

（世界销售大师经典书系之一）

经典全面的推销思想
生动真实的推销案例
简单易操作的推销方法

Joe Girard

乔·吉拉德

经典推销思想和案例

■ 思 恩◎编著

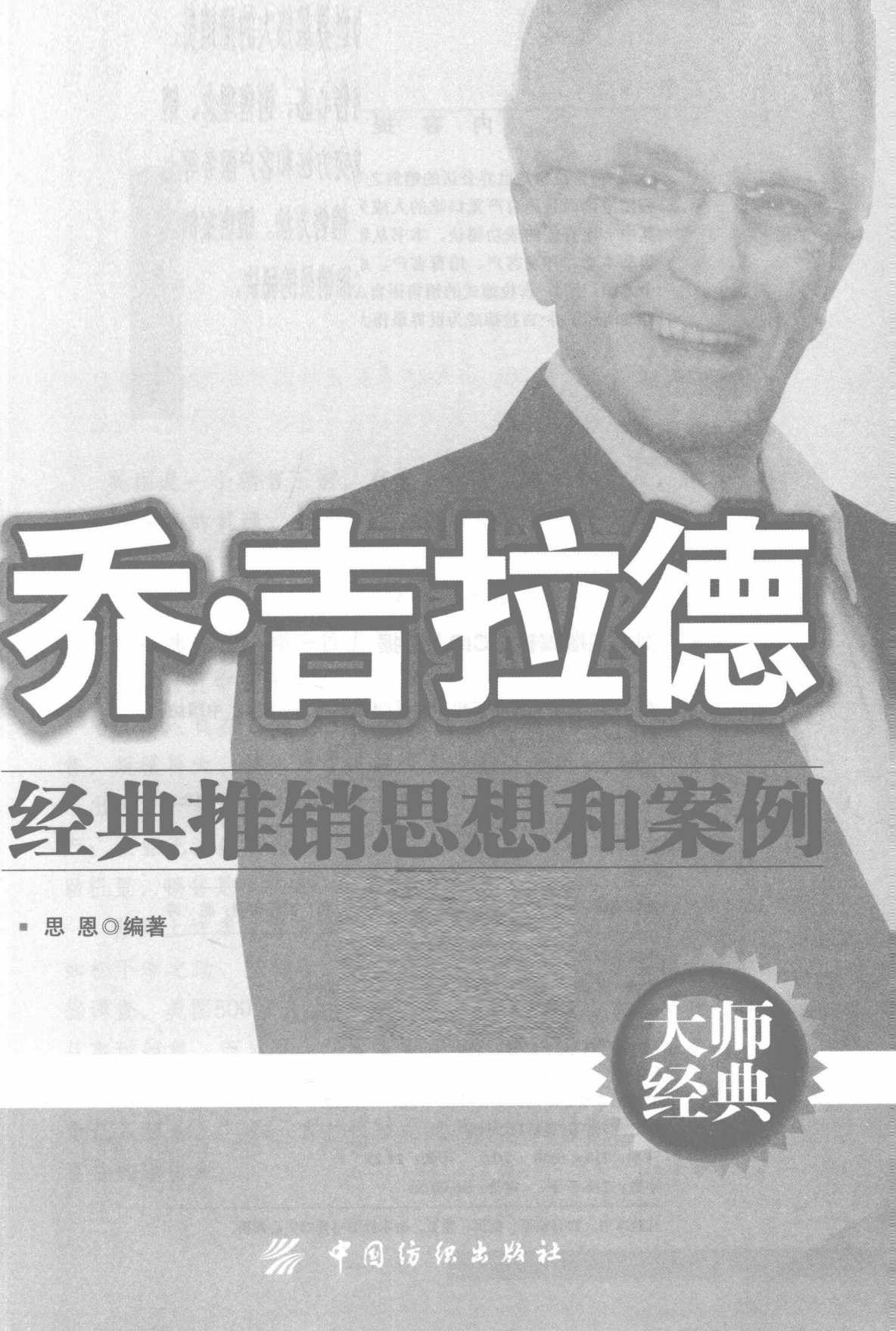
读了，一本等于100本；用了，一本等于500本。

在这本书里，乔·吉拉德将与你
共同探讨销售，煮酒论英雄。

大师
经典



中国纺织出版社

A black and white portrait of Joe Girard, an older man with glasses, smiling. He is wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt and a dark tie. The background is slightly blurred, showing some text from another page.

乔·吉拉德

经典推销思想和案例

■ 思 恩◎编著

大师
经典



中国纺织出版社

内 容 提 要

乔·吉拉德是世界公认的销售之王和演讲大师。他从一个穷困潦倒而且患有严重口吃的人成为世界最伟大的推销员，其中一定有他的成功秘诀。本书从销售心态、销售理念、销售基本功、开发客户、培育客户、成交方法和客户服务等七个方面，用乔·吉拉德式的销售语言、销售方法、销售案例，详细阐述了乔·吉拉德成为世界最伟大推销员的秘诀。

图书在版编目（CIP）数据

乔·吉拉德经典推销思想和案例/思恩编著. —北京：中国纺织出版社，2012.7

ISBN 978-7-5064-8617-0

I. ①乔… II. ①思… III. ①推销—基本知识 IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字（2012）第088650号

策划编辑：刘箴言 祝秀森 特约编辑：胡 利 责任印制：陈 涛

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

北京正合鼎业印刷技术有限公司印刷 各地新华书店经销

2012年7月第1版第1次印刷

开本：710×1000 1/16 印张：21.25

字数：216千字 定价：36.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社图书营销中心调换

序 言

美国是一个销售王国，有许多销售员组织和个人，销售员受到崇高的礼遇。有人作了一个妙喻，假如将全美国的销售员统统关进集中营，那么美国的经济马上就要瘫痪。美国前总统卡尔文·柯立芝曾说：“美国大计在于销售。”乔·吉拉德就是这样一位关系着社会经济的销售员，只是他是美国销售员中最优秀的一位。

销售人员在任何行业都是最重要的角色之一。没有销售，规模再大、技术再先进的企业也难以为继，因为产品卖不出去。产品卖不出去，企业没有收益，就无法继续投入生产；企业无法继续投入生产，企业就无法运转。在企业的发动机里，销售是火花塞，是企业的命脉。

世界上许多大企业家、超级富豪们都是从销售开始的。如松下幸之助、艾柯卡、比尔·盖茨、王永庆、李嘉诚……据调查，美国500家大公司的高级主管中，有许多人在年轻时从事过销售，而且现在仍在做着销售工作。美国亿万富翁鲍纳说：“只要你拥有成功销售的能力，你就能白手起家，成为亿万富翁。”乔·吉拉德就是这样一位因销售而成为亿万富翁的销售员。



人人都是销售员，销售无处不在，无时不有。有位哲人说过：“每个人都因能向别人销售着什么而生活。”人生就是销售，销售就是人生。有人说赢得人生的艺术就是能改变人们的思想，销售恰恰就是改变他人思想的艺术。乔·吉拉德就是这样一位销售艺术家。

有这样一个笑话，一个销售员被警察带去问话。警察们轮流盘问了他3个小时，结果是，他不但被无罪释放，还卖给警察3部吸尘器、2部洗碟机和5个电吹风。虽然这只是一个笑话，但却反映了销售员无处不销售的精神。

可以设想一下：当你去医院看病时，医生和护士成了你的客户；当你去买东西时，售货员小姐成了你的客户；当你去理发时，美发师成了你的客户；当你和一群陌生人一起吃饭时，全桌的人都成了你的客户；当你遇到的任何一个人都有可能成为你的客户时，你的销售业绩一定很好，你的收入一定很高。乔·吉拉德就是这样一位销售员。

你要成为像乔·吉拉德一样的人吗？要成为像乔·吉拉德一样的人，你就要像他那样思维、做事，使用他的方法，假以时日，你就真的成为了乔·吉拉德。

本书从销售心态、销售理念、销售基本功、成交方法、客户服务策略等七个方面，用最乔·吉拉德式的销售语言、乔·吉拉德式的销售方法、乔·吉拉德式的销售案例，介绍乔·吉拉德的销售思想和方法。百分百复制乔·吉拉德的销售思想和方法，你就可以成为公司第一销售员，成为行业第一销售员，成为中国乃至世界第一销售员。

目 录

第一章 销售心态

- 第一节 诚实是金 / 3
——诚信是业绩和财富的基础
- 第二节 言行一致 / 11
——像乔·吉拉德一样兑现诺言
- 第三节 热情似火 / 18
——像乔·吉拉德一样热情
- 第四节 心态决定一切 / 27
——拥有像乔·吉拉德一样的销售心态
- 第五节 自信的力量 / 37
——像乔·吉拉德一样重建自信心
- 第六节 我是我生命中的第一名 / 47
——像乔·吉拉德一样让自己成为第一名
- 第七节 激励为王 / 51
——像乔·吉拉德一样把自己激励到巅峰状态



- 第八节 “剩”者为王 / 54
——想要成功，就要坚持到底
- 第九节 爱的力量 / 63
——向顾客传递爱的信息
- 第十节 报酬法则 / 67
——在销售或服务时，多走两里路

第二章 销售理念

- 第一节 要做销售顾问，不要做销售员 / 77
——丰富的专业知识及高超的销售能力
- 第二节 卖产品之前先卖自己 / 80
——顾客购买的是你的服务精神和态度
- 第三节 顶尖销售员头脑中有目标 / 88
——如何设定并达成目标
- 第四节 热爱销售这份工作 / 96
——销售，这辈子最离不开的朋友
- 第五节 超越竞争对手 / 100
——立志成为行业中顶尖推销员
- 第六节 让顾客愿意约见你 / 104
——珍惜顾客的时间
- 第七节 推销从赞美开始 / 109
——如何有效地赞美顾客
- 第八节 用感情来营销 / 113
——欠情艺术是被动销售的最大力量
- 第九节 出其不意，一招制胜 / 116
——成功销售不走寻常路

第三章 销售基本功

- 第一节 微笑的魅力 / 123
 - 可以没有销售技巧，但不能没有微笑
- 第二节 倾听 / 133
 - 让顾客高兴并了解他心里在想什么
- 第三节 服装 / 143
 - 为成功而穿着
- 第四节 向超级推销大师学习 / 150
 - 乔·吉拉德的成功秘诀
- 第五节 聪明而辛勤地工作 / 153
 - 乔·吉拉德是如何有效工作的
- 第六节 没有好脾气做不了推销员 / 156
 - 销售是情绪的转移

第四章 如何开发客户

- 第一节 把网撒向有鱼的地方 / 161
 - 利用名片开发客户
- 第二节 关系营销从送礼开始 / 166
 - 如何有效地送礼
- 第三节 客户在哪里，钱就在哪里 / 169
 - 随时随地寻找顾客
- 第四节 250法则 / 172
 - 充分挖掘客户背后的资源
- 第五节 人际关系决定业绩高低 / 176
 - 扩大自己的交际圈



- 第六节 全面出击 / 180
——如何有效利用DM开发客户
- 第七节 歪打正着的策略 / 183
——“乱拨”电话，收获客户信息
- 第八节 利用口碑效应 / 187
——让你的产品和你的名字替你销售
- 第九节 找出有决策权的人 / 191
——如何找到既有钱又有需求的客户
- 第十节 人脉交换 / 194
——最好的人脉在别人那里
- 第十一节 猎鹰行动 / 196
——让身边的每个人都成为你的推销员
- 第十二节 沧海遗珠 / 200
——如何重新开发未成交的客户
- 第十三节 建立顾客资料卷宗 / 203
——客户服务档案是推销员最大的财富

第五章 如何培育客户

- 第一节 说好第一句话 / 209
——一分钟成交不是神话
- 第二节 激发顾客说话的兴趣 / 213
——建立友好链接从讲话开始
- 第三节 一见钟情的秘密 / 215
——建立非凡的亲合力
- 第四节 宇宙间最动听的声音 / 220
——记住客户的名字并叫出来

第五节 让顾客舒畅起来 / 225

——如何讲顾客喜欢听的语言

第六节 客户是上帝 / 232

——不要与客户争辩

第六章 销售成交

第一节 掀开顾客的购买盖头 / 239

——如何鉴别潜在客户

第二节 让客户兴奋起来 / 246

——贩卖汽车的味道

第三节 体验式成交 / 250

——让顾客参与操作

第四节 引导顾客进入婚姻殿堂 / 253

——巧妙引导顾客“二选一”

