终生性职业生涯规划，比如五年、十年或终生职业生涯规划。需要强调的是，终生性是指职业生涯的终点，而不是人生的终点。在这里还要写明开始日期和终止日期，开始日期要详细到年、月、日，终止日期到年就可以了。

我们建议第一次写职业生涯规划的人，并不需要做长期的规划，特别是处于职业生涯初期的年轻人，可以从二年或三年的职业生涯规划开始。需要注意的是，写职业生涯规划的最短时间段是一年。一年以内的事情，可以在职业生涯现状分析中解决。

最后，要写明在本规划周期内，你的年龄跨度是多少，比如

从27岁到31岁。目的是提醒自己，人生生命周期是单向性的，不可逆转的，强调时间的紧迫性。例如，一个叫王小东的销售经理，今年31岁，准备制定一个从4月9日至的两年职业生涯规划，这份职业生涯规划的题目及时间座标就是：王小东两年职业规划；204月9日~20；31~33岁。

2、职业方向和总体目标

职业方向指的是对职业的选择，比如销售管理人员、企业管理人员、律师、教授、医生等。职业方向的选择反映了规划者的职业生涯动机或主观愿望。

为什么一定要选择职业方向呢？因为新生活是从选定方向开始的。

我们每个销售人员在自己的职业生涯中有没有转圈子的感觉呢？我们的职业方向是销售员、销售管理人员、市场策划人员、或者是其他的方向？无数事实证明：真正有意义的人生往往是在确定职业方向、确定自己目标那一天才开始的。

3、社会环境、职业环境分析

每个人都生活在一定的社会氛围里，无论这种氛围是温馨还是恶劣，都要自然的去面对。外部的环境分析要做好以下几个方面的思考：家庭背景、经济状况以及发展环境等。比如确定你在哪个地区就业，是在北京就业还是广东就业还是海南。

地域环境不一样，经济水平不一样，当地的文化环境也是不一样的，人才的储备、适用、竞争也是不一样的。

4、行业分析、企业分析

这一块包括以下三方面的内容：

第二、对一个组织，一个单位一个公司进行分析，因为每一个公司跟另外一个公司肯定有不一样的。

第三、分析一个岗位，天底下的任何一个工作岗位都有一些最基本的要求，比如讲你的敬业精神，比如说遵守纪律，语言的表达能力，团队的精神这都是共同的，但是有的岗位一定要有特殊的要求，比如说专业技能。比如市场拓展能力、营销方案制定等。

销售职业生涯规划篇三

销售可以说是最广泛、最具有挑战性的职业，在市场高度开放的时代，没有哪家企业敢说我不需要销售人员，从某种程度上说，销售队伍的生命力决定了企业的生命力。当然也有很特殊的情况，比如一些刚起步的小企业可能就没有专职销售和市场人员，因为老板本身就担当了销售人员的角色。

对年轻人而言，销售或许是最可能在短时间内获得成功的职业。销售人员作为企业员工中相对独立的一个群体，和财务人员、研发人员、生产人员、技术人员等岗位相比，销售工作的平均岗位进入壁垒较低。从事其他工作的人员——无论是从事技术性工作或服务人员，只要身体健康，年龄适当，都有可能转到销售岗位上，较低的岗位进入壁垒，使销售成为很多人的就业切入点。由于销售是一个实践性非常强的职业，大家全凭业绩说话，而且业绩也比较容易衡量，所以除了一些特别专业的技术销售职位外，大多数销售岗位对学历要求并不是很高。

力资源经理相比，销售总监、销售经理的收入普遍会高出一截。

信息，进行智慧加工，最终起到为高层决策扮演战略顾问角色的作用。从具体的发展途经，又有如下几个方向：上行流

动：如果有在大公司或集团的分支机构、片区或分公司做销售的经历，当积累一定的经验后，优秀的销售人才可以选择合适的机会，上行流动发展，到更上一级的或公司总部做销售部门工作，或者可以带领更大的销售团队、管理大区市场。在处于成长期的快速消费品行业，许多销售人员都是通过上行流动而闯出自己职业发展的新天地。

