

销售太难？

就让我们站在世界顶尖销售巨人的肩膀上吧！
从一穷二白的年轻人到拥有全世界的顶尖销售
20位销售巨匠为你解构成交的秘密

SELLING
MAKES THE YOUNG
HAVE
THE WHOLE
WORLD

有个年轻人 拥有全世界

20位销售巨人讲述令人拍案叫绝的成交过程

董建明/编著

全球20位顶尖销售巨人，为你提供卓尔有效的销售心法
善用过程学习，达成完美结果

SELLING
MAKES THE YOUNG
HAVE
THE WHOLE
WORLD

有个年轻人 拥有全世界

20位销售巨人讲述令人拍案叫绝的成交过程

董建明/编著

图书在版编目 (CIP) 数据

有个年轻人, 拥有全世界: 20 位销售巨人讲述令人拍案叫绝的成交过程 / 董建明编著. —
北京: 中华工商联合出版社, 2017.7
ISBN 978-7-5158-2038-5

I . ①有… II . ①董… III . ①销售—通俗读物
IV . ① F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 148566 号

有个年轻人, 拥有全世界: 20 位销售巨人讲述令人拍案叫绝的成交过程

作 者: 董建明

责任编辑: 于建廷 臧赞杰

封面设计: 周 源

责任印制: 迈致红

出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷: 三河市宏盛印务有限公司

版 次: 2017 年 8 月第 1 版

印 次: 2017 年 8 月第 1 次印刷

开 本: 700mm × 1020mm 1/16

字 数: 240 千字

印 张: 15.25

书 号: ISBN 978-7-5158-2038-5

定 价: 39.00 元

服务热线: 010-58301130

销售热线: 010-58302813

地址邮编: 北京市西城区西环广场 A 座
19-20 层, 100044

Http: //www.chgslcbs.cn

E-mail: cicap1202@sina.com (营销中心)

E-mail: gslzbs@sina.com (总编室)

工商联版图书

版权所有 盗版必究

凡本社图书出现印装质量问题,
请与印务部联系。

联系电话: 010-58302915

推荐语

优秀的销售人员，敢想敢做，不惧风险，最重要的是敢做自己。看完这本书，会让你为之感动。

信用体系网董事长 孙艺豪

这是一本“无我即是我”的营销理论宝典。大纬度挖掘客户心理需求去发现你的产品与客户潜意识饥渴的价值满足路径，进而瞬间成交的实战法则。

鲁班建筑董事长 王明军

销售是经营人生的方式，也是实现梦想的捷径，通过作者分享的案例，可以领会应变的机智、无中生有的创造逻辑，希望通过本书让你享受销售的骄傲和满足。

北京慧光行博才文化发展有限公司总裁 张艺铭

销售，一个浅显而通俗的词汇；销售，一个漫长而复杂的过程。销售不是完结，而是伴随你一生的状态，除了销售产品，更重要的是销售你自己。本书将通过浅俗易懂的言语为你解读销售的故事，带领你感受销售的魅力。读好本书不仅能够提升你的销售业绩，也会改变你的人生轨迹。从这里开始，销售你自己！

临歌枣酿创始人 冯政华

干事业就像挖井，不要东挖挖，西挖挖，结果哪都不出水；心在哪里，结果才会在哪里!!! 成功不是一夜暴富，成功靠的是日积月累、点点滴滴！你不努力没人替你努力！此书帮助你指引了成功的方向。

雪研集团董事长 王雪玲

销售的最高境界，没有什么不可能，没有什么办不到，财富来自于你掌握的知识结构。董建明先生的这本书总结的经典，不看后悔。

诚铭源创始人 任芳进

“销售”贯穿于人的一生之中，“销售好自己，才能销售好产品”，董建明老师汇集了全球 20 位营销大师对于成交的精彩过程，值得大家拥有和珍藏！

嘉丽康集团董事长 赵方溪

“博采众长、百炼成钢”，每一次成交，就代表一次登攀！本书值得细细品读！

大盈盛品总经理 马利斌

序 言

从这里出发，给自己和人生一个惊喜

全世界任何一个国家，从事销售的人员都是一个不容小觑的群体。他们每天穿梭在城市各个角落，努力推销着产品或服务，与形形色色的人打交道。每个人都在努力地付出，但业绩却不总能尽如人意，甚至有时与付出不成正比。为此，很多人会忍不住抱怨：销售太难做了！

