

销售大师

之乔·吉拉德

推销思想精读全集

金跃军 编著



Joe Girard



YZLI0890122211



中华工商联合出版社



Joe Girard

推销思想精读全集

之乔·吉拉德

销售大师



金跃军 著



YZLI0890122211



中华工商联合出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售大师之乔·吉拉德推销思想精读全集/金跃军
著. —北京: 中华工商联合出版社, 2011

ISBN 978-7-5158-0084-4

I. ①销… II. ①金… III. ①推销—方法 IV.
①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 227810 号

销售大师之乔·吉拉德推销思想精读全集

作 者: 金跃军

选题策划: 卢 俊

责任编辑: 卢 俊 效慧辉

装帧设计: 树装帧

责任审读: 郭敬梅

责任印刷: 迈致红

出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷: 三河市华丰印刷厂

版 次: 2012 年 2 月第 1 版

印 次: 2012 年 2 月第 1 次印刷

开 本: 710mm × 1020mm 1/16

字 数: 260 千字

印 张: 19.75

书 号: ISBN978-7-5158-0084-4

定 价: 39.90 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 侵权必究

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

有这样一个人，1929年出生在美国的贫民窟。小时候，成天沿街卖报，在酒吧里替人擦鞋，做过洗碗工、送货员、电炉装配工和建筑承包商等，除了在街上所学之外，几乎没有机会接受专业的教育；35岁以前，他还是个彻底的失败者，患有非常严重的口吃，换过40个工作仍然一事无成。在走投无路之际，他踏入了推销行业。然而，没有人想象得到，这一个人，竟然能够在短短的3年内爬上“世界第一”的位置，并被吉尼斯世界纪录称为“世界上最伟大的推销员”。

他，就是乔·吉拉德。我们来看一下这位销售大师曾经取得的殊荣：

- 人类推销史上的奇迹创造者
- 世界上最伟大的销售大师
- 连续12年荣登吉尼斯销售冠军

宝座

- 全球最受欢迎的实战派演讲大师
- 世界500强企业精英的崇拜者
- 全球逾800万人受训于他
- 全球五本畅销书的作者
- 全球逾千万人研读过他的著作

再让我们来看一下各界人士对乔·吉拉德的评价：



前言

通向健康、幸福和成功的电梯出了故障，你必须改走楼梯——一步一个台阶。

——乔·吉拉德



“乔·吉拉德是一个与众不同的人。”

——《新闻周刊》杂志

“他总能让我们认识到什么是趋向成功的态度。”

——海洋渔业轮船公司

“乔·吉拉德能激发人们的精神，同时给人们带来灵感和希望。”

——雅马哈摩托车有限公司

“热情树立风格。”

——电力总公司

“乔是一个真正杰出的成功者。”

——约翰·蒂勒公司

“乔·吉拉德对汽车行业的重要性就如同泰·库伯对棒球一样。”

——福特汽车公司

乔·吉拉德是极少数奇特人物之一，通过他坎坷的人生历程和他所取得的巨大成绩，我们不难看出，乔·吉拉德是一位集智慧与勇气于一身的完美推销员。他生于贫穷，长于苦难，却始终自强不息，不懈奋斗，虚心学习；他注重服务，始终坚持顾客至上的原则，将客户的利益放在第一位，并一如既往地坚持诚信；在销售方法及策略上，乔·吉拉德从不墨守成规，能够不断创新，从而在激烈的竞争中不断超越自我，最终走上销售的巅峰，成为世界上人人尊敬的最伟大的推销员。

《销售大师之乔·吉拉德推销思想精读全集》着重介绍这位销售大师销售的成功经验、方法及策略，并辅以大师本人推销的实例，旨在帮助所有推销员不断提升自己的销售能力。



目 录

前言 / 1

第1章 名片满天飞——向每一个人推销自己 / 001

1. 打造良好的第一印象 / 003
2. 打造一个有可售性的自己 / 006
3. 100%地推销你自己 / 009
4. 努力创造奇迹，敢于与众不同 / 011
5. 喜欢上自己，化劣势为自信 / 013
6. 消除对大人物的恐惧心理 / 015
7. 让名片成为销售的“轻骑兵” / 016
8. 像发名片一样发礼品 / 019
9. 与客户同步 / 020
10. 记住客户的名字和相貌 / 023
11. 主动上门推销 / 025