下行流动：如果在公司总部销售部门工作当积累一定的经验后，可以根据市场发展的规模和速度，选择合适的机会，下行流动发展，到下一级或多级的分支机构去工作，通常是带销售团队、管理省/大区市场，或是要到某个细分市场开辟新的业务。这样的销售人员，可以将在总公司的先进的销售管理理念和操作手段和实际的市场结合，在继续锻炼一定时间后往往成为许多企业的未来领军人物或高级经理人。

横向跳槽：优秀的销售人员往往是公司的骨干，可直接为公司带来营业收入和现金流，但如果公司的薪酬福利或绩效考核政策不能有效地激励他们，那么他们转行或跳槽就在所难免。从组织的角度来看，许多公司都不惜重金从竞争对手将一些优秀的销售人才挖走。从个人的角度来看，水往低处流，人往高处走。只要没有违反职业道德、劳动合同的相关条款规定和相关法律规定，销售人员在发展到一定程度后换一个环境和空间都是一条不错的路子。

方向二、转向管理岗位

《销售人员的'职业生涯规划书'》全文内容当前网页未完全显示，剩余内容请访问下一页查看。

销售职业生涯规划篇四

（一）职业生涯规划和管理的基本概念

(二) 职业生涯规划和管理的基本内容

(三) 职业生涯规划和管理的作用

(四) 影响职业生涯规划与管理的因素

(五) 职业生涯规划与管理的热点和难点问题

二、考核要求

(一) 职业生涯规划和管理的基本概念

1、识记：(1) 职业的概念；(2) 职业声望与职业地位；(3) 职业期望与职业价值观；(4) 职业价值观的九种类型；(5) 职业分层与职业分类；(6) 我国职业的分类；(7) 职业生涯；(8) 无边界职业生涯；(9) 易变性职业生涯；(10) 内职业生涯和外职业生涯；(11) 职业生涯规划。

2、领会：(1) 职业的特性；(2) 影响职业声望的主要因素；(3) 职业声望调查与评价的主要方法。

3、应用：职业分层与职业分类区别。

(二) 职业生涯规划和管理的基本内容

1、识记：职业生涯规划与管理的概念。

2、领会：职业生涯规划与管理的主要内容。

(三) 职业生涯规划和管理的作用

1、领会：(1) 职业生涯规划和管理对个人具有的作用；(2) 职业生涯规划和管理对企业的重要作用。

2、应用：职业生涯规划与管理的作用。

（四）影响职业生涯规划与管理的因素

- 1、识记：影响职业生涯规划与管理的个人因素、组织因素和环境因素。
- 2、应用：分析影响职业生涯规划与管理的主要因素。

（五）职业生涯规划与管理的热点和难点问题

- 1、识记：（1）玻璃天花板现象；（2）工作生活质量；（3）企业忠诚。
- 2、领会：（1）工作生活质量的内容；（2）现代企业重视工作生活质量的重要意义；（3）企业忠诚的具体体现。
- 3、应用：走向职场的八种角色转换。

第二章职业生涯规划与管理的理论演进和研究方法

（一）职业生涯规划和管理的理论演进

（二）职业生涯规划和管理的研究方法

二、考核要求

（一）职业生涯规划和管理的理论演进

- 1、识记：（1）职业生涯规划与管理理论发展的三个阶段；（2）职业指导的概念；（3）职业与职业指导阶段各个学者的贡献；（4）职业生涯发展与职业生涯辅导阶段学者们的贡献；（5）全面生涯发展与辅导阶段人力资源管理专家和社会学家的研究成果。

（二）职业生涯规划和管理的研究方法

1、识记：（1）定性研究及方法；（2）个案研究法；（3）观察法及其类型、步骤、优缺点；（4）小组座谈法及缺点；（5）深层访谈法及其种类；（6）定量研究及其类型。

2、领会：（1）投身技术的基本假设；（2）投射技术的具体方法。

销售职业生涯规划篇五

从事销售工作的朋友常常有这样的倾向：哪个企业底薪高去哪里，哪个企业提供的职务高就去哪里，哪个企业的工作轻松就去哪里，哪个企业的提成高就去哪里……由于跳槽频繁，他们最后往往无所作为。其根本原因是职业目标不清晰、缺乏职业生涯规划。

如果销售人员希望能够抓住时代的机遇，获得终生职业，做自己人力资本的主宰，就必须做出自己的职业生涯规划：分析自己的现状，给自己设立一个有挑战性的职业目标，了解自己的潜能，找到不足，弥补差距，实现自己的人生梦想。

在做职业生涯规划之前，必须要深刻理解几个基本概念：职业、职业生涯及职业生涯阶段、内职业生涯及外职业生涯。

职业

职业就是指“参与社会分工，利用专门的知识 and 技能，创造物质财富、精神财富，获得合理报酬，满足物质生活、精神生活的工作”。

这其中包含了五种关系：

a.个人与他人的社会关系，强调职业首先必须是一种社会分工；

b.职业与知识技能的关系，每种职业必须具有相应的知识和技能；

c.知识技能与财富的关系，只有具备了相应的知识技能才能创造相应的财富；

d.创造财富与报酬的关系，相对于创造的财富必须获得合理的报酬；

e.获得报酬与需求的关系，从事某职业的人通过获得的报酬来满足个人的物质和精神需求。只有符合这五种关系，才称得上是职业，缺一不可。

职业生涯及其阶段

职业生涯就是一个人从事职业的经历。我们把职业生涯周期分为四个阶段：职业生涯早期，职业生涯中前期，职业生涯中后期和职业生涯后期。每个不同的时期，都会有不同的特点，我们在每个时期的任务也不一样。

从20多岁到30岁这个阶段，属于职业生涯早期，又称为职业生涯第一青春期，这个阶段的主要任务是学习、了解、锻炼；30岁到40岁这个阶段属于职业生涯中前期，即职业生涯成长期，主要任务是争取职务轮换，增长才干的机会，寻找最佳贡献区，也就是争取找到我们的职业锚；40岁到55岁是职业生涯的中后期，称作成熟期，又称为职业生涯的第二青春期，主要任务是创新发展，贡献辉煌；55岁到70岁是职业生涯的后期，主要任务是领导、决策或总结教训，教授经验。

了解职业生涯阶段，使我们能更好地进行职业生涯现状分析，了解自己所处的位置，为明确自己的职业方向提供信息与参考。

内、外职业生涯

外职业生涯是指从事一种职业时的工作时间、工作地点、工作单位、工作内容、工作职务与职称、工资待遇、荣誉称号等因素的组合及其变化过程。外职业生涯因素通常由他人给予和认可，也容易为他人所剥夺。比如，一个业务代表在应聘一家企业时，这个企业所提供的薪水不是他能决定的，即使他在进入企业之初的薪水很高，如果他不能给企业带来业绩，企业就可以随时降低他的薪水或辞退。

内职业生涯是指从事一种职业时的知识、观念、经验、能力、心理素质、内心感受等因素的组合及其变化过程。内职业生涯因素主要是靠自己的不断探索而获得，不随外职业生涯的获得而自动具备，也不会由于外职业生涯的失去而自动丧失。例如小王被任命为销售经理，他获得的只是外职业生涯的一个职务，至于他是不是有能力做好这个经理，该职业应该具备的知识观念、经验能力、心理素质等是不是已经具备，并不是他在被任命的那一天就自动具备了，这需要在工作中探索、思考，才能逐渐获得。而一旦获得以后，即使由于某种原因，小王不再担任该职务了，他的知识观念、经验能力和心理素质依然为他自己拥有。

