

销售大师

之杰弗里·吉

销售思想精读全集

金跃军 编著



Jeffrey Gitomer



中华工商联合出版社



Jeffrey Gitomer

销售大师

之杰弗里·吉特默

销售思想精读全集

金跃军 编著



中华工商联合出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售大师之杰弗里·吉特默销售思想精读全集/金
跃军编著 —北京: 中华工商联合出版社, 2012 2

ISBN 978-7-5158-0149-0

I. ①销… II. ①金… III. ①销售学—文集 IV
①F713.3-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 274737 号

销售大师之杰弗里·吉特默销售思想精读全集

作 者: 金跃军

选题策划: 卢 俊

责任编辑: 卢 俊 臧赞杰

装帧设计: 树装帧

责任审读: 李 征

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: 三河市华丰印刷厂

版 次: 2012 年 4 月第 1 版

印 次: 2012 年 4 月第 1 次印刷

开 本: 710mm × 1020mm 1/16

字 数: 25 千字

印 张: 18.5

书 号: ISBN 978-7-5158-0149-0

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

杰弗里·吉特默，《纽约时报》畅销书《销售圣经》作者，他的专栏“销售运动”出现在至少 95 家商业报刊上，每周有四百多万人阅读。吉特默还是电台节目《现场销售的力量》的主持人，该节目在全球有一万多个订户。他以高超的网络编辑技术和电子商务能力成为同行的榜样，同时也赢得了客户的热烈称赞和极大认同。他的 3 个网站——www.gitomer.com，www.trainone.com，www.knowsucceed.com——每天读者和研讨会参加者的点击率超过 5000 次。人们在 www.trainone.com 可以看到每周一次的视频销售培训课程，内容有趣、实用、贴近现实，并且能够立即付诸实施。吉特默和他那极富创新精神的团队是远程教育领域的领头羊。

吉特默经常参加研讨会，组织年度销售会议、进行关于销售和客户忠诚度的培训。过去 10 年来，他平均每年出席 120 场研讨会，每年为可口可乐、宝马、AT&T 无线、希尔顿、企业连锁租车公司、时代华纳有线电视、富国银行、嘉士伯、沃索保险公司、西北互助人寿、大都会人寿、体育管理公司、IBM 以及《纽约邮报》等数百家世界知



前言



名企业提供 100 多场销售培训。

杰弗里·吉特默所提出的行之有效的方法和技巧能够有效地提高销售效率和赢得客户的忠诚，其销售思想所包含的丰富实用的内容为销售员提供了所需了解的一切知识。吉特默的策略改变了销售员的业绩管理方式。他的销售思想带给我们一个新的销售系统，使得销售员不再找借口抱怨，而是以行之有效的方法去完成计划、跟进、执行的工作。

《销售大师之杰弗里·吉特默销售思想精读全集》全面翔实地阐述了销售大师杰弗里·吉特默独有的销售理念和个人实际工作心得，既有对当前销售工作的反思，也有对未来销售工作的展望，可谓大师销售思想的全面汇总。愿本书能够为更多喜欢销售工作、关注销售领域的年轻人提供更多的指导，帮助他们快速更新销售理念，提升个人销售能力。



目 录

第1章 个人提升带来个人成长——要么自己振作起来，要么被解雇

1. 理解销售的意义 / 003
2. 设定可实现的目标 / 005
3. 每天都能做到最好 / 007
4. 6个步骤获得并保持积极的态度 / 009
5. 无忧无虑的7个秘诀 / 011
6. 找到自己的良师益友 / 013
7. 掌握销售原理比天赋的才华更加重要 / 015

第2章 时刻准备着——要想胜出就要做好准备

1. 成功销售，从准备开始 / 021
2. 认清客户本性 / 024
3. 获取客户信息的最佳途径 / 025
4. 给客户留下良好的外在印象 / 027
5. 善心善行赢得认可 / 030
6. 接近客户的8个方法 / 033
7. 灵活应用所学知识 / 035



第3章 调查先于行动——没有调查研究就没有成功销售

1. 磨刀不误砍柴工——销售工作需要调查研究 / 039
2. 调查客户的需求 / 042
3. 健康是有效调查的保障 / 045
4. 调查研究的技巧 / 047

第4章 客户拜访——做好拜访是销售的基础

1. 有效的拜访流程 / 053
2. 揣摩客户购买心理 / 064
3. 拜访客户前的3个必备工作 / 069
4. 拜访客户的6个关键步骤 / 073
5. 接近客户要注意的4个关键细节 / 076
6. 尽可能多地了解客户 / 081
7. 让“陌生拜访”充满乐趣 / 086
8. 在陌生拜访中找到决策人 / 090

