

普华
经营

正略钧策
ADFAITH



像乔·吉拉德

一样卖

汽车

◇汽车销售员自学用书 ◇汽车销售现场培训宝典

情景设计+典型案例

边学边用，帮助汽车销售员快速提升销售业绩

王毅毅◎编著



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

销售高手训练营系列

像乔·吉拉德一样卖汽车

王毅毅 编著

人 民 邮 电 出 版 社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

像乔·吉拉德一样卖汽车 / 王毅毅编著. —北京:
人民邮电出版社, 2010.8
(销售高手训练营系列)
ISBN 978-7-115-23299-1

I. ①像… II. ①王… III. ①汽车—市场营销学
IV. ①F766

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第116454号

内容提要

本书以世界上最伟大的推销员之一——乔·吉拉德的销售思维为向导, 通过大量情境设计、典型案例, 结合汽车产品销售流程, 具体阐述了汽车销售每一个环节的实战技巧与法则。全书内容全面, 案例丰富, 语言深入浅出, 体例生动活泼。书中的每一个销售场景均以客户购车需求为线索, 以汽车销售员的沟通技巧为核心, 可循序渐进地启发读者的思维, 帮助读者取得骄人的销售业绩。

本书可作为汽车销售员的自学用书, 以及汽车销售4S店、汽车交易市场等相关企业的培训用书。

销售高手训练营系列 像乔·吉拉德一样卖汽车

◆ 编 著 王毅毅
责任编辑 许文瑛
执行编辑 付微微

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京隆昌伟业印刷有限公司印刷
◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 13 2010年8月第1版
字数: 150千字 2010年8月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-23299-1

定 价: 27.00元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

前 言

乔·吉拉德是世界上最伟大的推销员之一，他曾连续12年荣登吉尼斯世界纪录。他所保持的世界汽车销售纪录——连续12年平均每天销售6辆汽车，至今无人能及。

35岁以前，乔·吉拉德可以说是个失败者，他患有相当严重的口吃，换过几十个工作仍一事无成。然而，谁能想得到，像这样一个谁都不看好，而且是背了一身债务几乎走投无路的人，竟然能在短短的3年内爬上世界销售第一的宝座，并被吉尼斯世界纪录称为“世界上最伟大的推销员”。

乔·吉拉德为什么能成功？这是因为他掌握了一系列成功销售的诀窍。他热爱销售，有一颗强烈的事业心，并愿意为之付出一切努力；他懂得自我推销，知道人脉就是钱脉，让“名片满天飞”，用贺卡传递他的问候；他深晓人品重于产品，尊重并关爱客户，以真诚感动客户；他善于察言观色，积极倾听，明白“一张嘴两只耳朵”的真谛，总能获取客户的欢心；他掌握各项推销的技能，诚实对待客户，善于推销“产品的味道”，让产品自己去吸引客户；他深知“真正的销售始于售后”，每月一卡表明他没有忘记客户，也不会让客户忘记他；他将“250定律”牢记在心，在任何情况下都不得罪任何一个客户……

本书全方位地展示了乔·吉拉德成功的诀窍，结合国内汽车销售的实际情况，以通俗易懂、生动活泼的语言，生动具体的情景案例，循序渐进地启发读者的思维，一步步教导读者如何成为一名优秀的汽车销售员，如何取得骄人的业绩。

在本书的编写过程中，陈建安、王阿星负责资料的收集和整理工作，林碧、杨文良负责数字图表的编排工作，范志德、陈梅凤参与编写了本书的第一章，阙险峰、陈信洪参与编写了本书的第二章，陈冬明、张秀玲参与编写了本书的第三章，谢芬芬、曾建宇参与编写了本书的第四章，吴文生、卢广平参与编写了本书的第五章，陈海全、陈信科参与编写了本书的第六章，全书由王毅毅统撰定稿，由陈春洁担任顾问审核。

