

连续12年荣登世界吉斯尼记录大全世界销售第一的宝座

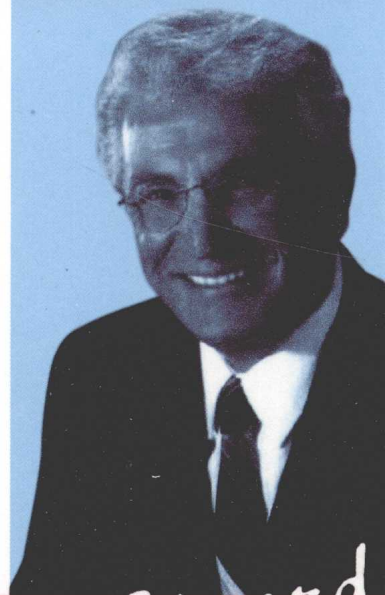
Joe Girard's marketing ideas

乔·吉拉德 的推销思想

[一切奇迹都要靠自己创造]

萧野 | 编著

世纪最伟大的推销神话塑造者



Joe Girard

推销中最为困难的就是如何让一个个陌生人变成你忠实的客户。本书正是全面总结分析了吉拉德的推销技巧之后，系统地整理出乔·吉拉德的推销思想，运用浅显生动的语言向推销员讲解推销中的重点。

销售
必读经典知识
读本

 中国纺织出版社

连续12年荣登世界吉尼斯记录大全世界销售第一的宝座

Joe Girard's marketing ideas

乔·吉拉德 的推销思想

萧野 | 编著



Joe Girard

销售
必读经典知识
读本

 中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

乔·吉拉德的推销思想/萧野编著. —2版.

—北京:中国纺织出版社,2010.9

ISBN 978-7-5064-6584-7

I. ①乔… II. ①萧… III. ①推销—经验

IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第119476号

责任编辑:苏广贵 特约编辑:李春梅

责任印制:刘强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京世纪雨田印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2010年9月第2版第5次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:18.5

字数:215千字 定价:35.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



前言

推销,首先是推销你自己。可以说这是经营人的一门学问。
要让一个个陌生消费者变成你忠实的客户。

一切奇迹都要靠自己创造。

推销,是现代商业活动中的一部分,它是整个市场赖以运作的相当重要的环节。如今人们不再简单地将推销等同于夸大与欺骗,更多的,推销被看作是一种能力和艺术。的确,要将东西卖出去也许并非是最困难的,困难的是让客户与推销员保持友好、信任的关系。

真正意义上的推销,不仅是商品的推销,还包括自我的推销,不仅要让客户喜欢你的东西,更要让客户喜欢上你。

如果你想从事推销行业,那么你不可不知道乔·吉拉德,一位伟大的推销员,一位推销神话的塑造者,同时也是一名普通的汽车推销员,他的推销技巧被载入了吉尼斯世界纪录大全。吉拉德在推销工作中从不放过任何一个小小的机会,一张名片就能成为他推销的“敲门砖”,并使自己跨越陌生人之间的障碍与客户进行沟通,这就使推销前进了一大步。

35岁前的乔·吉拉德是个全盘的失败者。他患有相当严重的口吃,换过40种工作仍一事无成。

1963年,35岁的乔·吉拉德从事的建筑生意失败,身负巨额债务几乎走投无路。于是为了养家糊口,他开始从事汽车推销的工作。

第一天他就卖了一辆车。掸掉身上的尘土,他咬牙切齿地说:我一定会东山再起。

乔·吉拉德做汽车推销员时,许多人排长队也要见到他,买他的车。

这听来似乎让人难以置信。

吉尼斯世界纪录大全查实他的销售纪录时说:最好别让我们发现你的车是卖给出租汽车公司,而确实是一辆一辆卖出去的。



他们试着随便打电话给人,问他们是谁把车卖给他们的,几乎所有人的答案都是“乔”。令人惊异的是,他们脱口而出,就像乔是他们相熟的好友。

“我打赌,如果你从我手中买车,到死也忘不了我,因为你是我的!”