第2章 点燃你的激情——发自内心热爱自己的职业 / 029

1. 启动体内的发动机 / 031
2. 一次只做一件事 / 033
3. 反复练习简单的事 / 035
4. 远离怠慢工作的小圈子 / 037



5. 给自己充电 / 039
6. 推销员要热爱自己的职业 / 042
7. 点燃你的激情 / 044
8. 永葆进取心 / 047
9. 耐心地做别人不愿坚持的事 / 049
10. 让客户感激你 / 051

第3章

蓄势待发——机会只眷顾那些有准备的人 / 055

1. 运用好肢体语言 / 057
2. 培养与提升自身素质 / 059
3. 随时储备知识 / 064
4. 形成好的工作习惯 / 067
5. 熟悉自己所销售的产品 / 068
6. 合理地规划时间 / 071
7. 设定目标，让自己成为专业人士 / 074
8. 培养自信心 / 076
9. 培养敏锐的观察力 / 079
10. 聪明而不盲目地辛勤工作 / 081
11. 有效的 TDPPR 公式 / 083

第4章

销售中永远遵循 250 定律——不得罪任何一个客户 / 087

1. 每个人的背后都站着 250 个人 / 089
2. 怎样抓住那个“一” / 092
3. 不和“陌生人”做生意 / 094
4. 未成交的顾客也很重要 / 096
5. 把每一个人都当成最有价值的顾客 / 099
6. 不断提升鉴别准客户的能力 / 101
7. 学会控制自己的情绪 / 102
8. 微笑对待每一个人 / 104

第5章

研磨拜访的技巧——通向成功之门由此打开 / 109

1. 寻找潜在客户 / 111
2. 全面了解客户 / 114
3. 制订拜访计划 / 116
4. 擅用推销工具 / 119

5. 塑造良好的公共形象 / 122
6. 把握好对顾客说的第一句话 / 126
7. 珍惜顾客的时间 / 128
8. 接近客户的 8 个妙法 / 130
9. 智慧地赞美你的客户 / 134

第 6 章 学会倾听——感受顾客的内心想法 / 137

1. 做一个善于倾听的人 / 139
2. 用心倾听了解客户的需求 / 142
3. 不同客户应对法 / 144
4. 掌握倾听的技巧 / 148
5. 遵守 12 项倾听原则 / 149

第 7 章 保持诚信——良好的信誉更容易赢得顾客的认同 / 153

1. 诚信是销售之本 / 155
2. 学会相对地诚实 / 157
3. 不要掩盖产品的缺点 / 159
4. 塑造诚实的推销员形象 / 161
5. 真心与顾客交朋友 / 162
6. 兑现承诺 / 165
7. 展示公司的良好信誉 / 167

第 8 章 突破异议——牢牢驾驭销售的主动权 / 171

1. 销售，从被拒绝开始 / 173
2. “考虑考虑”不等于拒绝 / 175
3. 掌握顾客异议背后的潜台词 / 178
4. 不要与客户争辩 / 181
5. 让客户无法拒绝 / 184
6. 化解顾客的价格异议 / 187
7. 善于处理客户的各种借口 / 190
8. 乔式处理拒绝 14 法则 / 194



第9章 心理博弈——激活客户的购买欲望 / 199

1. 了解顾客所需 / 201
2. 积极营造客户的需求氛围 / 203
3. 谈顾客感兴趣的事情 / 205
4. 帮助顾客找到潜在需求 / 207
5. 精彩演示胜过千言万语 / 210
6. 引导顾客购买 / 213
7. 用产品的味道吸引顾客 / 217
8. 利用顾客的“从众”心理 / 219
9. 巧妙引导顾客“二选一” / 221
10. 让顾客参与进来 / 223

第10章 促成交易——快速成交背后的9个秘密 / 225

1. 找出有决策权的人 / 227
2. 克服成交的心理障碍 / 229
3. 促进成交的8种办法 / 232
4. 不要急于求成 / 235
5. 学会识别成交信号 / 238
6. 制造紧迫感促成交易 / 241
7. 把握报价的最佳时机 / 244
8. 为成交做好准备 / 246
9. 及时传递爱的信息 / 248

第11章 坚持每月一卡——售后是新销售的开始 / 251

1. 推销的开始是在成交之后 / 253
2. 每月一卡，保持与客户的定期联系 / 255
3. 提供物超所值的服务 / 258
4. 服务比产品更重要 / 260
5. 不要害怕顾客的抱怨 / 262
6. 正确处理客户的投诉 / 264
7. 给顾客写封信 / 266
8. 注重细节 / 268
9. 为顾客提供永久的优质服务 / 269

第12章 **实施“猎鹰”计划——让客户帮助你寻找客户 / 271**

1. 让“猎鹰行动”从身边开始 / 273
2. 认识更多的人 / 275
3. 积累并不断发展人脉资源 / 277
4. 维系好老顾客 / 280
5. 巧让客户为你引荐 / 282
6. 一个很小但强有力的销售工具 / 285

第13章 **每天淘汰旧的自己——在超越中不断成长 / 287**

1. 比昨天多销售一点点 / 289
2. 提升自己的超强竞争力 / 291
3. 超越对手，超越自己 / 292
4. 熟悉并尊重对手 / 294
5. 每天进行自省 / 298
6. 追随着梦想不断超越自己 / 299
7. 努力创造奇迹 / 301



第1章

名片满天飞

——向每一个人推销自己

1

打造良好的第一印象

在顾客的眼中，推销员是什么形象呢？大多数顾客会认为推销员是诡计多端、喋喋不休的。造成顾客这种想法的原因，是顾客与推销员接触的时候，推销员没有给他们留下一个好的印象。

因此，我们一定不能够给客户留下这种糟糕的形象。乔·吉拉德说，当我们能够把本来处于劣势的形象改变，让它成为优势的时候，我们在竞争中就能处于更有利的位置了。可见，推销员的形象是很重要的。

好的开始是成功的一半。推销的关键是在第一时间，让客户对我们产生信任。客户对我们的信任感，往往是通过最初的 30 秒建立的。30 秒我们能做些什么呢？滔滔不绝的演说？这样客户难免会觉得我们太急于求成了。如果什么都不说，就不会给客户留下任何深刻的印象。

每一个成功的推销员都深知第一印象的重要性，如果不能给客户留下一



一个好的印象，那么就无法引起客户对推销员进一步了解的兴趣。正如乔·吉拉德所说，客户是先接受推销员，之后才开始接受产品的。如果我们无法让客户接受我们，就无法让客户接受我们推销的产品。

第一印象如此重要，那么作为推销员，应该怎样打造我们在客户眼中的印象呢？

首先，穿着一定要得体。当我们接待顾客时，首先映入顾客眼中的就是我们的着装。据调查，初次见面给对方的印象 90% 来自于服装。乔·吉拉德认为，推销员最得体的服装，应该以顾客为标准，即推销员根据即将要拜访的客户的身分，来确定自己的着装。

一些顶尖的推销员都十分注重着装，他们根据情况的不同，根据不同的时间、地点、场合来选择相应的服装。如果要拜访的客户是家庭主妇或退休的老年人，那么着装就可以休闲一点，如果穿着太过高档或正式，就会使顾客有一种距离感；如果我们拜访的客户是大公司、大企业的员工或老板，我们就应该穿着正式一点，太寒酸地出现，生意是无法谈成的。

着装总体的原则是：既不能过分华丽，又要得体大方。乔·吉拉德总结为以下几点。

1. 得体

上衣和裤子、领带、手帕、袜子等最好是配套的。

衣服的颜色不宜太过鲜艳夺目，应尽量保持大方稳重。

大多数情况下，推销员应穿西装，或者是轻便西装。

衣服上不要佩戴一些代表个人身份或宗教信仰的标志，除非我们能够确定拜访对象的宗教信仰。

可以佩戴能够代表公司形象的标志，或是与产品相似的配饰，这样能够加深客户对我们或产品的印象。

尽量不要佩戴太阳镜或是变色镜，因为人们往往都是通过观察对方的眼

睛来决定对方是否可信。

不要穿太过潮流的衣服，也不要佩戴太多的饰品。

可以携带一个大方的公文包。所带的笔最好是比较高级的钢笔或是签字笔，不要使用质量低廉的圆珠笔。

尽量不要脱去上装。

2. 讲究

对于男性推销员来说，领带是最能发挥作用的一部分。人们往往喜欢通过领带来推测推销员的兴趣、爱好，从而判断其人品。所以，推销员的领带既不能别出心裁，也不要过于平淡。根据自己的年龄、性格以及工作特点等加以选择。

在公司里可以预备一双质地良好的皮鞋，专为拜访客户或是出差的时候使用。除了鞋子之外，还可以在公司预备一件衬衣，如果随身穿的衣服出现褶皱或是污点，可以随时换。女性推销员，则需要预备一双丝袜，因为丝袜是最容易破损的。

随身携带手帕、纸巾、梳子等在日常生活中常常用到的东西，不仅是自己准备，客户也有用得上的时候。

3. 大方

年轻业务员，一般而言应该穿着淡雅、朴素，能够给人以稳重踏实的感觉。如果自身性格比较内向，可以穿一些颜色鲜艳的衣服，来弥补性格方面的缺点。

中年业务员，则可以选择款式比较新颖的服装，但要避免穿着过于高级，这样会给客户造成产品价格非常昂贵的感觉。

除了服装之外，还需要注意自己的言谈举止。语速太快、语言粗俗、吐字不清、说话有气无力、吹嘘、批评、死缠烂打等都不可取，应做到落落大



方，谈吐优雅。

4. 礼仪

推销之道，礼仪为先。礼仪，是推销的敲门砖，每一个推销员都应具备，且要应用得当。

推销员如果不熟悉推销的礼仪，往往会造成交易的失败。良好的礼仪是个人气质、修养、能力等内在素质的外在体现。

推销员应掌握一些必要的礼仪。对客户的称呼，人们现在喜欢被称为“先生”、“女士”。在商务会谈中，要简单地做自我介绍，如果是被别人介绍，应与对方点头示意或是与对方握手；接到别人的名片时，要用双手去接，这样表示对对方的尊重。在商务活动中，如果有正规的宴会，在不能赴宴的情况下，要提前告知对方，并表示歉意；赴宴的话，应该准时或提前 1~2 分钟入席，在餐桌上不能狼吞虎咽、边说边吃，更不能醉酒。

虽然我们都知道第一印象没有绝对性，但是人们往往会通过第一印象来对他人作出判断。所以，推销员应该将自己最好的形象展现在顾客面前，从而增加推销成功的筹码。

2

打造一个有可售性的自己

想要推销自己，首先自己要具有可售性。这就要求我们必须对自己进行一系列的包装，主要目的有两个：吸引注意力，刺激顾客的购买欲。

拳王阿里在 1974 年世界拳击比赛前夕曾向新闻媒体宣称：“我将在 5 秒之内击倒对方。”结果他真的获得了冠军。他说那句话的目的是什么呢？就是为了宣传自己，用语言将自己包装一番。

包装自己，是每一个推销员必须具备的技能。当我们看到一个包裹掉在地上，包装纸破了，带子也松了，此时我们就会联想到里面的东西一定坏了。同样的道理，如果推销员以糟糕的形象出现在客户的面前，客户同样就会怀疑推销员的能力。

所以，推销员要在自己的形象上下一番工夫。推销员的外在形象，就是给顾客留下好印象的诱饵。如果我们的装扮和自己的职业不相吻合，就不能在客户心里留下值得信赖的印象。推销是取得客户信赖的过程，所以必须重视这个问题。

首先，要注意我们的内在。内在就是内心所具备的东西，比如，眼神、微笑，还有我们的话语等都是我们内在的体现。

其次，要注意我们的外在，也是我们需要包装的重点。包括：整洁的装饰、体态、穿着等。乔·吉拉德十分重视自己的外在，为此他还列出注重外在形象的6个原则。

1. 头发。头发是人体很重要的一部分，一个重视自己外表的人，头发会一直保持纹丝不乱的状态。这就要求推销员经常清洗头发，不要让自己的发型显得过于呆板，也不能过于夸张。只要梳理整齐，不出现头屑就好。

2. 如果是男性销售员，要经常刮胡子。销售员不是文艺青年，不需要留给客户粗犷豪放的印象。

3. 如果是女性销售员，要注意自己的妆容。销售员不是舞台上的明星，不需要浓妆艳抹，要根据自己的特点来装扮。同时，也要注意自己的指甲，需要保持干净整齐。如果需要涂指甲油，不要选择过于明显的颜色。

4. 如果条件允许，每天都要洗浴。洗浴会让人看上去更有精神，也会让头脑更加清醒。可以用一些香水，但是不宜过量。

5. 体形很重要，最好有健身的习惯。

6. 姿态要端正，不要随时流露出懒散的样子，那会给客户留下不认真的印象。所以，站要站直，走路要抬头挺胸，坐着要挺直腰板，在姿态上体现