

普
华
经
管

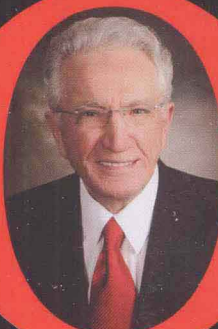
提高成交概率的经验宝典 受益终生的实战技巧与法则
—— 循序渐进启发思维 帮你取得傲人业绩 ——

乔·吉拉德

销售智慧大全集

付微微◎编著

JOE



GIRARD

场景生动的情景设计◎特点鲜明的典型案例

提供各类销售技巧小贴士**63**个
分享不同阶段有效提问话术**120**例

与销售大师一起从事“勇敢者的职业”！

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

乔·吉拉德销售智慧大全集

付微微 编著

人民邮电出版社

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

乔·吉拉德销售智慧大全集 / 付微微编著. —北京
: 人民邮电出版社, 2013.8
ISBN 978-7-115-32462-7

I. ①乔… II. ①付… III. ①销售—方法 IV.
①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 146800 号

内 容 提 要

本书以乔·吉拉德的 sales 理念为主线, 结合当前销售市场的实际情况和销售人员的需
求, 通过大量的情景设计和典型案例, 以及精心设计的数十个销售技巧小贴士, 详细阐述了
销售过程中每个环节与步骤中的实战技巧与法则, 循序渐进地启发读者的销售思维, 以期帮
助读者取得骄人的销售业绩。

本书适合一线销售人员, 尤其适合销售新人阅读使用, 也可作为销售管理人员指导下属
的参考用书, 或培训师开展销售培训的教材。

◆ 编 著 付微微

责任编辑 乔永真

执行编辑 唐可人

责任印制 杨林杰

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号

邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本: 787 × 1092 1/16

印张: 14

2013 年 8 月第 1 版

字数: 120 千字

2013 年 8 月北京第 1 次印刷

定 价: 29.00 元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

前 言

乔·吉拉德的传奇人生：

生于贫穷——生于美国大萧条年代的1928年，家境贫寒；

长于苦难——为了生计，9岁开始擦皮鞋、做报童，遭受父亲的辱骂，遭受邻里的歧视；

自立自强——认真做事，用事实证明父亲错了，受到歧视时给予别人有力的反击；

充满自信——母亲的关爱使他始终坚信自己的价值；

不懈奋斗——坚持上学直到高中，做过40多种工作，破产后面对巨额负债也没有灰心，做销售并努力改掉自己的口吃毛病；

创造辉煌——对待客户坚持诚信、公平原则，不墨守成规，不断创新自己的销售方法，超越自我。

“成功没有捷径可走，只能一步一步地攀登。”这就是乔·吉拉德的人生信念。凭借这个信念，乔·吉拉德从擦鞋童、洗碗工、搬运工、火炉装配工以及房屋建筑承包商，到在位于美国密歇根州的一家雪佛兰汽车经销店做汽车销售，并最终成为我们所熟知的推销大师。在15年的汽车销售职业生涯中，他一共售出了13 001辆汽车，连续12年荣登吉尼斯世界纪录，他所保持的世界汽车销售纪录——连续12年平均每天销售六辆汽车，至今无人能及。

乔·吉拉德为什么能成功？除了必胜的人生信念外，他还掌握了一系列成功销售的诀窍：

建立良好的销售关系——他懂得自我推销，知道人脉就是钱脉，让“名片满天飞”，用贺卡传递他的问候；



开发更多的潜在客户——他深晓人品重于产品，尊重并关爱客户，以真诚感动客户；

实施更有效的销售陈述——他掌握各项销售技能，诚实对待客户，善于推销“产品的味道”，让产品自己去吸引客户；

熟练地处理客户异议——他将“250定律”牢记在心，在任何情况下都不得罪任何一个客户；

更深入地了解客户——他善于察言观色，积极倾听，明白“一张嘴两只耳朵”的真谛，总能获取客户的信任；

成交更多销售项目——他深知“真正的销售始于售后”，“每月一卡”表明了他没有忘记客户，也不会让客户忘记他；

鼓舞士气，渴望成功——他热爱销售，有一颗强烈的事业心，并愿意为之付出一切努力；

……

上述这些销售诀窍，本书内容均将一一讲述。本书以乔·吉拉德的销售理念为主线，通过大量的情境设计和典型案例，结合销售专业知识与技巧，详细阐述了销售过程中每个环节与步骤中的实战技巧与法则。全书内容全面，案例丰富，语言深入浅出，体例生动活泼，书中的每一个销售场景均以客户需求为线索，以销售人员的沟通技巧为核心，可循序渐进地启发读者的销售思维，帮助读者取得骄人的销售业绩。

在每次重要的销售沟通与拜访之前，你都应该对本书中相应部分的内容加以回顾。一旦你对本书各个章节的内容烂熟于心，那么花上十分钟时间进行一次简要的回顾将能够帮助你提高成交率。慢慢你会发现，在你一整天工作所花费的时间里，这十分钟花得最有价值！

在本书的编写过程中，作者得到了王永莲、陈斯雯、王微的大力支持与帮助。另外，本书在编写过程中参考了一些相关资料，在此，对这些资料的作者和为本书出版给予帮助的朋友们表示衷心感谢。由于作者水平有限，书中难免存在纰漏，恳请读者批评指正。

目 录

第一章 销售——勇敢者的职业

销售是勇敢者的职业，世上没有任何事能取代销售中所面临的挑战。有才不一定能为之，因为太多有才能的人并未成功；纵是天才也未必能为之，因为被埋没的天才屡见不鲜；而只有具有坚韧品格之人才能为之，才能应对销售中的各项挑战，才是无敌的。只有超越自我才能赢得一切！

- 乔·吉拉德的财富人生 / 3
- 无畏贬低，始终坚信“我能行” / 5
- 态度决定业绩 / 8
- 设立明晰的销售目标 / 11
- 培养以过程为导向的销售理念 / 13
- 创造更多的销售时间 / 15

第二章 顾问式销售三步曲

每一种产品都有自己的“味道”，你要善于向客户销售产品的“味道”。

销售人员要针对客户需求对产品进行诚实的介绍，因为客户会针对你的介绍进行查证。就像销售汽车，任何一个头脑清醒的销售人员都不会卖给顾客一辆六汽缸的车，而告诉他该车有八个汽缸。顾客只要一掀开车盖，数数配电线，就会知道自己被骗了。

- 顾问式销售的优势 / 21
- 第一步，重新考虑销售过程 / 23
- 第二步，设计销售提示问题 / 25



第三步，让产品作为解决方案的保证 / 27

第三章 推销商品要先推销自己——销售礼仪

做销售，首先要销售自己！国内外无数成功与失败的销售案例告诉我们，销售工作的成败主要在于销售人员本身的魅力，而不仅仅是产品的魅力。形象良好的销售人员不仅能给客户留下良好的第一印象，促成交易，并且在给客户id提供周到服务的同时，也能给客户带来美的享受。从这个角度来说，销售人员的自我形象关系到整体的服务质量，是一个不可小看的问题。

塑造良好的销售形象 / 31

举止优雅，充满自信 / 34

交换名片，有礼有节 / 37

为“不同的”客户做“不同的”准备 / 39

尊重客户的个性 / 42

第四章 体态语沟通很重要——行为判断

一旦你掌握了观察体态语沟通途径的方法和解读体态语的交通信号灯模式，观察客户的体态语便会成为一种自发行为。你将会发现，如果能对大多数人都忽略的这一部分交流内容进行合理的利用（在销售过程中你的感受和态度也会通过体态语表达出来），就会为你每一次的销售带来巨大的成功。

了解体态语，增强销售力 / 49

影响成交的八类体态语 / 51

体态语沟通的五种途径 / 57

解读客户的“交通信号灯” / 61

如何对“交通信号”做出反应 / 63

第五章 语言是销售成功的“利器”——口才特训

人的意识是进行充分语言交流的关键所在。如果你有意识地去聆听，你会发现有38%的态度和情绪是由“声音”透露出来的，这会为你提供另一把销售利器。与那些没有发现这一优势的销售人员相比，你的表现轻易就能超过他们。

好口才，靠训练 / 69

让语言与产品相匹配 / 72

把握好说话的节奏 / 74

语调要自信 / 76

重音，加强陈述的关键点 / 79

冷场时的应急处理 / 80

第六章 说服客户的金钥匙——约见决策者

市场竞争非常激烈，你的客户通常又很忙，所以即使仅仅能获得一次面谈机会，不论是否能够成功销售，对你都有帮助。如果你能给客户留下深刻的印象，你就能为自己赢得一个向客户介绍你的产品和服务的机会。经验证明，优秀的客户约谈策略可以为你提供更多的机会，使你更容易接近客户并完成销售。

快速确定决策者 / 85

巧妙寒暄，博得好感 / 89

提高约见几率，增加销售业绩 / 91

精心准备，说好开场白 / 95

确保成功约见六步曲 / 99

建立友好的客户关系 / 102

第七章 探查客户的期望值——需求挖掘

在具体的销售行为中，销售人员往往忽视了自己的“力量”，认为自己在和客户沟通中始终处于弱势。事实上，对于没有需求的客户而言，再优秀的产品和服务都没有



优势，因为客户根本不需要。而对于有需求且想要购买你产品的客户，销售方事实上拥有很多的优势，其中之一就是你的“资源”。

持续跟踪，培养需求 / 107

找出客户需求的基本点 / 110

个性销售，方案定制 / 114

在服务中挖掘客户的新需求 / 117

发掘提问的力量 / 119

第八章 将反对意见转化为独特卖点——化解异议

当你真正有能力处理好客户异议时，你会发现你工作中的所有难题都会迎刃而解。在这种情况下，你将发现其实那些异议并不像自己原先认为的那样难办。当大多数销售人员对这些异议和客户退避三舍的时候，或许一个简单有效的策略就可以帮助你将任何难缠的客户异议变成你签单的良好契机。

做好应对异议的准备 / 125

积极应对客户异议的重要性 / 127

异议最好推迟到销售陈述后解决 / 129

明确判定客户的真实异议 / 131

针对客户异议的重要性提出问题 / 133

消除价格异议的五个步骤 / 135

避开价格异议的误区 / 138

第九章 积极争取业绩——应对拒绝

销售是一种需要智慧、策略与勇气的职业，你要有耐心，不能放弃任何一个机会。或许，客户五年以后才需要买车，或许客户两年后才需要买车送给大学毕业的孩子当礼物，不管多久，你都要与客户保持联系，给予他们关心与帮助！

充分利用客户拒绝的重要价值 / 143

与“拒绝”作顽强的斗争 / 146

无畏拒绝，持续跟进 / 150

客户缺乏信任的拒绝处理 / 152

用“拒绝”鞭策自己前行 / 155

第十章 富有成效的销售陈述——成交关键

客户往往很苛刻，因为他要对得起自己的付出。在苛刻的客户面前，销售人员只需记住三点：第一，你自己要自信；第二，你自己要坚持；第三，你自己要分清对错。在销售过程中，要让我们的产品所体现的价值更加具体化、现实化、数字化，只有这样，客户才能够感受到具体的、实实在在的利益，才会产生购买欲望。

选择最有效的销售陈述方式 / 161

明确客户的身份 / 163

会晤准备 / 165

做好成交前的铺垫工作 / 167

正式陈述，完善销售过程 / 170

什么是优秀的销售陈述 / 173

领会成交的真谛 / 177

自信是影响成交的关键 / 180

第十一章 迈向销售巅峰——赢得客户忠诚

在你的职业生涯中，有多少客户是你的老客户？通常老客户占的比例越多，说明客户对你的忠诚度越高；而客户对你的忠诚度高，说明客户对你的服务是满意的。如果老客户所占的比例不到50%，那么从一定程度上来说，你为客户提供的服务还很不到位，客户对你并不是很满意。请记住，最好的潜在客户就是目前的客户，在稳定的老客户身上能实现大部分的销售额。把你寻找新客户的时间和精力，拨一点给老客户吧。只要你一直坚持这样做，那么一定会与客户建立起长期的合作关系，那将会带给你更多的收益。