尽管乔·吉拉德一再强调“没有秘密”,但他还是把他卖车的诀窍抖了出来。他建立客户档案并将其系统地存储。他每月要发出 1.6 万张卡,无论买他的车与否,只要有过接触,他都会让人们知道乔·吉拉德记得他们。他认为这些卡与垃圾邮件不同,它们充满爱,而他自己每天都在发出爱的信息。他创造的这套客户服务系统,被世界 500 强中许多公司所采用。

经过专门的审计公司审计,确定乔·吉拉德是一辆一辆把车卖出去的。他们对结果很满意,正式定义乔·吉拉德为全世界最伟大的推销员。这是件值得骄傲的事,因为他是靠实实在在的业绩取得这一荣誉的。

乔·吉拉德认为,所有人都应该相信:乔·吉拉德能做到的,你们也能做到,我并不比你们好多少。而他之所以做到,便是投入了专注与热情。

有人说对工作要百分之百地付出,乔却不以为然。他认为要想成功,就应当付出 140%。他说对自己的付出从来没有满意过。

每天入睡前,他要计算今天的收获,冥想,集中精力反思。今天晚上就要把明天彻底规划好。离开家门时,如果不知道所去的方向,那么乔·吉拉德是不会出门的。

相信自己的能力,这是乔·吉拉德的信条,每一天都应充满热情地投入自己的推销工作。在乔·吉拉德看来,人首先要推销的是自己,要相信自己、热爱自己。“事实上,凡是向你买东西的人,买的都是你。”

73 岁的乔·吉拉德认为自己的心理年龄只有 18 岁,因为他仍保持蓬勃向上的精神。

乔·吉拉德说,每次有人路过他的办公室,他内心都在吼叫:进来吧!我一定会让你买我的车。因为每一分每一秒的时间都是我的花费,我不会让你走的。

他说,你认为自己行就一定行,并且每天要不断向自己重复这一点。要勇于尝试,之后你会发现你所能够做到的连自己都惊异。

要燃起熊熊的信念之火,乔·吉拉德认为,两个单词非常重要:一个是“我想”,另一个是“我能”。

刚做推销员时,他把全公司最好的推销员的照片挂在墙上,告诉自己要打败



他。他成功了。

“没有人能左右你的生活,只有你自己能控制。失去自己就是失去了一切,连朋友也不会理睬我。”

一定要与成功者为伍,以第一为自己的目标。乔·吉拉德以此为原则处世为人。他的衣服上通常会佩戴一个金色的“1”。有人问他:因为你是世界上最伟大的推销员吗?他给出的答案是否定的。他说,我是我生命中最伟大的!没有人跟我一样。

一位医生曾告诉乔·吉拉德,每个人体内有一万个发动机。乔·吉拉德家最外面的门上有这样一句话:把所有发动机都启动。

他每天这样离开家门:观察身上所有细节,看看是否自己会买自己的账。

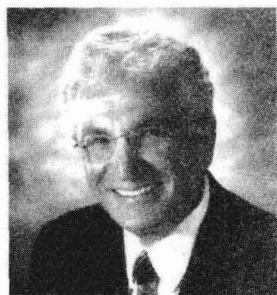
一切准备好,手握在门把手上,打开门,像豹子一样冲出去。乔·吉拉德对自己说:“一切由我决定,一切由我控制。”

和其他人一样,乔·吉拉德的生活和事业也会出现问题,但乔从不畏惧问题,也不悲观地面对问题,因为乔·吉拉德始终认为问题是上帝给他的礼物,每个人的生活都会有问题出现。只要把它解决了,自己就会变得更强大。

吉拉德的成功技巧其实对所有的推销人员都会有一定的启迪。推销中最为困难的就是如何让一个个陌生人变成你忠实的客户。本书正是全面总结分析了吉拉德的推销技巧之后,系统地整理出乔·吉拉德的推销思想,运用浅显生动的语言向推销员讲解推销中的重点,并辅以事例加以具体说明。希望这本书能成为推销员的好朋友。

编者





第一章 JOE GIRARD

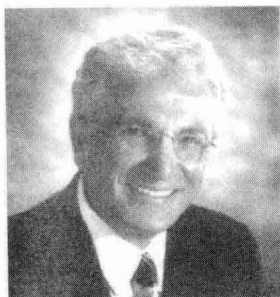
向每一个人推销你自己

乔·吉拉德说：“推销产品，也是推销人品！”优秀的产品只有在具备优秀人品的推销员手中，才能赢得长远的市场。销售商品前，请先销售你自己！

目录 contents

- 1 / 名片是成功的开始
- 2 / 递接名片的学问
- 3 / 首先推销自己
- 5 / 正确认识自己
- 7 / 学会与人打交道
- 8 / 留下良好的第一印象
- 9 / 穿着一定要得体
- 10 / 穿着有讲究
- 11 / 形象大方得信任
- 12 / 姿态端正印象好
- 13 / 推销礼仪显诚意
- 15 / 推销礼仪三支点
- 17 / 行为举止合礼仪
- 18 / 向客户推销人品
- 19 / 用真心感动客户
- 20 / 笑是最好的技巧
- 21 / 每天认识四个人
- 22 / 关心你的客户
- 23 / 永远替客户着想
- 23 / 真诚地赞美客户
- 24 / 别让自己“讨人嫌”