另外，本书在编写过程中参考了一些资料，在此，对这些资料的作者和为本书出版给予帮助的朋友们表示衷心感谢。由于作者水平有限，书中难免存在纰漏之处，恳请读者批评指正。

目 录

第一章 做个热情周到的主人 / 1

电话一响，生意上门 / 3

现场接待客户的要诀 / 15

向客户传递你的微笑 / 24

永远记住客户的名字 / 28

第二章 “号”准客户的需求 / 31

用心观察客户 / 33

问出你想要的答案 / 36

学会用“耳朵”工作 / 45

给销售加点“润滑剂” / 55

第三章 让客户怦然心动 / 57

卖好处而不是卖汽车 / 59

用“FAB”推销利益 / 61

井井有条地展示汽车 / 65

适时鼓励试乘试驾 / 71

把话说到对方的心坎里 / 76

让你的介绍生动起来 / 80

绝不“愚弄”客户 / 85

从竞争对手手中抢客户 / 88

为你的说法提供支持 / 92

有效沟通才能有效销售 / 94

第四章 巧妙化解障碍 / 101

嫌货才是买货人 / 103

找准靶心才能一矢中的 / 106

秉持正确的处理态度 / 110

选择恰当的回复时机 / 115

掌握处理异议的正确方法 / 117

守住价格就是守住利润 / 122

第五章 把心动变为行动 / 139

态度决定你的高度 / 141

成交的机会靠主动争取 / 147

识别客户的购买信号 / 157

关键时刻推客户一把 / 159

完美交车 / 170

第六章 管好你的客户 / 175

正视拒绝 / 177

跟进跟进再跟进 / 181

成交只是关系的开始 / 186

变投诉为拥护 / 190

参考文献 / 199

第一章

做个热情周到的主人



我要不断改进自己的仪态和风度，因为这是吸引别人的美德。

——乔·吉拉德





有一天，乔·吉拉德接待了一位女客户。闲谈中，她告诉乔·吉拉德她想买一辆白色的F车，就像她表姐开的那辆，但对面F车行的销售人员让她过一个小时再去，于是她先来这里看看，她还说这是她送给自己的生日礼物——今天是她55岁生日。

乔·吉拉德一边祝福她，“生日快乐！夫人”一边轻声交代秘书去办件事。随后，他将女客户请进了展厅。

正当乔·吉拉德为这位女客户介绍一款白色雪佛兰汽车时，他的秘书递给他一束玫瑰花。乔·吉拉德把花送给了那位女客户，说：“祝您长寿，尊敬的夫人。”

那位女客户非常感动，眼眶都湿润了，感慨地说：“已经很久没有人送我花了。我本来就是想买一辆和我表姐一样的F车，但当时F车行的销售人员说要去收一笔款，没有接待我。现在想想，也不一定非要买F车，雪佛兰也是可以的。”

最后，她从乔·吉拉德那里买了一辆白色雪佛兰汽车，并开了一张全额支票。

电话一响，生意上门

电话是现代科技进步的产物，它是一种很奇妙的通信工具，通过一根短短的电话线就能把身处不同位置的两个人维系起来，实现沟通。然而，电话也有一个缺陷，那就是“只闻其声，不见其人”，这使得一些能够辅助表达情感的体态语言没有办法让客户感觉到。因此，汽车销售员必须学会正确接听电话，在有限的条件下让客户体会到你的真心和诚意，以打动客户并吸引客户前来销售展厅参观洽谈。



接听电话的时机



当客户有购车需求，并通过广告或其他途径了解到一些信息后，通常会先打个电话了解一下车辆的基本情况，然后再决定是否来销售展厅看车洽谈。

有些汽车销售员认为，只要电话铃声一响就应该立即接听，只有这样才能显示出对客户尊重。事实上，这是错误的观念。接听销售电话最适当的时机应该是在电话铃声第三次响起时，这是为什么呢？

从客户的角度说，他打电话时心里总有许多猜测，猜测对方在干什么、在想什么。所以，接听电话的时机选择也是一种心理战：电话铃声响起一两次就马上接听，客户会认为你现在正无所事事或者你对他的电话太在意了，因此为防止自己成为被“捕捉”的焦点，他们会小心翼翼地咨询或者回答你的问题；而如果电话铃声响起超过三次，甚至更多次才接听，客户又会产生不被尊重的感觉，认为你不在意这桩生意或者精神状态不佳。

从汽车销售员的角度说，若电话铃声一响起就马上接听，可能会因为正在做某件事或正在想事情而一时反应不过来，出现说话结巴、应对不自如的情况。这时，汽车销售员需要一点点时间来调整自己的情绪，让自己打起精神，恢复到最佳状态，而几秒钟，也就是三次电话铃声响起的时间已经足够了。当汽车销售员放下身边杂乱的事情，以热情、轻松的态度接听客户电话时，客户也会想：现在车行应该有很多人，那些汽车销售员一定忙得不可开交……别忽视这个过程，它能够在一定程度上刺激客户的购买欲望！但切忌让客户等太久，否则客户会因此不耐烦或失去兴趣。如果车行业务确实很繁忙（尤其是在节假日和促销活动期间），汽车销售员又分身乏术，电话铃声超过三次才去接听，这时汽车销