确实，这个世界上最难的事，莫过于把自己的思想装进别人的脑袋，把别人的钱放进自己的口袋。令很多销售员感到“难”的地方在于，要么无法跟客户建立有效的联结；要么谈到一半客户没了兴趣；要么是终于熬到签单的一刻，客户突然改变了主意……面对这样的状况，他们根本摸不着头脑，不知道究竟是哪个环节出了问题？

屡屡碰壁后，有些销售员就心灰意冷了。他们一方面丧失了对这份工作的热情和自信，另一方面也会心有不甘：我每天都在努力，为什么业绩还是上不去？为什么有些人看似漫不经心，却能牢牢地占着月度冠军、年度冠军的位置？

那些能把销售工作做得游刃有余、屡创佳绩的人，靠的仅仅是运气吗？这是宿命者的看法，事实真相是，他们善于洞察客户的心理，深谙销售的技巧，懂得如何敲开客户的心扉。销售，不仅仅是把产品兜售出去，更重要的是建立心与心的联结。

如果你是一名销售员，那么这本书你一定要看，它会帮你发现一些关键

的却常被忽略的细节；如果你欲从事销售工作，那么这本书也值得你看，它能帮你少走一些弯路。人生是需要标杆和榜样的，他们会成为带动你的牵引力；人生也是需要学习和借鉴的，虽然每个人要走的路不一样，但有些错误是完全可以避免的。

在这本书里，我们选取了世界顶尖的销售巨人作为典型代表，详细地展示了他们在销售过程中犯过的错、总结的经验、成交的细节、对客户心理的把握。他们中的绝大多数都曾是芸芸众生中的普通人，他们之所以能完成从平凡到卓越的转变，并不在于有多么超凡的智慧，拥有多么好的运气，而在于他们在销售的过程中不断自省、成长，最终凝练出了属于他们自己的个性化销售策略。

这些销售巨人的实践经验和精神力量，对每一位从事销售工作的人来说，在销售策略和方法上都有现实的指导意义，都能起到不同程度的启迪和激励作用。愿你能从这本书中，找到困惑已久的答案，发现突破自我的关键点，带着一颗自信的心继续奋斗，给自己和人生一个惊喜！

A handwritten signature in black ink, appearing to be '李书' (Li Shu), written in a cursive style.

No.1 **乔·吉拉德：推销产品就是推销自己**

人物故事：从贫民窟里走出来的顶尖推销员 / 002

让全世界知道你在卖什么 / 003

推销产品就是推销自己 / 005

有效地利用电话进行推销 / 007

让客户感受到你的付出 / 010

乔·吉拉德的销售心法 / 012

No.2 **原一平：幸运的前提是有能力改变自己**

人物故事：日本寿险业的“推销之神” / 016

用微笑打破客户的冷漠 / 018

顺利的推销从着装开始 / 020

在他人的批评中完善自己 / 021

时常检讨成交失败的原因 / 023

原一平的销售心法 / 025

No.3 汤姆·霍普金斯：把销售当成一门艺术

人物故事：他曾把冰卖给因纽特人 / 028

想赚更多的钱，就得接触更多的人 / 030

产品本身就是它最好的推销员 / 031

当着客户的面说出产品的缺点 / 033

适时在客户面前制造紧张气氛 / 036

汤姆·霍普金斯的销售心法 / 038

No.4 博恩·崔西：成交过程背后藏着心理学

人物故事：给比尔·盖茨讲课的大师 / 040

成功的推销从关心人开始 / 041

没有谁能抵挡住赞美的力量 / 043

找到能引起客户兴趣的点 / 044

站在对方的立场去提建议 / 046

博恩·崔西的销售心法 / 047

No.5 克莱门特·斯通：善用精神因素的力量

人物故事：只有一位克莱门特·斯通 / 050

去做那一件让你害怕的事 / 052

推销要有百折不挠的精神 / 054

有些失败是可以逆转的 / 055

归纳出更好的推销模式 / 057

克莱门特·斯通的销售心法 / 058

No.6 弗兰克·贝特格：找出决定销售的关键点

人物故事：从退役棒球手到寿险大师 / 062

把自己当成客户的挚友 / 064

抱着被拒绝的心理去争取 / 065

巧妙提问打破沟通阻碍 / 068

让客户体会到一种优越感 / 070
弗兰克·贝特格的销售心法 / 071

No.7 马里奥·欧霍文：在潜移默化中影响客户

人物故事：幸运不是从天而降的运气 / 074
良好的印象是成交的基石 / 075
巧妙跟进顾客的不同反应 / 077
催眠推销：让客户主动签单 / 079
从容应对各种棘手的客户 / 081
马里奥·欧霍文的销售心法 / 084

No.8 杰弗里·吉特默：销售知识比天赋更重要

人物故事：“掏空”客户钱包的推销员 / 088
成功的销售从准备开始 / 089
掌握陌生拜访的技巧 / 091
激发客户的购买欲望 / 093
把控好成交的最后一关 / 095
杰弗里·吉特默的销售心法 / 097

No.9 雷蒙·A.施莱辛斯基：与客户进行良好的沟通

人物故事：让客户为自己推销的大师 / 100
请求客户给自己五分钟 / 101
看透肢体语言背后的心理 / 102
针对性的提问会促进成交 / 105
成为一个优秀的聆听者 / 107
雷蒙·A.施莱辛斯基的销售心法 / 109

No.10 齐格·齐格勒：成功就是这一次没有失败

人物故事：永远不停止努力 / 112

- 真心爱上自己推销的产品 / 113
- 上门推销时要掌握的技巧 / 115
- 明确给客户一个购买的理由 / 117
- 把“为什么”引入谈话中 / 118
- 齐格·齐格勒的销售心法 / 120

No.11 金克拉：相信推销是一件有价值的事

- 人物故事：在跌宕起伏中成就自己 / 124
- 正确认识销售工作的价值 / 125
- 销售靠策划而不是运气 / 127
- 透过提问分析客户的需求 / 129
- 巧妙说服态度粗鲁的客户 / 130
- 金克拉的销售心法 / 132

No.12 罗伯特·舒克：出其不意的“硬球推销”

- 人物故事：伟大的先锋推销作家 / 134
- 拿出不卑不亢的推销态度 / 135
- 打扮成一个权威的引导者 / 137
- 用强大的气场镇住“把关人” / 139
- 敢于去跟大客户谈订单 / 141
- 罗伯特·舒克的销售心法 / 143

No.13 哈维·麦凯：成功就是经营好人际关系

- 人物故事：世界第一的人际关系大师 / 146
- 为自己所做的事感到骄傲 / 147
- 多想象一下成功的画面 / 148
- 对付难缠客户的妙招 / 150
- 哈维·麦凯的销售心法 / 153

No.14 乔·坎多尔弗：付出自己的一切时间去努力

人物故事：一年之内做成 10 亿美元的生意 / 156

推销时要把握的几个关键环节 / 157

善于运用强有力的问句 / 160

用特殊的开场白吸引客户注意 / 162

持续为客户提供优质服务 / 164

乔·坎多尔弗的销售心法 / 165

No.15 杰·亚伯拉罕：把握住眼前的“突破机会”