- 争取新客户推荐 / 187
- 获得大客户的关注 / 189
- 服务带来忠诚 / 193
- 变投诉为拥护 / 195
- 用情商赢得高业绩 / 198
- 对成功要有“预见性” / 201

附录：有效提问 120 例 / 204

参考书目 / 213

第一章

销售——勇敢者的职业



销售是勇敢者的职业，世上没有任何事能取代销售中所面临的挑战。有才不一定能为之，因为太多有才能的人并未成功；纵是天才也未必能为之，因为被埋没的天才屡见不鲜；而只有具有坚韧品格之人才能为之，才能应对销售中的各项挑战，才是无敌的。只有超越自我才能赢得一切！

 乔·吉拉德的财富人生 **体验情景**

有一位老人退休后回到家乡，住在一栋小房子里。他的房子旁边有一块很大的空地，有几个小朋友每天放学都去那里玩耍，他们把几只破旧的易拉罐踢来踢去。时间长了，老人觉得很吵，受不了这些噪音，于是对那几个小朋友说：“我很喜欢看你们踢易拉罐，看你们玩得那么开心，我也很开心，如果你们每天来玩，我就给你们每人一块钱。”小朋友们很高兴，更加起劲地表演他们的足下功夫。过了几天，老人忧愁地说：“通货膨胀使我的收入减少了一半，从明天起，我只能给你们每人5毛钱。”几个小朋友很不开心，但还是答应了这个条件。一个星期后，老人愁眉苦脸地对他们说：“最近没有收到养老金汇款，对不起。每天只能给你们每人1毛钱了。”“1毛钱？”其中一个小朋友脸色很难看，他生气地说：“我们才不会为了区区1毛钱待在这里陪你玩呢。”

这是一个有趣的故事，这位老人就是充满智慧的、世界上最伟大的推销员——乔·吉拉德。乔·吉拉德是一位极具传奇色彩的推销大师，他曾连续12年荣登吉尼斯世界纪录。他所保持的世界汽车销售纪录——连续12年平均每天销售六辆汽车，至今无人能及。

分享智慧**人生阶段1——困苦的童年**

乔·吉拉德，出生于美国底特律市的一个贫民家庭。幼年时期，乔·吉拉德历经苦难，他时时担心因为没有给家里挣到足够的钱而遭到家人的埋怨。9岁时，乔·吉拉



德便开始给人擦鞋、送报，以此来赚钱补贴家用。

人生阶段 2——辛苦的少年

16 岁时，乔·吉拉德就离开了学校，他找到一份全职工作，在一个锅炉公司当一名火炉装配工。他每周要工作 6 天，每天工作 12 小时，而每周仅能挣几十美元，但这在当时已经够多的了。恶劣的工作环境和高强度的工作使他得了严重的哮喘病。后来，他找到一份卖蔬菜水果的工作，那家水果商店在底特律东区，他可以开着卡车销售他们的产品。乔·吉拉德很喜欢这种户外工作，并为自己的销售才能而感到自豪，不过当时他认为这个行业是没有前途的。

人生阶段 3——勇敢的青年

35 岁时，乔·吉拉德破产了，那是他人生中最低迷的时期。他没有工作，没有积蓄，负债高达 6 万美元。为了生存下去，他走进了一家雪佛兰汽车经销店，成为了那里的一名汽车销售员。他不断努力，非常敬业，认真地推销汽车，做得比谁都好，业绩不断攀升。

15 年间，业绩突出的乔·吉拉德曾有过多多次跳槽与升迁的机会，但他总是拒绝，他名片上的头衔始终是“销售员”。选择当一辈子的销售员，不是不在乎头衔，而是更在乎“钱”。他得意地说：“老板只做管理，真正为公司赚钱的是我！我赚得比老板还多！”

人生阶段 4——顶级推销大师

1978 年年初，乔·吉拉德宣布退休，他缔造的销售纪录至今未被打破。乔·吉拉德是全球汽车销售单日、单月、单年度以及总量的世界纪录保持者，他也因此荣登吉尼斯世界纪录，被称为“世界上最伟大的推销员”。

乔·吉拉德为什么能如此成功？这是因为他掌握了一系列成功销售的诀窍。他热爱销售，有着强烈的事业心，并愿意为之付出一切努力；他懂得自我推销，知道人脉就是钱脉，让“名片满天飞”，他用贺卡传递他的问候；他深晓人品重于产品，尊重并关爱客户，以真诚感动客户；他善于察言观色，积极倾听，明白“一张嘴两只耳朵”的真谛，总能获取客户的信任；他掌握各项推销的技能，诚实对待客户，善于推销

“产品的味道”，让产品自己去吸引客户；他深知“真正的销售始于售后”，“每月一卡”表明了他没有忘记客户，也不会让客户忘记他；他在任何情况下都不得罪任何一个客户……这些都是每一个销售人员所要认真学习的。

销售技巧小贴士

问题 1

“我只有几分钟的时间，你想介绍什么？”

应对方法

“如果真是如此的话，我感到非常荣幸，即使您只和我交谈两分钟，也是对我的特殊关照。我想，您如此繁忙的原因之一恐怕就是在准备重要的合并项目吧。我有一个想法可以帮助您的公司降低库存水平。当管理部门在审核您的部门时，他们通过什么判定您的库存是否有效呢？”

无畏贬低，始终坚信“我能行”

体验情景

保罗·高尔文是个身强力壮的爱尔兰农家小伙子，充满着进取精神。13岁时，他见别的孩子在火车站月台上卖爆米花，不由得被这个行当吸引了，也一头闯了进去。但是他不懂得，早已占住地盘的孩子们并不欢迎有人来竞争。为此，他们抢走了高尔文的爆米花，并把它们全部扔在地上。

第一次世界大战以后，高尔文从部队复员回家，在威斯康星办起了一家公司。可无论他怎么卖劲折腾，产品依然打不开销路。有一天，高尔文离开厂房去吃午餐，回来时只见大门上了锁——公司被查封了，高尔文甚至不能再进去取出他挂在衣架上的



大衣。

1926年，他又跟人合伙做起收音机生意来。当时，全美国估计有3000台收音机，预计两年后将扩大100倍，但这些收音机都是用电池作能源的。于是，他们想发明一种灯丝电源整流器来代替电池。这个想法本来不错，但产品还是打不开销路。眼看着生意一天天走下坡路，他们似乎又要停业关门了。

此时，高尔文通过邮购销售办法招揽了大批客户。他手里一有了钱，就办起了专门制造整流器和交流电真空管收音机的公司。可是不出3年，高尔文又破了产。这时他已陷入绝境，只剩下最后一个挣扎的机会了。当时他一心想把收音机装到汽车上，但要克服许多技术上的困难。

到1930年年底，他的制造厂账面上已净欠374万美元。在一个周末的晚上，他回到家中，妻子正等着他拿钱来买食物、交房租，可他摸遍全身只有24美元，而且全是赊来的。

尽管如此，他并没有停止奋斗的脚步。如今，高尔文早已腰缠万贯，他盖起的豪华住宅就是用他的第一部汽车收音机的牌子命名的。

分享智慧

在销售领域，实际成绩与销售人员意志的强弱成正比例。如果总认为自己“不行”，那么，“不行”就会成为现实。销售人员应时时憧憬成功，以让自己更加坚信“精诚所至，金石为开”的道理。

的确，在销售过程中，销售人员难免会遭遇客户的白眼和指责，甚至无理的贬低，情绪难免会受到影响。如果销售人员不能及时调整情绪和心态，不仅会影响身体健康，还会影响销售业绩。那么，销售人员在遭遇挫折时，应如何调节好心态呢？

1. 给予宽容与理解

不同的客户具有不同的性格，在遇到蛮不讲理、故意找茬的客户或是与客户意见不合时，销售人员应控制好自己情绪，给予对方最大限度的理解与宽容。