

——
世界推销大王吉拉德的秘诀

商品 拍卖术



，西科学技术出版社

522738



2 016 5025 8

商品拍卖术

——世界推销大王吉拉德的秘诀



广西科学技术出版社



2 016 5025 8

商品拍卖术

——世界推销大王吉拉德的秘诀

梁惠珠 译



广西科学技术出版社出版

(南宁市河堤路14号)

广西新华书店发行 广西地质印刷厂印刷



开本787×960 1/32 印张5.75 字数99,000

1989年3月第1版 1989年3月第1次印刷

印数：1—16,800册

ISBN 7-80565-070-5

定价：1.90元

F·4

出版说明

当今，我国的商品经济蓬勃发展，推销人员队伍十分浩大。而几乎所有从事推销工作的人员素质低下，不懂或懂得很少做买卖的技巧，与形势发展不相适应。为了加强推销员的自我修养，增强社会竞争意识和能力，提高广大“做买卖人”的推销业务水平，特出版本书。

推销员手册之类书在市面上偶有所见，但本书是一本与众不同、颇有特色的推销技艺的书。本书的作者就是经验极其丰富的推销员——以辉煌成就而闻名于世的美国汽车推销大王乔伊·吉拉德。此书真实生动地反映了他传奇式的经历，及其在实践中创

造发明出的一套成功的推销术，如广告信函法、二五〇人法则、酬金法、交际法、电话推销法、情报搜集术、顾客心理攻心术、人际关系术……等。1982年版的《甘尼斯世界记录大典》对他作了如下记载：“1973年，一年间销出1425辆新车，至今无人打破这项记录。保有1967——1977年汽车推销冠军的头衔（他于1978年1月1日退休）。1976年他的推销佣金高达18万美元。一生共卖出13001辆汽车。”乔伊·吉拉德创造了商品推销的奇迹。他不愧为一名伟大的推销员。

本书主要谈的是汽车推销工作，但推销的理论、要旨、技艺与其他产品的推销是一致或相似的，正所谓“万变不离其宗”，你完全可以通过对此书的学习，起到举一反三、触类旁通之效果。不论你从事汽车、建材、五金、电器……的推销工作，还是从事家具、服装、百货、饮食、书籍……的推销工作，不论你的性别、年龄，相信本书将对你大有帮助。她会启迪你的智慧，激励你顽强进取，克服困扰，开辟致富的通途。

由于社会制度、生产发展水平及民族特点的不同，书中个别思想观点及做法，敬请读者在阅读中投以批判眼光，取之精华，弃之糟粕，以达到为我所用之目的。

序

——适用于任何商品的推销术

读完本书之后，但愿你能学到战胜自己、万无一失的方法，也愿你的推销能力更加杰出。

秉持这个观念，希望你能下定决心来阅读本书，并且自我突破，创造出更实用的全新哲学。

纵然你看过有关推销入门书已不下十余本，但本书绝对与众不同，出类拔萃！

有关推销秘诀，或增加推销灵感的书已多如过江之鲫，不时在坊间发行，或许你所阅读的推销书籍比我更多，甚至每天早上你会面对镜中的自我加以警惕，力图振作你的推销精神。然而直到目前你在所看过的书中得到了什么？我无心批评那些苦心孤诣写谈推销一类书的作家，只因他们也要生活啊！

你当然想了解：如何顺利销售商品的秘诀。我可以大胆地说：专注于书写推销书籍的作家或

推销训练指导员们本身，并不具备“临场推销”的经验，他们也不同于一般为产品推销而东奔西跑，完全赖推销佣金以维生的人。

虽然他们所写的书不乏精采的内容，但是对真正执着于市场推销的推销员而言仍有欠缺之处——临场经验的贫乏，所以他们未必能真正掌握推销的心理。然而，我是一个为推销汽车（卡车或轿车）而疲于奔命的推销专员，所以我才是真正够格的推销执笔者。

虽然你所推销的产品不同于我，而是电器产品、家具房屋或其他产品，但是你推销的目的和我有殊途同归、异曲同工之妙。我和各位一样，我所遭遇的境遇也和诸位相同或相似，甚至推销的心情也一样，所以我写下来的推销自白想必对诸位有所助益。

在推方面，我的方法可以称得上是世界最佳方法。

诸位若不相信，可翻阅1979、1981、1982年出版的《甘尼斯世界记录大典》，我推销汽车的多项记录仍无人打破。

我开始从事汽车推销工作在1963年，最初的一年内，我只卖了267辆车。但当时能推销到此数量，已足够维持良好的生活。车行的推销员之中，我算是首屈一指的推销员，到第四年，即1966年，我所推销的轿车及卡车合计有614辆，这年我一跃而为‘世界第一流的轿车及卡车推销

