

创业
励志
文丛

世界上最伟大的推销员

成功推销策略 如何成交

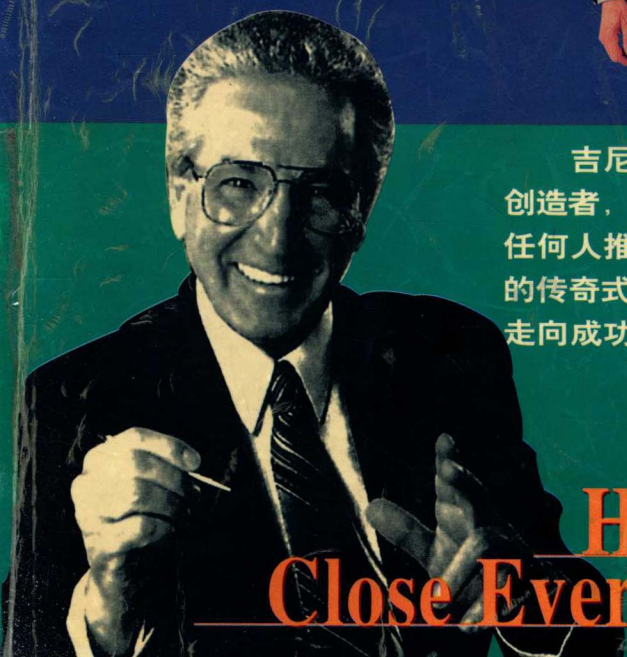
[美] 乔·吉拉德 / 著
崔权醴 李春荣 / 译



吉尼斯世界推销纪录
创造者，欧美商界“能向
任何人推销出任何产品”
的传奇式人物，乔·吉拉德
走向成功的智慧。

经济日报出版社

How To Close Every Sale



世界上最伟大的推销员

成功推销策略 如何成交

[美] 乔·吉拉德 / 著
崔权醴 李春荣 / 译



经济日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

如何成交/(美)乔·吉拉德著. 崔权醴 李春荣 译

—北京:经济日报出版社.1997.4

ISBN7-80127-314-1

I. 如… II. ①乔… ②崔… ③李… III. 商业经营—经验
IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 05068 号

如何成交

著 者	[美]乔·吉拉德
译 者	崔权醴 李春荣
责任编辑	诸 同
出版发行	经济日报出版社
社 址	北京市宣武区白纸坊东街 2 号
邮 编	100054
经 销	全国新华书店
印 刷	北京师范大学印刷厂印刷
规 格	850×1168 毫米 32 开
字 数	180 千字
版 次	2001 年 4 月第二版
印 次	2001 年 4 月第二次印刷
印 张	8.75 印张
印 数	15001—25000 册

ISBN7-80127-314-1/F·100

定价:15.00 元

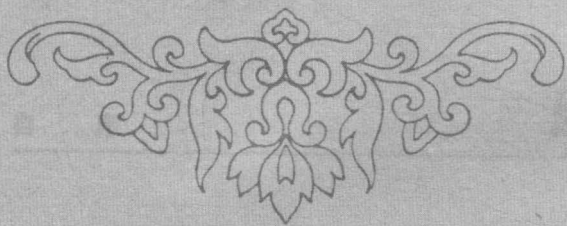
版权所有 盗版必究

How To Close Every Sale



经实例验证，乔·吉拉德不可或缺营销技巧，能帮你敲定每桩生意并赢得终身顾客。”

——吉尼斯世界纪录大全语



谨以此书献给
我所热爱和钦佩的基蒂女士

—— 乔·吉拉德





自序

人们买走的不是产品，而是我，乔·吉拉德

几年前，我写过一本《如何推销自己》的书。在这里，我将再次宣传我的营销策略，并且坦率地讲一讲为什么我自认为有资格写下这本书。首先，我因为在15年中销售出13000多辆汽车，而被《吉尼斯世界纪录大全》收录，并被誉为“世界上最伟大的推销员”。在昂贵物品零售方面，这被认为是一项空前的纪录，我把它叫作“推心置腹推销法”。我的推销并不是大宗的买卖，也不是以汽车租赁的方式，我靠零售卖出每一辆车，要知道，一次只卖一辆！

自从离开汽车行业后，我已经写了四本关于推销的书。我曾经对世界各地的人们演讲自己怎样做成了这些生意，其中包括各种各样的听众——保险代理商，房地产代理商，汽车零售商——以及您能指出的任何一类推销商，他们都认为听我的演讲是一次难得的机会。

无论我在哪儿演讲，听众都会无一例外地问到同一个问题：“乔，您成功的秘诀到底是什么？告诉我们您是如何做成这些生意的。”

毫无疑问，如何成交是推销员特别想听到的一个话

题，这很好解释，因为这是销售中最艰难的地方。毕竟，操作一辆崭新的轿车如何飞驰如风或展示一处郊区别墅如何幽静美丽是一回事；而要让顾客如您所愿地在订单的虚线处写下亲笔签名，并且掏出他们的辛苦钱来却完全是另一码事儿！尤其是当这位客人正好有一个姐夫之类的亲戚正好也是您的同行，并准备就此事与他商量的时候，或者是当他们要先四处转转才能做出决定的时候，推销任务就变得格外的困难。您可能在没日没夜、竭力推销的过程中听到过顾客们的种种借口，实际上，我相信在你的睡梦中也能听到他们这样那样一大堆“不买”的托辞。

显然，如何成交是整个推销过程中最关键的部分。坦率地说，要是生意未能成交，您就没有达到自己的主要目的。看看这种结局：如果生意没有成交，那就浪费了您和顾客的时间，因为您的产品或服务没有能够产生任何利润。当然，顾客或许能学到一些在您打电话给他之前他不了解的东西，但是，生意没有成交，钱没有拿到手，那么您或您的公司都无法从中得到任何好处，即使您花了大量的时间和精力。公司倒闭，您被解雇，后果就这么简单明了。

这也就难怪他们对成交有如此大的兴趣。要记住，这就是您作为一名推销员受雇于人必须干好的一件事！千万不能傻乎乎地以为自己的工作就是走走推销过场，而不考虑结果。您可以从现在起就演示您的产品，一直到世界的末日。但是如果每次都做不成一笔生意，那您可就算彻底失败了。我听到许多推销员讲他们在顾客说“不”的时候



还很高兴，我可不信这些谎言。当一个人被拒绝的时候，他怎么可能还乐不可支呢？我确信这些人是在自圆其说。“每一次顾客说‘不’都意味着我向他们说‘是’又走近了一步。”可是在失去交易时还能感到高兴？真是荒唐之至！您应该永远牢记：没有卖出货之前，您干得再多也不值一提，不到成交那一刻，就等于您什么也没有做。

在我们这一行，成交就是指买卖变为既成事实那一刻。这些年来，我看到一些推销员的表演非常漂亮！他们生搬各种教条尝试了一切，却偏偏在成交方面屡遭挫折。

当您读我的文章时，您就会发现成交并不仅仅在您推销展示完了之后才发生。当然，生意成为定局的时刻在顾客同意掏钱购买您产品的时候确实是出现了，许多推销新手也认定这种反应是成交——毫无疑问，这是您推销活动的顶点。但是成交远不止这么简单，它包括从推销自己到恰当回答顾客异议的一切。无论您做得多有成效，单纯请求购货是不够的。您必须要说出买您的产品有何必要，必须使顾客产生购买的欲望，要让顾客相信物超所值。等您读完本书的每一页，如何成交就看您怎样有效地发挥自身的表现才能了。

我将告诉您如何做成每笔生意，我讲的东西来源于实践，而不是高不可攀的象牙塔中的某些人所坚持的那些理论。您知道，我曾经干过这一行，而且从中获得丰厚的报酬。我也曾经经历过失败和困境，但我还得硬着头皮去搞推销，否则，我全家就会忍饥挨饿，我的生存就会失去保

障。

现在，我告诉您许多有关成交的事。您知道，当我开始做推销员工作时，我并不是处处狂妄自大，而是注意学习有用的东西，所以我能比别人卖出更多的车。我搜集我所认识的每一名推销员的智慧，只要我认为有一点可取。同时，我还读书，看杂志，听推销方面的录音带；然后，我选择那些自认为最有益的东西加以消化吸收。我从这个人身上学到这种知识，从那个人身上获得另一种经验，自己再逐渐加以提炼，直到熟练运用为止。我相信这一步步的演变形成了独一无二的乔·吉拉德——但是请记住，并不是我自己发明了奔向成功的车轮。令我欣慰的是，您也不是完人，总得学习他人。

您也许会对您能从我这儿学到什么感到困惑，因为您的产品跟我的汽车沾不上边儿呀。那我告诉您，当您读完本书的时候就会发现，一名优秀的推销员能够推销任何商品。所以，不管您推销什么，我讲的东西对您都是有用的。

记得美国联邦最高法院法官奥里弗·温德尔·霍姆斯曾经说过，“吸收别人的意见总是要比自己冥思苦想好得多。”所以，我鼓励您试试我的主意，希望您能比我更好地运用它们。

现在，您可能还在想：“乔·吉拉德真的能告诉我如何成交？不是开玩笑吧？”我发誓，这绝不是闹着玩儿的，要不然，我也不会将本书命名为《如何成交》。



如何成交

How To

Close Every Sale

目 录

自序

人们买走的不是产品，而是我，乔·吉拉德 1

第①章 如何打消顾客对推销的抵触情绪

糟糕的推销员形象	4
我们与他们的关系	6
与推销员打过不愉快的交道	8
顾客的时间也很宝贵	10
大多数推销员都有消极思想	13
没有人喜欢说“不”	15

如何成交

How To

Close Every Sale



目 录

第②章 推销你自己

推销你的公司	22
推销给别人之前尝试被推销	23
切实的积极思考	26
善于假想	27
志在必得的自我形象	29
时刻准备着	32
成功的外表	35
让顾客自我感觉良好	37
在你自己的地盘上做推销	41
要具有幽默感	44
给客户送一些人情礼物	46
真诚的服务	48



如何成交

How To

Close Every Sale

目 录

第③章 设想:推销成功的秘诀

设想,设想,再设想	56
设想推销成功的巧妙表达方式	58
一个教训	60
让客户采取行动	62
有时候,不让客户做任何事也意味着成交	66
使用恰当的措辞	67
设想获得更多的订单	68

第④章 如何辨识购买信号

谨慎判断买与不买的信号	73
避免成见	77

如何成交

How To

Close Every Sale



目 录

观察可见的信号	79
让客户行动起来	81
做一名好听众	82
读懂专业采购员	84
在社会环境中观察客户	86
研究客户的自主意识	87

第⑤章 顾客有异议怎么办

异议表示顾客对产品有兴趣	95
真的异议和假的异议	98
绝不能使客户陷入窘境	102
处理六种最常见异议的方法	104
“我没有带钱来”	116
回答异议,促成推销	117



如何成交

How To

Close Every Sale

目 录

第⑥章 让顾客不好推脱的艺术

人们为什么会推脱	121
迟疑与果断都具有感染力	122
你的推销工作也包括帮助顾客	125
创造条件,避免顾客推脱	127
激发顾客的自主意识	129
“我想考虑考虑”	131

第⑦章 掌握推销控制权

一种“师生”关系	139
推销时要精力集中	140
推销时不接任何电话	144

如何成交

How To

Close Every Sale



目 录

实情调查会	145
行动要具有权威性	151
如何应付顾客的询价	153
推销员有时也应说“不”	154

第⑧章 经典成交技巧

设想式成交法	160
设想加提问式成交法	162
分解费用式成交法	163
“因小失大”推理式成交法	164
三种选择式成交法	166
妥协式成交法	167
直接请求式成交法	169
弗兰克林式成交法	170



如何成交

How To

Close Every Sale

目 录

解决问题式成交法	171
仿效他人式成交法	175
来之不易式成交法	177
经理出马式成交法	180
不要因顾客说“不”而退却	181

第⑨章 制造紧迫感

限时报价	185
在涨价之前购买	186
“争分夺秒”的交易	187
欲购从速,过时不候	189
竞价出售	192
时间就是一切	193

如何成交

How To

Close Every Sale



目 录

第⑩章 过分推销的危险

害怕遭到拒绝	198
不必告诉顾客太多的细节	199
沉默是金	201
“您已经说服自己了吗”	202

第⑪章 敢赌敢赢

回访俱乐部	208
衰减法则	210
“对不起,我不需要回访交易”	212
胜不骄,败不馁	214
争取大额订单	216