只有内、外职业生涯同时发展，职业生涯之旅才能一帆风顺。内职业生涯的发展，是外职业生涯发展的前提，销售人员必须用内职业生涯的发展，带动外职业生涯的发展。另一方面，外职业生涯发展顺利，还可以促进内职业生涯的发展。如果销售人员的眼光只盯着外职业生涯的各种因素：底薪是多少、职务有多高、提成比例如何、交通费是多少等，往往会使我们的职业生涯发展方向发生偏差，不能达成预期目标。

在职业生涯开发与管理体系中，我们提倡这样的观念：在职业生涯早期，对自己锻炼最大的工作是最好的工作；在职业生涯中期，收入最多的工作是最好的工作；在职业生涯后期，实现自己人生价值最大的工作，是最好的工作！

理解了上面几个概念，我们就可以进行职业生涯规划了。一

份完整的职业生涯规划包括十个方面的内容□a.题目及时间坐标□b.职业方向和总体目标□c.社会环境、职业环境分析结论□d.行业分析、企业分析结论□e.角色（贵人）及其建议□f.目标分解、选择、组合□g.明确成功标准□h.自身条件及潜能测评结果□i.差距分析□j.缩小差距的方法及实施方案。为使销售人员能够掌握职业生涯规划的方法，我们将详细地介绍这些内容。

题目及时间坐标

在职业生涯规划题目及时间坐标项目中，需要表达四个方面的内容：规划者姓名、规划年限、起止日期、年龄跨度。

写明规划者的姓名，目的是强调规划者的主宰心态。前面提到，市场经济社会使我们最有可能成为自己人力资本的主宰，销售人员应该掌握自己的职业生涯命运，因此要在这里写上自己姓名，也是给自己的一份心理合同。

写明规划年限，目的是要分清是阶段性还是终生性职业生涯规划，比如五年、十年或终生职业生涯规划。需要强调的是，终生性是指职业生涯的终点，而不是人生的终点。在这里还要写明开始日期和终止日期，开始日期要详细到年、月、日，终止日期到年就可以了。我们建议第一次写职业生涯规划的人，并不需要做长期的规划，特别是处于职业生涯初期的年轻人，可以从二年或三年的职业生涯规划开始。需要注意的是，写职业生涯规划的最短时间段是一年。一年以内的事情，可以在职业生涯现状分析中解决。

最后，要写明在本规划周期内，你的年龄跨度是多少，比如从27岁到31岁。目的是提醒自己，人生生命周期是单向性的，不可逆转的，强调时间的紧迫性。

职业方向和总体目标

职业方向指的是对职业的选择，比如销售管理人员、企业管理人员、律师、教授、医生等。职业方向的选择反映了规划者的职业生涯动机或主观愿望。

为什么一定要选择职业方向呢？因为新生活是从选定方向开始的。

在非洲西撒哈拉沙漠里，有一个名叫比塞尔的小村庄。多年前，这里是一个不为人知、与世隔绝的小村落。当地的人很少走出村庄，外面的人也很少来到这个村庄。后来，有一个叫肯莱文的欧洲青年，来到了比塞尔，建议他们走出沙漠。当地一个叫阿古特尔的青年，年富力强，上进好学，在肯莱文的建议下他费尽周折，历尽磨难，最后一次终于用三天就走出了沙漠。在此之前，比塞尔人曾多次试图走出沙漠，但每一次都又绕回原地。原来，比塞尔人没有使用任何导航工具，由于人两侧肌肉发达程度有差异，会在不知不觉中走出一个朝左拐的弧型，而且拐的幅度会越来越小、越来越小，最后就走成一个像卷尺的螺旋状，回到起点。阿古特尔把外面的人带进来，又把里面的人带出去。多年以后，比塞尔成了一个远近闻名的旅游胜地。比塞尔人在村子中央小广场上，设立了一个阿古特尔的铜像，铜像的基座上镌刻着一句话：新生活从选定方向开始。