第五节 突出产品的卖点与优势 / 257

——如何打造和描绘产品的卖点和优势

第六节 奇怪的问题 / 261

——你卖产品，我卖话术

第七节 从容面对拒绝 / 263

——把客户的拒绝当做一种挑战

第八节 见招拆招 / 270

——如何处理顾客的反对意见

第九节 请君入瓮 / 273

——循序渐进成交法

第十节 假定成交 / 279

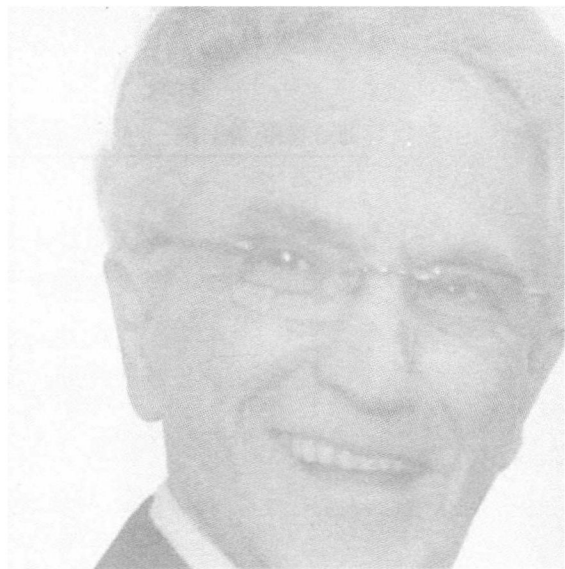
——销售是信心的传递



- 第十一节 欲擒故纵成交法 / 283
——让顾客在没有压力下成交
- 第十二节 预先交货成交法 / 289
——充分信任顾客
- 第十三节 以柔克刚 / 292
——幽默，使成交在愉悦中顺利进行
- 第十四节 逆风险成交 / 295
——不让顾客承担成交的风险

第七章 客户服务

- 第一节 真正的销售在售后 / 301
——打破“婚姻是爱情的坟墓”的魔咒
- 第二节 提供物超所值的服务 / 306
——在服务上，没有最好，只有更好
- 第三节 品质永不打折 / 310
——服务的3个关键：品质、品质、品质
- 第四节 感谢推荐人 / 314
——你越感激客户，客户越会为你推荐
- 第五节 顾客还是老的好 / 317
——维系好老顾客
- 第六节 解决问题的专家 / 320
——你的财富来自于为客户解决问题当中
- 第七节 持续增长的财富渠道在哪里 / 325
——如何建立一个客户推介系统
- 参考文献 / 329



第一章

销售心态



销售人员从事的是关于心态的事业。销售卖的不是产品而是心态，服务的不是客户而是心态。

对于销售而言，心态好，万事可为；心态不好，万事皆休。动机是你决定做什么，心态是你决定做得有多好，心态决定你能在销售的旅途上走多远。心态是销售事业大厦的基石。

本章详细介绍了成为世界上最伟大的销售员所应具备的销售心态。



第一节 诚实是金

——诚信是业绩和财富的基础

乔·吉拉德说：“诚实是推销之本。”要使销售成功，首先你要学会诚实。诚实是推销的最佳策略。推销过程中需要说实话，一是一，二是二，来不得半点欺骗。

据美国纽约销售联谊会的统计，70%的人之所以从你那儿购买产品，是因为他们喜欢你、信任你和尊敬你。因此，美国销售专家齐格拉强调：“信任是关键。”他说：“我坚信，如果你在工作中对顾客以诚相见，那么，你的成功会容易得多、迅速得多，并且会经久不衰。”

世界上很多成功人士，他们都将自己的成就归因于诚实。

麻州参议员以及前国务卿丹尼尔·韦伯说，“没有什么比真理更具有力量。”《圣经》中说，“你应明了真理，因真理可给你自由。”

如果你想让别人认为你是值得托付、值得信任的人，没有丝毫怀疑，首先你要做到诚实。诚实可以适用于大人和小孩，男人和



女人，富人和贫民，名流或默默无闻的人，各式各样的人身上。做为一个推销员，更应该诚实。

乔·吉拉德说：“推销员，最负担不起的就是不尊重事实，歪曲事实。说谎，或只说一半真话的推销员，很快就会发觉自己毫无前景，失去客户甚至工作。”

乔·吉拉德深知汽车推销员在人们心中的形象，因此他加倍努力保持诚实的形象。是诚实让他成为全球第一名的推销员。他总是坦白地告诉客户，“我不只是站在车子后面，我也能理直气壮地站在每部我推销的车子前面。”他的每个销售个案都是在太阳下完成的，都是在诚实中缔结的。

对于推销员来说，70%的顾客购买我们的产品，都是出于对我们的信任，因为信任我们，所以信任我们的产品。销售贬卖的是信赖感，卖产品之前先卖信赖感，当客户相信你了，成交也就成了很自然的事情了。

在当今竞争日趋激烈的市场条件下，信誉已经成为竞争制胜的重要手段，唯有诚信才能为推销员赢得信誉。作为推销员，在与客户的合作过程中，如果失去了诚信，这对我们推销工作的展开是极为不利的。