售员首先要表示歉意，请求客户的谅解，例如，可以说：“不好意思，让您久等了”。



接听电话的礼节



很多汽车销售员对电话又爱又恨，爱的是这个沟通工具可以给自己带来生意契机；恨的是只要稍有不慎或不注意就会引起客户强烈的不满，甚至会被客户无情地挂断电话。

因此，在接听电话时，汽车销售员要自始至终地做到文明大度、礼貌待人、尊重客户，做到语言文明、态度文明以及举止文明，维护企业和自己的形象，绝对不可以用庸俗粗鲁的语言攻击对方。

1. 主动问好

在接听销售电话时，汽车销售员应先主动问候客户，并自报家门，如“您好，这里是××4S店（车行）！”或者“早上好，××4S店为您服务！”

主动问好不仅是汽车销售员礼貌行为的体现，同时也提升了汽车销售员自身的亲切感，并且向客户表达了“我能代表公司”的强烈责任感。

2. 使用礼貌用语

接听销售电话时，汽车销售员应多使用礼貌用语，例如“您好”、“谢谢”、“很抱歉，让您久等了”等。

如果客户的声音太小，使人无法完全听到或听不清楚时，汽车销售员可以有礼貌地说：“对不起，我听不太清楚您在说什么，您的声音能不能大一点？”而不是毫无礼貌地向对方大喊：“大声点，我听不清楚。”汽车销售员还应记住，即使客户对你大声说话，你也绝对不能对客户大声说话。

除此之外，汽车销售员还要善用“请”字。简简单单的一个“请”

字，往往能让处在电话另一端的客户感到被尊重，这对汽车销售工作是非常有利的。

3. 认真倾听，积极回应

在通话过程中，汽车销售员要仔细倾听客户讲话，尽量不要打断对方。为了让客户知道你在认真地听并已理解他的意思，你应不时地以“对”或“是”予以回应。

在接听电话时，如果有同事或者现场的客户向你搭话，你可做出手势请他稍等，挂断电话后再与他交谈。绝对不允许在接听客户电话时与其他人搭话；如有不得已，应向对方说明后用手捂住电话，以免引起误会。

4. 调整情绪，保持正确的接听姿势

电话沟通是靠语言传递的，这就要求汽车销售员接听电话时必须保持态度和蔼、声调柔和、语音亲切、吐字清晰、语速适中、话语简洁，避免口头禅，不允许对着话筒打哈欠、咳嗽和肆无忌惮地大笑，更不能用不耐烦的口气回答客户提出的问题。

汽车销售员要明白：“电话不是无情物”。电话的另一端是我们的“上帝”。每一次接听销售电话，你都是在和“上帝”谈话，他能为你带来业绩。为此，汽车销售员必须热情、耐心地接听他们的电话。

在接听电话的过程中，汽车销售员还应始终保持正确的接听姿势。如果汽车销售员接听电话的姿势不够端正，客户所听到的声音可能就是懒散、无精打采的。因此，即使在电话里与客户交流，汽车销售员也要当作对方就在眼前，保持正确的接听姿势。

5. 语速要适当

不同的语速会产生不同的沟通效果：急缓适度的语速能吸引听者的注意力，使听者更容易吸收必要的信息；语速过快，听者则可能来不及



吸收讲话人传递的信息；而语速过慢，说话吞吞吐吐、犹豫不决，或声音听起来懒洋洋的，有郁闷悲凉的感觉，听者又会马上转移注意力，无心与你交流。

在实际工作中，很多汽车销售员说话的语速都过快，并且滔滔不绝，不给客户喘息、消化的时间，使得客户在聆听时觉得晕头转向、不知所云，抓不住销售员所讲的重点。所以，在接听电话时，汽车销售员必须语速适当，要恰当地利用语句停顿给客户留出思考时间，通过适时地改变重音以强调某些重点，并可辅以一些提问，例如“这样，您清楚了吗”、“您还有不明白的地方吗”等。

汽车销售员：“您好，××4S店，很高兴为您服务！”

客 户：“你好。我在报纸上看到你们的广告，请问××车是不是已经上市了？”

汽车销售员：“是的，这是我们今年刚推出的一款新车，我们店上周刚刚到货。”

客 户：“那卖多少钱呢？”

汽车销售员：“先生，请问您如何称呼？”

客 户：“我姓张。”

汽车销售员：“您好，我姓王，您叫我小王就可以了。张先生，我想您也知道，不同的配置其车价也是不同的。而且，买车毕竟不是买普通的商品，关键是要适合自己，自己觉得满意，您说呢？”

客 户：“那倒是。”

汽车销售员：“张先生，我们店已经有实车，您可以来试驾，作进一步的了解。”

客 户：“哦？现在有实车可以试驾呀。好吧，我抽空过去看看。”

汽车销售员：“好的，张先生，请问您是上午过来，还是下午过来？”