人物故事：零售领域独一无二的专家 / 168

经常与重要的人做有意义的沟通 / 169

带给客户一些真诚的“保证” / 171

屡试不爽的“加码”营销策略 / 172

重新启动那些“失联”的客户 / 174

杰·亚伯拉罕的销售心法 / 176

No.16 柴田和子：懂得布局是做活推销的法宝

人物故事：一年收入三亿元的业务员 / 180

打动客户的“红灯话术” / 182

在说服时加入真诚的提醒 / 184

正面突破是促进成交的利器 / 186

该放弃的时候不要固执 / 188

柴田和子的销售心法 / 189

No.17 罗杰·道森：谈判博弈的重点是策略

人物故事：从普通移民到总统顾问 / 192

理想的谈判应当是双赢 / 193

蚕食策略在谈判中的运用 / 195

对买家的出价要表示震惊 / 196

恰当的时候给客户施加压力 / 197

罗杰·道森的销售心法 / 199

No.18 戴夫·多索尔森：发现独特的推销主题

人物故事：“创造性推销”的创始人 / 204

在客户的拒绝中发现创意 / 205

每一次销售都要有新的思维 / 208

开场白要说得“特别”一点 / 209

对特殊的客户用特殊的手段 / 211

戴夫·多索尔森的销售心法 / 213

No.19 河濑和幸：不用他人都知道的销售技巧

人物故事：让任何商品都成为爆品 / 216

少对顾客说“欢迎光临” / 217

发放传单也要讲究技巧 / 218

避免营造一定要卖出去的气氛 / 220

河濑和幸的销售心法 / 222

No.20 徐鹤宁：行动是成功推销的最高法则

人物故事：力争第一的亚洲销售女神 / 226

用行动传递出正向情绪 / 227

始终保持一份行动力 / 229

维持自己的巅峰状态 / 231

徐鹤宁的销售心法 / 232

**SELLING
MAKES THE YOUNG
HAVE
THE WHOLE
WORLD**

No.1

乔·吉拉德：推销产品就是推销自己

人物故事：从贫民窟里走出来的顶尖推销员

提起乔·吉拉德，营销界几乎没有人不知道这个名字，他被称为“世界上最伟大的推销员”，他的销售方法被收入世界吉尼斯纪录大全。他经常告诫自己说：“没有人能左右你的生活，只有你能控制。失去自己就是失去了一切，连朋友也不会理睬你。”

多么清醒的自我认识啊！你一定会认为，他正是因为有了这样的想法，才能走上世界顶级推销员的位置。事实恰恰相反，他并不是什么天生的销售达人，他的成长道路也是一波三折的。

1928年11月1日，乔·吉拉德出生在美国底特律市的一个贫民家庭，父辈是四处谋生的西西里移民。从9岁开始，乔·吉拉德就开始给人擦鞋、送报，赚钱贴补家用。他有严重的口吃，经常遭到父亲的辱骂和邻里的歧视。当父亲骂他一事无成的时候，他就开始下定决心要证明父亲错了；当邻里对他投以鄙夷的目光时，他就去跟别人拼命；唯一能够让他感受到温暖的，就是母亲的关爱，幸好有母亲的鼓励，才让他内心一直坚信着自己的价值。

16岁那年，乔·吉拉德离开了学校，成了一名锅炉工，并在那里感染上了严重的气喘病。再后来，他做了一名建筑师，到1963年1月为止，他盖了13年的房子。35岁之前，乔·吉拉德换过40份工作，可惜一事无成。

35岁是乔·吉拉德人生的转折点。那一年，他破产了，负债6万美元。为了生存，他走进了一家汽车经销店，在朋友的帮忙下才谋得了汽车销售员的工作。人生前半场的失败记录，逼着乔·吉拉德翻身，他说：“因为没有地方可去了，只能向上！”

困难没有吓倒乔·吉拉德，而是激发了他内在的动力，让他变得更加坚强。这也印证了一句话：不逼自己一把，你永远不知道自己有多优秀！接下来，

乔·吉拉德周身充满热情，只要有人路过他的办公室，他都会在心里呐喊：“亲爱的顾客，进来吧！来我这儿看看，你一定会想买我的车！”一旦顾客走进店铺，他就会展开各种攻势，让顾客买到自己想要的汽车。