乔·吉拉德始终坚信，如果我们在推销工作中与客户以诚相待，那么我们成功的机会会多得多。因此，想要成为成功的推销员，就不要急着把产品推销给客户，而是先要想办法取得客户的信任。取得客户的信任之后，再向客户传递有关产品的信息，为顾客提供优质的服务。这样的做法，要比一开始就着急推销效果好得多。

许多顾客会拿乔·吉拉德和其他汽车销售人员做比较，但最终还是会选择乔·吉拉德所推销的汽车。顾客这样做，并不是因为

乔·吉拉德所推销的汽车比其他推销员的价格低，也不是因为他所销售的汽车质量更好。相反，乔·吉拉德推销的汽车有时候还会比其他推销员贵75~100美元，但是顾客宁可多花出这一部分钱，也要买个放心。

这足以见得信任的力量。以诚相待，是所有推销学中最有效、最高明、最实际也是最长久的方法。

心理学专家研究显示，人类有一个共同的心理现象，就是如果有人能使自己开心，能取得自己的信任，即使事情与他们的心愿稍有不符，也不会太在意；相反，对一个不信任的人，即使是一点小缺陷，也会成为他们拒绝的理由。因此，在推销中能够取得成功的，不一定是满腹才学的人，但一定是那些善于赢得顾客信任的人。

当推销员在销售过程中表现出自己良好的信誉，并始终注重诚信，就能赢得客户的信任，从而使自己的销售业绩不断提高。

乔·吉拉德一再告诫推销员，不要在顾客面前说谎话，谎话会使我们承受不可挽回的损失。靠花言巧语蒙骗客户，必定是“一锤子”买卖，对销售员的前途弊多利少。他这样说是有根据的，因为他曾经有过这样的教训。那是乔·吉拉德刚刚进入推销行业的时候，他在向一个银行行长推销时，为了增加自己产品的竞争力，他夸大了汽车的性能。事后，银行行长发现乔·吉拉德说了谎话。结果，乔·吉拉德失去了这位顾客以及他能够带给乔·吉拉德的潜在客户。

这件事情给乔·吉拉德带来的教训让他至今难忘，从那以后，他会如实地告诉顾客关于汽车的一切真实情况。因为他明白，任何人都难以容忍他人欺骗自己，尤其是花钱来买产品的顾客，一旦自己的利益受到了损害，不但会终止这次交易，而且今后也不会再有交易的机会。



美国销售专家齐格拉说：“一个能言善辩而心术不正的人，能够说服许多人以高价购买低劣甚至无用的产品，但由此产生的却是三个方面的损失——顾客损失了钱，也丧失了对推销员的信任感；推销员不但损失了自重精神，还可能因这笔一时的收益而断送了销售生涯；对整个销售来说，损失的是声望和公众对它的信赖。”

乔·吉拉德说：“任何一个头脑清醒的人，都不会在卖给客户一辆只有六个汽缸的车的时候说车有八个汽缸。客户只要一掀开车盖，数数配电线，他就死定了。”

在推销过程中，很多推销员总是尽量隐瞒产品的缺点，因为他们怕一旦让顾客知道产品的缺点，就会打消他们购买的欲望。

事实上，如果推销员能够以适当的方式向顾客坦白产品的缺点，往往能够得到顾客的理解，并且在顾客看来，我们是一个诚实的推销员，他们会更信任我们。向客户推销你的人品，实际上就是向客户推销你的诚实。销售并不一定要有三寸不烂之舌，把产品吹捧得天花乱坠才会成功，老老实实说出产品的缺点，有时会使产品更具魅力。所以，我们在销售时不要掩盖产品的缺点。

产品存在缺陷是正常的，但是推销员加以隐瞒和蒙骗就有违职业道德了。再者，客户不会苛求我们的产品没有任何缺点时才作出购买的决定，只要让对方感到产品的优点多于缺点，优点压倒缺点，他就会欣然接受。所以，推销员不必再为产品存在缺陷而苦恼。如果某些客户揪着产品的缺点不放，你也不要极力掩饰，更不要据理力争，你可以向客户解释产品缺陷的原因，说明缺陷对于产品的美观和使用没有任何影响，消除他们的顾虑，甚至你还可以用某种超值服务填平这个缺点对客户心理影响。美国著名推销专家约翰·温克勒尔在他的《讨价还价的技巧》一书中指出：“如果客户在价格上要挟你，就和他们谈质量；如果对方在质量上苛求你，就和他们谈服务；如果对方在服务上挑剔，就和他们谈条件；如果