员’，至此以后，每年我都雄踞推销员宝座第一位。其间，虽然也会遇到经济不景气，工厂停工等各种事故，但我每年都还能增加10—20%的贩卖业绩，经济愈不景气，我愈努力推销，拼命地提高推销业绩。底特律工业区内一星期6天的劳动时间也减少至5天，汽车业如此不景气，我却仍然保持销售第一名之记录。

1976年是我推销的顶盛时期。我所得到的佣金超过20万美元（实质奖金18万元，累积奖金2万多元）。若有其他推销员能得到比我更多的佣金，他大约要费3年时间，除非是以说服某国的政府大员购买他经手的航空飞机或飞弹之类的事，但此种生意和我所做的推销情形大不相同。

我的推销是技术、经验及实际推销的累积成果。从事推销业务的人经常面临苦恼及失败的打击，一旦推销成功，精神上的快乐实在非笔墨所能形容。

假使你的推销业务已有相当成绩，你将能了解我的心意，因而你也想表现出比现在更好的佳绩。假使你已满足现状，你对你的推销工作便尚未尽到全力，那么你更应仔细地阅读此书。我在此书中将详细说明自己所总结出的贩卖总体制，总体制就好似一年都有收获的农业，能随时播种，经常有收获，这是一件十分快乐的事情。

假使你认为自己无法取信推销者而自认为失

败者，那我更是失败者了！说实话，我到35岁为止，仍是世界上惨败的男人。高中退学后，我曾做过40种工作，但最后都被解雇，连军队也不过服役97天。有一次因偷窃被抓进监牢。出狱后却只做些不伦不类的工作，最后重新做人，开始做起正当的生意，但正当生意没做多久就宣告破产，债台高筑。因此，我如何从此种恶劣环境蜕变为今日的我，此书中也有详尽的说明。

我如何变成全世界最伟大推销员？这是我自己感到骄傲的事。更值得高兴的是我曾接到各地推销员的来信，信中都对我表示无限感激——因为本书使他们的人生观大为改变。

对推销员来说，没有比能顺利推销产品更值得庆幸之事。推销员能顺利推销产品，就有如棒球选手击出全垒打时的心情一样。但“推销员在推销方面得到成功时，他不曾制造对方的失败。一个好的推销员，能使买者和卖者同为胜利者”。推销员至推销成功为止，买者及卖者经过激烈的争论，但双方都不曾流血；不曾败北，而成为皆大欢喜的胜利者，你说，是否有比推销更令人高兴的工作呢？

话虽如此，事实上，推销的世界也并非如此轻而易举，因为你所面对的是各种各样人物。

推销员和买方之间早就蕴酿着潜伏性的挑战，销售一旦成功，并不足以表示一场战争的终结，实际上是另一次推销战争的开始。此乃因汽

车通常三四年便要换新一次。我所卖过的客户，以中产阶级及劳工阶级居多，这类对象换车时间较一般人为早，因而在车子出售的同时，就要开始下一回合的推销交涉。一般说来，换新或增买的产品，相同的顾客能否再度由你经手买卖，这是推销员成功与否的关键。身为推销员，若能善用我所创造的方法，那么你在推销方面一定会成功，也一定能提高推销业绩。

据我所知，有许多人说推销员推销产品时，首重于态度，你们若能变更态度，推销一定能成功。但推销世界竞争十分激烈，和我同样推销汽车的人就有几千个，其他推销家具、房屋、汽艇及其他产品的人就更不计其数，而他们推销的顾客又经常相同。顾客见推销如此激烈，因而常出些难题为难他们，这是因一般人不能信任推销员之故。因而，专家经常说：推销员的态度十分重要。但对我来说，专家所说的话，对推销员的帮助不多，有时反而提供愚蠢的方法。我所要说的是：依我所创造的推销方法，可以改变客户的心态，并能得到他们的金钱及友情。

在此请你们不要误解我所说的“友情”——并非“爱你的邻居般”的友情，你们如何和邻居交往，我无权干涉，看完此书中所说“二五〇人法则”，就能体会到我所说“友情”之意。我在“二五〇人法则”内说明客户对推销员所应采取的态度，推销员须如何应变等。此外，推销员若

能辨别自己的客户属何种类型，以及客户所想知道的事情，那么推销必能更畅行无阻。

在知道顾客的态度之前，推销员应先检查自己的态度。

上述已提到，我在35岁以前是一个完全的失败者。一旦听到我失败的原因时，你们必会同情我。我有时候也会怜悯自己的不幸，但自怜是一种危险的陷阱，此乃因自怜只有徒增失败而已。它会把你人生的战场上，和推销的战场上所面临的一切，予以抹杀掉。