第5章 产品展示——抓住客户的眼球，留住客户的心

1. 30秒自我销售 / 097
2. 最有效的产品介绍方法 / 101
3. 有效示范的8大技巧 / 103
4. 动用有力的第三方证明 / 105
5. 让客户在行动上参与进来 / 106
6. 与一对一销售不同的团体销售 / 108
7. 电脑化销售方式 / 111
8. 应避免的销售用语 / 113

第6章 客户需求评估——读懂客户非语言信号，捕捉客户购买心理

1. 读懂客户的非语言信号 / 119
2. 经过细致的观察再做判断 / 121
3. 弄清客户的真正态度 / 123
4. 集中注意力，判断客户需求 / 125
5. 自然从容地评估客户 / 128
6. 了解客户内心活动的3个途径 / 131

第7章 拒绝是成功的起点——销售从拒绝开始

1. 经得起真正的拒绝 / 135
2. 3 个方法化解拒绝 / 139
3. 预见拒绝——留好提前量 / 141
4. 战胜拒绝的 10 条法则 / 143
5. 有效对待“谢绝推销” / 147
6. 巧妙应对拒绝托词 / 149

第8章 刺激客户的购买欲望——客户不喜欢销售，但喜欢购买

1. 帮助客户找到潜在需要 / 159
2. 激起客户心灵深处的“感动”之情 / 161
3. 激发客户购买欲望的关键两点工作 / 164
4. 善用暗示 / 166
5. 克服自身 6 个障碍，赢得客户信任 / 168
6. 用幽默引起客户的兴趣 / 171
7. 刺激客户购买的 7 个心理战术 / 173

第9章 化解异议——消除异议，铺平销售前进之路

1. 认识异议，为我所用 / 177
2. 尊重客户异议并想好对策 / 180
3. 最有效地消除异议的 7 种方法 / 185
4. 学会有效控制局面 / 188

第10章 签署订单——把好成交的最后一关

1. 怎样防止订单丢失 / 195
2. 引导客户通过权衡阶段 / 198
3. 让权衡的“天平”向我们倾斜 / 201
4. 促使客户签署订单 / 204
5. 引爆客户大脑中的“炸弹” / 206
6. 促使客户签署订单的 6 个有效技巧 / 208
7. 适当的紧迫感可以促进成交 / 212
8. 成交后应做的 4 件事 / 213



第11章 售后服务是新销售的开始——完美的销售永远没有终点

1. 售后服务——销售流程中最重要的阶段 / 219
2. 不简单的售后服务 / 222
3. 主动处理投诉和抱怨 / 226
4. 做好售后服务，成就卓越销售大师 / 229
5. 最好的销售是服务 / 230

第12章 扩建自己的人际网络——闷头工作不如精心“结网”

1. 人脉是销售成功的关键 / 235
2. 如何搭建自己的人际网络 / 237
3. 如何扩展自己的人际网络 / 240
4. 参加社团活动，短时间认识更多的人 / 244
5. 维系好基础人际网络 / 247

第13章 建立个人品牌——良好的个人品牌等于销售量

1. 你是公司最与众不同的产品 / 251
2. 让客户接纳和欣赏我们 / 253
3. 主动销售自己 / 255
4. 建立自己的网站，让客户在线购买 / 257
5. 永远跑在潜在客户前面 / 260
6. 成为行业中的佼佼者 / 262
7. 良好的信誉会让更多人知道我们 / 265

第14章 坚持是成功的关键——销售的每一个环节都不放弃

1. 多种多样的跟进系统 / 271
2. 销售工具是跟进过程的关键部分 / 273
3. 销售在7个“不”之后成功 / 274
4. 当还是孩子时，你就已经会销售了 / 276
5. 用三角七分打垮竞争对手 / 277
6. 传真机带来生意 / 279
7. 让电话留言打开客户的心扉 / 281
8. 巧妙获得约见 / 285



第1章

个人提升带来个人成长

——要么自己振作起来，要么被解雇

1

理解销售的意义

我们在进行任何一个实践之前，都会向自己提出一个问题：我所做的事情的意义是什么？作为一个销售员，吉特默也曾对自己提出这个问题。他不断地寻找答案，最后发现解决这个问题并不是最终目的，而应该通过对这个问题的回答，寻找到更有效的销售方式。

一次，吉特默向做保险销售的听众提出一个问题：“现在，你们当中有多少人希望从我这里得到购买保险的客户名单？”在第一时间里，所有人都举起了手。可见，每个销售员都想自己的手里有一份客户名单，然而，这只是一个梦想，根本就没有什么客户名单存在。