客 户：“下午吧，上午我还有点事情。”

汽车销售员：“好的，张先生，我下午会在店里等候您。我们4S店在××区××路××号，也就是××中学斜对面。您知道这个地方吗？”

客 户：“知道。”

汽车销售员：“为了方便我们联系，我们互留一下联系电话，您看好吗？我的电话是×××，请问您的电话是？”

客 户：“好，我的电话是×××。”

汽车销售员：“张先生，我再重复一下您的电话：×××，对吗？”

客 户：“没错。”

汽车销售员：“好的，张先生，我们下午见。”

6. 道谢收场，让客户先收线

通话结束后，汽车销售员要向客户表示谢意，以给客户留下良好的印象，这也是最基本的礼仪。“来者是客，以客为尊。”客户是汽车销售员的衣食父母，我们应对客户心存感激，向他们道谢和祝福。

需要汽车销售员注意的一点是，要等客户放下电话后自己再轻轻放下电话，绝对不可以莽撞地先行挂断电话，让客户听到“喀嗒”的挂机声，那样会让客户感觉很不舒服。

提醒：

个别汽车销售员在通话结束后，会从嘴里脱口而出一两句脏话，以释放自己的压力。这是一种很不雅的行为，每一个汽车销售员都应加强自身的修养，保持良好的形象。



接听电话的技巧



除了上述基本礼节之外，在接听销售电话时，汽车销售员还应掌握一些接听技巧，以更好地帮助销售。

1. 做好记录

在接听销售电话时，汽车销售员应准备好纸和笔，随时记录一些重要的信息。对于一些关键的问题，要加以复述核准。电话记录绝对不能随意地记在报纸的边角或废纸上，以免遗忘或丢失。

在挂断电话后，汽车销售员应及时填写“来电登记表”，详细记录客户的信息，为公司的销售分析及日后的客户跟踪作准备。对于记录下来的重点问题，要妥善处理或及时上报，予以认真对待。记录的内容应包括单位名称、来电人姓名、谈话内容、通话日期、通话时间和对方的电话号码等，为下一步的跟进工作做好准备。

提醒：

在接听销售电话时，大多数人都习惯用右手拿听筒，因此在做文字记录时一般会将话筒夹在肩膀上面。这是一种不好的习惯，电话很容易因夹不住而掉下来，发出刺耳的声音，从而给客户带来不适。

为了消除这种不良现象，汽车销售员在接听电话时最好用左手拿听筒，右手写字或操纵电脑，这样就可以轻松自如地与客户进行沟通了。

2. 统一销售说辞

在电话沟通过程中，汽车销售员应尽量使用统一的销售口径回答客户提出的问题，否则会引起客户的质疑。为此，汽车销售员必须熟悉车行所销售的每一款汽车。

对于公司即将发布的广告或举行的促销活动，汽车销售员应事先了解，并仔细研究如何应对客户可能提出的问题。通常，客户会在电话中问及价格、优惠情况、配置等方面的问题，这时汽车销售员应扬长避短，在回答中巧妙地融入产品卖点。

对于一些老客户的来电，应有针对性地进行答复，绝不能一问三不知，或敷衍了事；对于没有听清楚的问题，可以适当提问，回答问题时要明确、清晰。

3. 巧妙回答客户提出的问题

汽车销售员在接听销售电话时，应由被动接听转为主动介绍、主动询问，而不能客户问一句回答一句，被客户牵着鼻子走。

(1) 掌握接听电话的时间长度，一般以3~5分钟为宜，时间过短对方会听不清楚你要表达的意思，时间过长对方又会感到厌烦。尤其是在新车上市和促销活动期间来电较多，所以更要缩短谈话时间。

(2) 要学会引导客户，不要一味地回答客户提出的问题。最佳的方法是当客户提出问题时不急于回答，应婉转地发问，等他回答完你所提出的问题后再回答他的问题，但要把握分寸，不能咄咄逼人。

(3) 在电话中，回答客户的问题不能太多，最好是3~5个。关于一些具体情况要适当地有所保留，如果电话中就将所有的情况全盘告知，则很难引起客户的兴趣，更不要指望客户到现场来了。

(4) 汽车销售员在宣传自己所销售的汽车时不要夸大其词，要不温不火、有根有据。过于自夸会引起客户的反感，认为汽车销售员不太可靠。

(5) 为了赢得客户，有些问题汽车销售员可以先不予作答，告诉客户需要询问上级以后才能给予答复，为进一步沟通留下理由。

(6) 若客户提出的问题较敏感，例如涉及到赠品（大礼包）等，可告知客户要视具体情况而定，请他亲自到现场来一趟。