JOE GIRARD



目 录

contents

JOE GIRARD

- 25 / 记住客户的名字
- 26 / 尊重你的客户
- 26 / 再让客户注意你
- 27 / 有意与无意之间
- 28 / 吸引客户的方法
- 30 / 向客户馈赠礼品
- 31 / 选择礼物要合适
- 32 / 馈赠礼品的要求

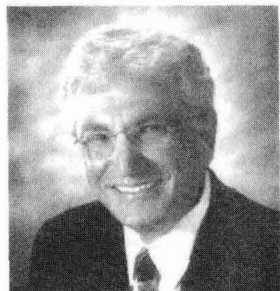
第二章

JOE GIRARD

用热情为你的成功护航

如果说过去的销售人员在以前的生活中追求的是恬淡和道德的完善,那么现代的销售人员则更多地转向追求社会的认可,追求成就感。

- 33 / 为什么选择销售作为职业
- 35 / 培养你的第二天性——自信
- 37 / 培养属于你自己的信念
- 38 / 拥有坚定的信念
- 39 / 保持住你的热情
- 40 / 自信是成功的第一秘诀
- 41 / 坚定自己的信心
- 42 / 你對自己、对成功有多强的信念
- 43 / 如何培养自信心
- 45 / 阻碍你成功销售的心态
- 47 / 学会承受痛苦的变化
- 47 / 培养良好的习惯
- 48 / 设定目标,成为专业的销售人员



目录

contents

JOE GIRARD

- 48 / 使工作目标化
- 50 / 设定有效的目标
- 51 / 确定实现目标的步骤
- 52 / 致力于实现你的目标
- 53 / 精通自己所销售的产品
- 54 / 了解产品的内容
- 56 / 如何精通产品或服务知识
- 57 / 学习成长累积身价
- 58 / 保持乐观,时刻微笑
- 61 / 13条如何保持乐观的建议
- 63 / 恒心与毅力
- 64 / 执著,向着成功

第三章

JOE GIRARD

勇敢敲开客户的门

成功的推销员都不害怕“拒绝”,因为他们知道这是客户的直接反应,推销员只有克服了这一点,才真是向成功迈进了一步。

- 67 / 你在恐惧什么
- 68 / 重新建立自信
- 69 / 如何利用信心增强自己的说服力
- 71 / 如何在残酷的环境中保持自信
- 73 / 采取行动,挖掘自身潜力
- 74 / 消除自卑意识
- 76 / 正视失败与拒绝
- 77 / 突破自身的局限
- 78 / 对待失败的态度



目 录

contents

JOE GIRARD

- 79 / 仅仅重视那些你将实际去做的事情
- 80 / 客户为什么会拒绝
- 82 / 巧妙应对客户的拒绝
- 83 / 不要被一块牌子吓倒
- 85 / 即使在拒绝中也有快乐

第四章

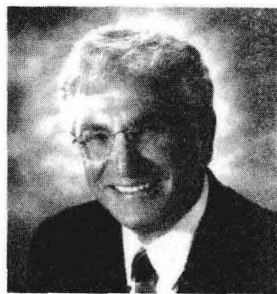
JOE GIRARD

就这样发现客户

做销售人员要靠卖出产品才可以赚取佣金。其中的赚钱步骤是将陌生人的名字,转成产生佣金的客户名字;过程是投资了时间加上促成生意达成买卖的创意。

- 87 / 寻访新客源
- 88 / 不断地建立客源
- 89 / 何为陌生行销
- 90 / 陌生行销的正确心态
- 91 / 采用合理的方法
- 92 / 行销需要充分跟进
- 93 / 如何在展览会上取得成功
- 94 / 实施展会推销计划
- 96 / 在联谊会中结识更多准客户
- 97 / 联谊注意事项
- 99 / 个人观察法
- 100 / 地毯式访问法
- 101 / 经常性地地进行市场咨询
- 103 / 请你的客户给你介绍客户
- 104 / 寻找合适的“推销助手”
- 106 / 寻找有影响力的人物