你应当信任自己，为自己而努力，没有任何事能由别人来代替你去做。当你知道我以前所做的事情及其理由，你就可以反省自己的生存方式及做法，从而截长补短，把负债变财产，将失败变成功。

我并非未尝历尽各种困难就一步登天者，但我确实成功了！象我这种境遇的人都能做到的事，那么自认失败者而失望的任何人也都能做到，因而，你们更应该痛下决心，努力追求成功。

任何人只要有决心，就能理解我所说的“二五〇人法则”的重要性。它就象“骨牌原理”般具有推波助澜的影响力。因为在人际关系日渐重要，接触各式人物日渐频繁的今日社会，它所带来的连锁反应，除了可美化或丑化你的人品、名声外，也足以影响你的事业。因此，无论任何时

间、地点，只要你能随时善用此法则，就能产生无比惊人的效果。

虽然，我所说的和所做的都和推销汽车有关，但是这些原理，绝对适用于你们所推销的任何产品。我在前面强调过：在知道顾客的态度前，推销员应该先检查自己的态度。这种态度的表达方法便告诉你：如何“成功”地推销自己，进而推销产品。而事实上，每个人的一生，几乎都是在不断地运用“成功”推销的原理。这个原理就是一切推销的根本，方法不见得完全相同，原理总是一样的——如何成功地推销产品。

“路是人走出来的。”各行各业都有成功的典型。我走过的路，你们不见得要跟着走，但是你们必须要知道，我在这条如此坎坷的道路上，是如何艰苦的迈向成功的大道，而且是走在最前端。这里面没有幸运的成分，完全是心血的结晶。

跌倒了，可以爬起来再走，失败了为什么就不能再有成功呢？以推销员而言，你不必是个最伟大的推销员，但你可当一流的推销员。从事任何行业都要有这种想法。我敢于如此说，乃因我是大器晚成，将不可能的事都化为可能了。

因此，从现在起，我要引导你们披荆斩棘，逐步地走向成就自己的途径。记住：我是以“全世界最伟大推销员”的亲身经历来启示你们。这是你们获取信心的最大保证。当然，我绝不会忘

记：如何“成功”地推销自己。

作者

目 录

序	1
---------	---

我在最恶劣的环境中成长

——一个苦难者的体验

出生于贫民窟的西西里岛小孩	1
集报童鞋童学生三职于一身	4
我在少年感化院的恐怖经历	5
遍历人生沧桑	7
没有人真诚对待我	9
最初的机会	10
上当	11
断坎	12

欲望为成功之母

——推销须知

汽车推销员·····	15
口吃是致命伤·····	16
电话簿·····	17
初次推销汽车·····	18

以何种态度和顾客接触

——如何应付只问价而不买的顾客

顾客常有两种不安感·····	21
推销使买卖双方皆大欢喜·····	22
推销业务没有“光看不买”	
或“令人讨厌”的顾客·····	24

吉拉德二五〇人法则

——此项发现使我成为世界最伟大的推销员

二五〇人法则溯源·····	26
“吉拉德二五〇人法则”详解·····	27
满意的顾客是推销员最好的宣传者·····	28

优秀推销员之交际法

——视推销成果好坏便可分晓

忙于同事间的交际会抢走你的佣金·····	30
任何人最初都想成为最优秀的推销员·····	31
推销成绩不能全凭机运·····	33

增加新顾客之情报搜集法

——新顾客的情报往往可在意外处发现

最初的新顾客名单乃得自电话簿中·····	36
靠电话也能推销·····	37
推销是一种情报搜集战·····	39
商谈之前必须解决的问题·····	40

摩天轮般的创意

——优秀的推销员均利用摩天轮的方法

- 让顾客乘坐摩天轮 42
- 商店也是你争取的顾客 43
- 让每个人知道你在推销何种商品 45

吉拉德的工具箱

——普通工具的利用法

- 置于防火铁柜内的名册 47
- 利用简易文具即可提高广告信函的效果 48
- 任何人都不知的名片用法 49

让人们乐意看你的广告信函

——不必浪费且效果卓越的方法

- 一般性广告信函会失去效果吗 53
- 激发收信人对广告信函的兴趣 54
- 一年寄出两封“情报提供者”回函 56
- 利用厂商提供的广告宣传单也别具效果 57
- 对老顾客不要吝于施舍 58

利用情报提供者来扩展你的业务

——我利用这种方法在一年内卖了550辆汽车

车

支付给情报提供者

- 的奖金实际上是贩卖经费 61
- 介绍者即使是富翁，也照付佣金 63
- 任何人都相信自己对他人有实用价值 64
- 如何找寻情报提供者 66
- 利用情报提供者显示之资料 69