三年的时间里，乔·吉拉德不断强化“相信自己一定能做到”的信念，并将全公司最优秀的推销员的照片挂在自己办公室的墙上，作为一个标杆，提醒自己要打败他。最后，乔·吉拉德真的做到了，他打了一个漂亮的翻身仗，还创造出了奇迹：以销售 1425 辆汽车的成绩，打破了汽车销售的吉尼斯世界纪录，成为汽车行业里最伟大的推销员。

1978 年 1 月 1 日，乔·吉拉德急流勇退，开始从事教育培训工作。直至退休 30 多年后，他每天的行程依然排得很满，他已经成为全美各界竞相邀请的演说家之一，曾经为多个国家的世界 500 强企业精英传授自己的宝贵经验，数以百万的人被他的演讲所感动。

2001 年，乔·吉拉德跻身“汽车名人堂”。这是汽车界最高的荣誉，其中的获得者多数都是汽车业界的先驱，如福特汽车的创始人亨利·福特，法拉利创办人恩佐·法拉利等，乔·吉拉德是唯一的一名汽车销售员。

乔·吉拉德没有优越的家庭背景，也没有机会接受专业的教育，但他还是一步步改写了自己的人生。他曾经说，自己身上有富有感染性的“火花”，火花能产生熊熊烈火，让他不放过每一次推销自己、推销产品的机会，把握了每一个成功的细节。接下来，我们就仔细体味一下，这位世界上最伟大的推销员在销售过程中的策略与技巧。

让全世界知道你在卖什么

从踏上销售征途的那一刻开始，你知道自己必备的道具是什么吗？答案就是——名片！

向别人清楚地介绍自己，最少也要 1 分钟的时间，但这个时间未必会有

人愿意给你。拿出名片就不一样了，从你的姓名到职位，再到公司及产品、联系方式，一目了然。只要看一眼名片，就知道你在卖什么，省掉了无谓的讲解。

乔·吉拉德是一个“名片达人”，不管在什么地方，只要碰到人，他的左手立刻就会到口袋里去拿名片。每次去看球赛，乔·吉拉德都会先准备一万张名片。当比赛进入高潮期，或是运动员进球的时候，他就会把自己的名片向空中洒去，看着名片在空中飞舞，多数人都会捡起他的名片。如果其中有想买汽车的人，自然会联系他，这就为他增加销售业绩创造了可能。

任何一个能够发放名片的机会，乔·吉拉德都不会放过。在餐厅用餐后，他会在付账的时候多给侍者一些小费，然后再给他一盒自己的名片，要求侍者分发给在餐厅用餐的其他人。即便是在寄付电话费或网费的时候，乔·吉拉德也会在其中放两张自己的名片。打开信封的人，一下子就能了解他的职业。

在过去的一年里，你发放了多少张名片？要知道，乔·吉拉德每年至少发放掉100万张名片，他不停地用这样的方式推销着自己，让他遇到的每一个人都知道他在卖汽车，让每一个想购买汽车的人都觉得可以尝试跟他联系。

推销不是固定在某个时间段来做的事，而是无时无刻都需进行的工作。作为销售员，必须要意识到这一点，无论何时何地，只要你的一只手接触到对方，另一只手就应该把名片递给对方。别把自己藏起来，别羞于把名片送给别人，只有让更多的人知道你在卖什么，他才会是有购买欲望的时候想起你、找到你。

也许你会担心，就算把名片发放出去了，那些拿到名片的人也未必会记得你。这个问题确实存在，经统计证明，每天成千上万的人在寒暄中交换名片后，其中有93%的名片会在24小时之内被丢进垃圾桶，只有不到1%的名片被保留了一个月以上。

在这件事上，不妨学学乔·吉拉德的做法。每当名片发出去后，他都会跟对方说：“你可以选择丢掉它，也可以选择留下它。如果选择留下它，你可