107 / 不要小看媒体的力量



第五章

JOE GIRARD

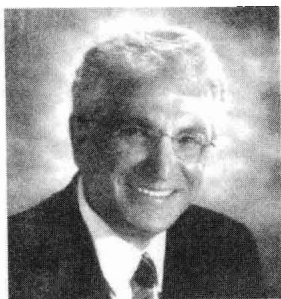
培养潜在客户

广泛的潜在客户是产生客户的肥沃土壤,对潜在客户的有效管理与培养将对增大客户群起着难以估量的作用。

- 109 / 了解 250 定律的真谛
- 110 / 什么是潜在客户
- 110 / 找寻潜在客户的重要性
- 111 / 寻找潜在客户的原则
- 112 / 培养潜在客户的六个细则
- 113 / 搜寻潜在客户
- 114 / 准确判断潜在客户
- 115 / 老客户永远都是潜在客户
- 116 / 如何确保老客户
- 117 / 抓住“机会”联系
- 117 / 保持在潜在客户视线内
- 119 / 多为客户做好事
- 119 / 与非客户交朋友
- 120 / 实践五步原则
- 121 / 从公司资源中搜寻潜在客户
- 123 / 从外部资源中搜寻潜在客户
- 124 / 利用“有望客户”
- 125 / 增加潜在客户的涵盖率
- 127 / 搜寻潜在客户的一般方法
- 128 / 寻找潜在客户的渠道

目录
contents

JOE GIRARD



目录

contents

JOE GIRARD

- 132 / 潜在客户必须多方寻找
- 133 / 建立潜在客户档案
- 134 / 调查潜在客户的资料
- 136 / 做好客户管理
- 137 / 客户管理概述
- 138 / 建立客户资料卡
- 140 / 最佳、最差客户分析
- 140 / 制定潜在客户开发计划
- 141 / 制造你的宣传大使

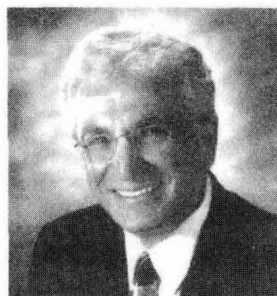
第六章

JOE GIRARD

吸引客户的诀窍

开头开得好,一是创造了良好的推销气氛,二是引起了对方的兴趣,三是做好了交谈的准备,此时进入正题,有利于推销顺利进行,取得比较圆满的结局。

- 145 / 好的开始是成功的一半
- 147 / 创造性的开场白
- 148 / 推销中要遵守原则
- 149 / 推销中的自律原则
- 150 / 推销中的切境原则
- 150 / 推销中的适度原则
- 151 / 推销中的有效原则
- 152 / 推销中的服务原则
- 153 / 学会尊重与自尊
- 157 / 得体大方的言谈
- 160 / 令人愉悦的气质
- 162 / 推销需要懂得礼节



目录

contents

JOE GIRARD

- 164 / 了解客户才能打动客户
- 164 / 有吸引力的提问
- 166 / 用谈话抓住客户
- 168 / 针对需求,明确定位
- 172 / 了解非信息的运用
- 176 / 示范是最有力的证明
- 178 / 让客户参与商品操作
- 179 / 掌握推荐的妙用
- 181 / 以把握成功的机会为目标
- 182 / 在提问之前要考虑一下

第七章

JOE GIRARD

有效倾听的技巧

乔·吉拉德说：“懂得倾听对方的谈话,尊重对方的兴趣,你就成功了一半。”

- 185 / 学会聆听
- 187 / 倾听也是一门艺术
- 188 / 良好的倾听是推销中的一大“法宝”
- 189 / 掌握娴熟的倾听技能
- 192 / 利用倾听发觉客户的需求
- 192 / 在倾听中达到目的
- 195 / 积极地询问
- 195 / 开放式询问
- 196 / 闭锁式询问
- 196 / 询问的辅助语言
- 199 / 积极地倾听
- 200 / 用信号表明你有兴趣



目录

contents

JOE GIRARD

- 201 / 检查你的理解力
- 201 / 倾听的原则
- 202 / 倾听的技巧
- 203 / 适度沉默
- 204 / 适当恭维
- 205 / 适时强调
- 206 / 尊重对方
- 207 / 交谈中应避免的弊病
- 210 / 听力障碍及其应对