吉特默用一个词来概括销售的意义，这个词就是——工作。如果一定要给这个词加个前缀，那就是——努力工作。在吉特默看来，根本就没有什么既快捷又简便的销售秘籍，也没有让销售员日进斗金的灵丹妙药，要想成为



销售高手，办法只有一个，那就是努力工作。

看到某个销售员的订单总是接踵而来，有人会认为他运气好，有人会认为他销售技巧高超。其实，这两点并不足以概括他的成功，最起码还要加上一点：他做好了充分的准备。

所以，吉特默在销售程序里还添加了一个词：准备。

吉特默曾经设想过这样一个情景：如果有一天突然有人冲到我的房间里，让我谈谈对自己所从事行业的看法，那么我会如何表现呢？如果没有任何准备，一定会表现得不知所措。

基于这样的认识，吉特默特别强调准备的重要性。在进行销售之前，他通常要通过互联网和对方提供的资料来了解自己的客户，除此以外，他还会了解与客户打交道的其他竞争对手的情况。做好了这方面的准备工作以后，紧接着要做的就是吸引客户，目的是为了让客户购买。当然，仅仅凭自己的感觉判断客户有购买的欲望还不够，自己必须从客户那里获得承诺，确定他们愿意购买你销售的产品。

还应知道的是，仅仅完成一次销售便一走了之，那仅能赚到一点提成而已，并不能赢得丰厚的利润。只有在完成销售以后，赢得第二次订单，并通过客户的推荐，结识其他的客户，才能走向成功，创造更多财富。这也是普通的销售员和成功的销售员的区别所在。普通的销售员只拘泥于一次销售，而成功的销售员懂得以一宗销售为基础，不断拓展，从而走向成功，创造更多财富。

销售的程序是固定的，但是不同的人可以赋予它不同的诠释，这就要看我们如何完成销售程序中最重要的一环——实践。可以说，任何销售都离不开这个环节。如果将销售比喻成魔术，那么实践就是魔术师手里的魔术棒。

如果我们能够理解以上所讲的销售的意义，获得销售的成功便不再是梦想。

2

设定可实现的目标

吉特默特别注意愿望与目标的区别。在他看来，大多数人很容易犯一个错误，就是将愿望与目标混淆起来。他曾经举过一个例子，比如我们经常听到有人说：

“我希望自己有很多很多的钱！”

“我希望自己能有一辆跑车！”

他将这归结于我们常说的愿望，一个朴素的愿望。但是，不能把它与目标混为一谈。目标是人的行为、活动要获得的最终成果，是有具体指向性的。

那么，吉特默所认为的目标是什么呢？举个最简单的例子，如果上述的愿望加上具体的限制，就成了我们所说的目标。

“明年我的收入要达到 20 万。”

“后年我要拥有一辆法拉利汽车。”

也许二者的区别并不那么明显，但是作为一个销售员一定要认清其中的关系，并在此基础上，为自己设定一个可实现的目标。

不能说一个没有目标的销售员就没有收获，但是，即使有所收获，也不能称作是真正的成功。吉特默认为，只有争取到那些不十分想要去争取，但又不得不去争取的事物才算成功。因为对于一个销售员而言，往往努力争取到的东西，才不会挥霍浪费，才能像爱护眼睛一样去爱护它，才能在此基础上取得更大的成功。

不仅如此，合理的目标还能帮助我们成功。吉特默说，如果没有目标，自己就不会成功，因为没有努力的方向，整个人就会变得无精打采、烦躁不安。的确，没有明确的目标，我们就会觉得无事可做，不清楚应该何时庆祝



胜利，甚至会失去工作的重点，遭遇失败。

从这个意义上来看，目标的确是必不可少的。既然目标可以帮助我们获得成功，并且让我们的成功变得有价值 and 意义，那么如何设定目标呢？

吉特默建议我们，首先要保障目标的有效性。那些空泛的、不切实际的目标会变成幻想，最终毁了我们的目标。只有将我们的目标拆成一个个具体的、可行的、可估测的小目标，才能为我们的成功指明方向。

吉特默强调，对于目标的制定，有一个 6 “W” 2 “H” 的原则。

第 1 个 W 是 “What”。“What” 是指我们要达成什么目标。这个目标不能是泛泛的，一定要将它数量化。例如，我们规定自己每天要拜访 3 个客户，每次见面的时间为一至两个小时。只有有了数量化的目标，才能判断自己达成了几个目标，在哪些方面需要努力。

第 2 个 W 是 “When”。“When” 是指我们要什么时候完成目标。

第 3 个 W 是 “Where”。“Where” 是指达成目标要利用的各个场所地点。

第 4 个 W 是 “Who”。“Who” 是指促成目标实现的有关人物。

第 5 个 W 是 “Why”。“Why” 是指我们要明白为什么这样做，并确定这样做是正确的。

第 6 个 W 是 “Which”。“Which” 是指让我们能够在思考上保持更多的弹性，有不同的方案可供选择。

而 2 个 H 中，第一个 H 是 “How”。“How” 是指选择、选用什么方法进行，如何去做。

第 2 个 H 是 “How much”。“How much” 是指要花多少费用、时间等。

不过，作为一个销售员，能够根据 6 “W” 2 “H” 去设定目标，只是一个开始。之后，我们就要来检验一下目标设定得是否合理。

如果我们没有花费多少工夫就实现了自己的目标，证明我们设定的目标没有达到足够挑战的高度。吉特默说，目标定得不够高，虽然可以满足自己实现目标的虚荣心，但是这种层次的目标，对个人的发展而言没有太大的帮

助。同样的道理，如果我们设定的目标太高，经过不懈地努力，仍然不能达到，也是不利于个人发展的。只有设定有效的、可实现的目标，才能将我们的潜能最大地发挥出来。

目标一旦设立，任何事情都不能分散我们对目标的注意力。要始终坚信：坚持不懈的人，明天一定会有所收获。

下定决心，满怀热情地致力于目标的实现。我们的决心会使自己保持清醒的认识，知道自己渴望什么以及如何实现它。这个过程逐渐地成为习惯，必然会有所回报，甚至会得到意想不到的结果。

当然，既定的目标也不是一成不变的。如果我们计划改变自己的生活，就需要改变目标，否则生活还会依旧。

3

每天都能做到最好

经常有人问吉特默为什么能够取得成功，他的回答总是很简单：让自己时刻保持良好的状态，将自己的极致发挥出来。那么，如何让自己始终保持良好的状态，从而做到最好呢？吉特默为我们提供了以下几条建议：

(1) 早起。也许你是个游戏狂，也许你是个“夜猫子”，不管你有什么理由不睡觉，但是一定要早起。中国有句古话说“早起的鸟儿有虫吃”，吉特默说，“早起的人儿有钱赚”。如果别人还在蒙头大睡时，我们已经迈着轻快的步伐前进了，那么，我们就会比别人获得更多的机会，机会会偏爱我们这样的人。

(2) 对工作充满热情。我们爱工作，工作才爱我们。如果对工作缺少热情，我们永远不可能成为顶尖的销售人才。吉特默选择工作的时候一直本着一个原则——因为热爱所以选择，否则，还不如甩手不干。



(3) 活到老，学到老。吉特默一直强调学习的作用，不仅要学习销售方面的知识，还要学习如何获得积极的态度。他认为凡是在销售工作中遇到不懂的地方，我们都可以去学习。不要盲目地寻找成功的捷径，当我们静下来的时候，一定要盘点一下，最近一段时间自己读了几本书？

(4) 化悲愤为力量。在这个世界上，愤怒和悲伤是最浪费精力的两件事。愤怒会妨碍我们正常的思维，会阻塞我们创造性的发挥；而悲伤会偷走我们的微笑，化解我们积极的态度。只有把这两件事扼杀在摇篮中，才能让自己的内心强大起来。

(5) 将障碍打造为突破口。在很多销售员的观念里，被客户拒绝就等于被判死刑。而对于吉特默来说，拒绝恰恰是销售的开始。面对一些客户，明知道会遭到拒绝，甚至反对，但他仍要坚持到底，直到取得胜利。总结吉特默成功的一生，他的伟大之处在于，可以支配自己的大脑，无论面对什么问题，都能及时找到解决问题的办法。

(6) 把每一个“不”变成“现在还没”。一个销售员的字典里不应该有“不”字。如果别人说了一个“不”字，就把我们打发了，那只能说明我们的功夫不到家。作为一个销售员，吉特默在与客户的交谈中通常不是用耳朵去听，而是用心去听。在他看来，如何吸收别人的言语将决定自己的命运。因此，如果我们能用积极的态度去接受别人的话，那么，我们就离成功不远了。

(7) 远离电视。爱看电视的人总是给自己找一个很好的理由：学习。如果我们认为看电视是最好的学习方法，那就大错而特错了，吉特默指出，读书才是最好的学习途径。如果我们能把看电视的时间变成看书的时间、准备的时间、思考的时间、投资的时间，这份回报是极其丰厚的。

(8) 坚持每天阅读。阅读是一味很好的良药，不仅能增加我们的知识，带给我们积极的力量，还能引发我们安静的洞察力。吉特默曾总结读书的益处，他认为通过阅读可以反思别人的观点和思想，并引申出自己的主张。如果能把这种综合行为发挥到极致，我们便获得了成功的最佳机会。我们一定要相