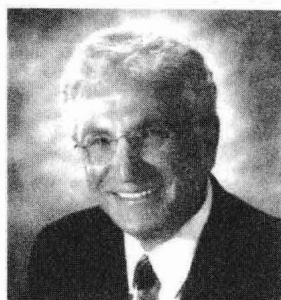
第八章

JOE GIRARD

电话营销的策略

电话营销是一种低成本、高效率的销售模式,具有上门推销不可比拟的优势,每一位业务员都应该掌握其运用的诀窍。

- 213 / 约见客户之电话策略
- 213 / 电话营销全程策划
- 216 / 留心捕捉购买信号
- 217 / 怎样用电话推介产品
- 219 / 电话处理异议
- 220 / 正确的电话沟通方式
- 223 / 必要时紧追不舍
- 224 / 与客户增进感情
- 225 / 电话推介中可能出错的方面
- 226 / 从产品创新的角度引发客户购买兴趣
- 226 / 如何推销价格优惠商品
- 227 / 强调产品的信誉



目录

contents

JOE GIRARD

- 227 / 如何推销抢手货
- 228 / 引发好感与好奇心
- 229 / 运用迂回的方法达到目的
- 229 / 对待拒绝的方法

第九章

JOE GIRARD

书信推销的方法

通过书信,再到打电话时你已不再是一个完全陌生的人了。电话联系的初学阶段(开始的三个星期)可以按照顺序分别同每一位客户进行信件联系。

- 231 / 约见客户的书信策略
- 234 / 写信的步骤
- 236 / 电传的应用
- 237 / 传真与信件的结合
- 238 / 电子邮件的应用
- 239 / 经典范例

第十章

JOE GIRARD

真正的销售始于售后

销售是一个持续不断的过程,售后的追踪服务是最后的但不是最不重要的环节。当你将一个潜在客户转变为你真正的客户时,你可能开始和他建立起长期的关系,而这样的关系可能会远远超过你的想像。

- 241 / 趁热打铁,巩固成交
- 243 / 生意做成后要做的六件事



目录

contents

JOE GIRARD

- 244 / 推销要与服务相配合
- 248 / 真正的销售始于售后
- 249 / 建立稳定商业联系的重要性和必要性
- 250 / 保持与客户的定期联系
- 251 / 如何与客户保持联系
- 252 / 售后服务是推销的延续
- 254 / 加强你的售后服务
- 255 / 提高你的服务品质
- 257 / 如何改善服务品质
- 258 / 客户不满意的服务分析
- 261 / 与客户联络感情
- 263 / 妥善处理客户投诉
- 266 / 及时提供产品资料的最新情况
- 266 / 处理好与老客户的关系
- 267 / 如何使新客户转化为老客户
- 269 / 搞好与老客户的关系
- 271 / 怎样留住老客户
- 274 / 照顾你的客户
- 275 / 成交后回收货款
- 277 / “谢”出来的生意
- 279 / 制定客户优惠制度
- 279 / 永远不会结束



第一章 JOE GIRARD

向每一个人推销你自己

在推销的过程中,作为推销员一定要充分地认识到人脉通路的重要。行销网络是每一个推销员都必须建立的,且必须将之做到最大、最绵密、最直接。如此一来,才能让广泛且有需要的消费族群就近在最短的时间内接触或取得你的产品。

乔·吉拉德说:“推销产品,也是推销人品!”优秀的产品只有在具备优秀人品的推销员手中,才能赢得长远的市场。销售商品前,请先销售你自己!

名片是成功的开始

名片虽小,却是一件有力的推销工具。乔·吉拉德曾说:“如果我只能依靠一样推销工具来做生意,日子一定不太好过。我之所以有今天,是因为我总是在使用各种有用的推销工具。但是,如果有一天非要我做出一种不可能的选择,即只选择一种工具,那么,在众多的推销工具中,我可能会选择名片。我所说的名片,并不是经销商印刷的那种名片,他们把业务员的名字印在名片的角落上,不惹人注目。我有我自己的名片,格式非常特殊,我的名字十分醒目,甚至上面还有我的照片。”

每一个人都使用名片,但乔·吉拉德的做法与众不同:在餐馆就餐付账时,他要把名片夹在账单中;在运动场上,他把名片大把大把地抛向空中,名片漫天飞舞,就像雪花一样,飘散在运动场的每一个角落。你可能对这种做法感到奇怪。但乔认为,这种做法帮他做成了一笔笔生意。

乔认为,每一位推销员都应设法让更多的人知道他是干什么的,销售的是什么商品。这样,当他们需要他的商品时,就会想到他。乔抛散名片是一件非同寻常的事,人们不会忘记这种事。

当人们买汽车时,自然会想起那个抛散名片的推销员,想起名片上的名字:

