

销售超人李志明超跑销冠的修炼真经

“销售人员是塑造的，而不是天生的。如果我能做到，你也能！” 乔·吉拉德

12 Golden Rules
Of Sales King Joe Girard

销售大王 乔·吉拉德

的12条黄金法则



向每一个人销售自己！
点燃你的激情，快速让自己
兴奋起来！

永远遵循“250定律”
实施“猎犬计划”！

TO A GREAT GUY!
Li Zhi Ming #1
Your FRIEND
Joe Girard

李志明◎著

中华工商联合出版社

12 Golden Rules
Of Sales King Joe Girard

销售大王 乔·吉拉德

的12条黄金法则

TO A GREAT GUY!
Li Zhi Ming #1



Li Zhi Ming

李志明◎著

中华工商联合出版社

图书在版编目(CIP)数据

销售大王乔·吉拉德的12条黄金法则 / 李志明著

—北京：中华工商联合出版社，2016.7

ISBN 978-7-5158-1734-7

I. ①销… II. ①李… III. ①销售方式 IV.

①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第161425号

销售大王乔·吉拉德的12条黄金法则

作 者：李志明

责任编辑：胡小英 邵桃炜

封面设计：周 源

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：三河市宏盛印务有限公司

版 次：2016年8月第1版

印 次：2016年8月第1次印刷

开 本：710mm×1020mm 1/16

字 数：210千字

印 张：17

书 号：ISBN 978-7-5158-1734-7

定 价：45.00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: cicapl202@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

前言

在当今社会，销售行业已经成为现代商业和服务业不可或缺的一部分。销售员不论销售的是房子、汽车、服装，还是一项服务，要想实现成功销售，大到穿着谈吐，小到表情动作，都必须经过一段时间的准备和磨练，这样才能将自己打造成为更为专业的销售人员，从而打动顾客，实现产品或服务的成交。

但是要想做到这一点，如果没有人引导，销售员单凭自己摸索而不向他人学习请教的话，势必会走不少弯路。所幸，在销售行业出现了这样一位销售大师，他从进入销售行业以来，已经获得了无数荣誉：人类销售史上的奇迹创造者、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……

他就是乔·吉拉德。作为闻名世界的销售大师，乔·吉拉德曾在其自传中说过这样一句话：“如果我能成功，你就能成功。”他之所以这么说，是有原因的。

连高中都没有读完的乔·吉拉德，从懂事开始就需要面对贫寒的家境，以及父亲的嘲笑、打击和暴力。为了能够早点养活自己、减轻母亲的负担，乔·吉拉德9岁就开始打工赚钱，他卖过报纸，当过擦鞋匠，当过兵，一直到35岁之前，他一共做过40多份工作，患有严重口吃的他，最终一事无成。

但就是这样一个貌似彻头彻尾的失败者，却在35岁这个尴尬的年龄，决定再次重启人生轨迹，义无反顾地投入汽车销售中，最终成功“逆袭”，成为人生大赢家。

结合乔·吉拉德的人生经历来看，我们就能理解“如果我能成功，你就能成功”这句话的真实含义在于——像乔·吉拉德这样既无学历，起点又低，还没有“人脉”的人，一直到不惑之年的“临界点”，都依然奋斗不止，我们又有什么理由停滞不前呢？

更重要的是，在多年的销售生涯中，乔·吉拉德积累了丰富的销售经验，总结出诸如“250”销售定律；他在对待顾客上，始终坚持服务至上；在销售策略上，从不墨守成规，而是在工作中总结经验，不断实现创新。

不论是从励志，还是从销售经验方面来说，乔·吉拉德都堪称销售员奋斗的楷模，同时，他也是广大销售员引导者的不二人选。

出于这样的考虑，《销售大王乔·吉拉德的12条黄金法则》应运而生。本书从12个方面着手，梳理、总结了乔·吉拉德的销售经验，并作了适当的延伸，希望能够抛砖引玉，为广大销售员提供一些可学习、可借鉴的经验。此外，本书还穿插讲述了乔·吉拉德本人早年的一些人生经历，希望能够为一些信心不足的销售员展示乔·吉拉德的销售心路历程，从而帮助他们汲取勇气和自信，在销售工作中有所斩获。

总之，不论是作为刚刚入行的“菜鸟”，还是在销售行业摸爬滚打多年的“老鸟”，本书既能让前者尽快入门，掌握众多的销售技巧，又能让后者提升销售技巧，使自己成为更加专业的销售人才。

因编者水平有限，此书难免有疏漏之处，希望广大读者批评指正。

目 录



第 1 章 名片满天飞

——向每一个人销售自己

打造美好的第一印象 / 002

自信，别人才会喜欢你 / 006

销售，就是先“销售自己” / 008

成功者在于与众不同 / 011

让名片成为销售的“轻骑兵” / 014

第 2 章 点燃你的激情

——发自内心热爱自己的职业

先热爱销售，再谈薪水 / 020

每一天都要耐心工作 / 023

让客户感激你 / 025

拒绝加入小“圈子” / 029

强大就是永葆进取之心 / 032

第 3 章 蓄势待发

——机会只眷顾那些有准备的人

有目标才能有成功的劲头 / 038

培养敏锐的观察力 / 042

聪明而不是勤劳地工作 / 046

倾听是销售的一大法宝 / 049

不要忘记那些琐碎的服务 / 052

第 4 章 销售中，永远遵循“250定律”

——不得罪任何一个顾客

每个人的背后都站着250个人 / 056

怎样抓住那个“1” / 059

向每一位顾客微笑 / 063

小损失换取大利润 / 067

强行销售就是拒绝顾客 / 070

未成交的顾客也很重要 / 073

第 5 章 掌握拜访的技巧

——成功之门由此打开

寻找潜在顾客 / 078

- 全面了解约见对象/ 081
- 满足自尊, 让顾客找到存在感/ 084
- 制订访问计划/ 088
- 销售不是刻意取悦顾客/ 092
- 顾客的时间也很宝贵/ 097
- 赞美你的顾客/ 100

第 6 章 保持诚信

——良好的信誉更容易赢得顾客的认同

- 用诚实赢得顾客的信任/ 104
- 诚实不等于老实/ 108
- 掩盖产品缺点就是掩耳盗铃/ 111
- 真心与顾客交朋友/ 114
- 兑现你的承诺/ 118
- 展示公司的良好信誉/ 122

第 7 章 突破异议

——牢牢掌握销售的主动权

- 被拒绝是销售的开始/ 126
- “考虑考虑”不等于拒绝/ 130
- 听懂顾客异议背后的潜台词/ 134

- 不要与顾客争辩/ 138
- 让顾客无法拒绝/ 142
- 巧妙化解顾客拒绝理由/ 146
- 化解顾客的价格异议/ 151

第 8 章 心理博弈

——激活顾客的购买欲望

- 顾客没有需求，那就创造需求/ 158
- 用产品的味道吸引顾客/ 161
- 让顾客“二选一”/ 165
- 让顾客亲身参与/ 167
- 演示，效果最好的销售/ 170
- 销售唯一的产品/ 173
- 抓住顾客的“从众”心理/ 176

第 9 章 促进交易

——快速成交背后的N个秘密

- 紧紧抓住有决定权的人/ 180
- 制造紧迫感，促使顾客成交/ 183
- 假定成交，提高成交成功率/ 187
- 把握报价的最佳时机/ 192

- 为成交做好准备/ 196
- 向顾客传递爱的信息/ 199
- 学会识别成交信号/ 202
- 急于求成只能适得其反/ 206

第 10 章 坚持每月一卡

——售后是新销售的开始

- 售后是销售的开始/ 212
- 定期联系顾客才能有情感/ 215
- 比产品更重要的是服务/ 218
- 给顾客写封信/ 221
- 长期服务顾客，阻断竞争者/ 224

第 11 章 实施“猎犬计划”

——让顾客帮助你寻找顾客

- “猎犬计划”，让顾客自然心动/ 228
- 让“猎犬计划”从身边开始/ 231
- 寻找“猎犬”要用心/ 233
- 开发老客户这座“金矿”/ 238
- 把老顾客发展为“猎犬”/ 241

第 12 章 每天淘汰“旧”的自己 ——在超越中不断成长

最大的竞争者是自己 / 246

自省，即进步 / 249

追随梦想，不断超越自己 / 251

比自己的榜样还努力 / 254

克服恐惧，做自己的“主人” / 256

后 记 / 261

第1章

名片满天飞

——向每一个人销售自己

打造美好的第一印象

自信，别人才会喜欢你

销售，就是先“销售自己”

成功者在于与众不同

让名片成为销售的“轻骑兵”

打造美好的第一印象

身为以销售为生的工作者，无论你销售的产品是一台打印机、一座房子还是一个观点，你都要直接或间接地面对你的销售对象，这个销售对象可能是自己走上门来，也可能是你要走上门去，也可能是两者都有，无论何种情况，我们都称之为顾客。

没错，做销售，我们就是与形形色色的顾客打交道，所以，先想想，我们要以什么样的职业形象出现在顾客眼前？他们又会以什么心态和眼光看待我们？

无论社会如何进步，总会有一些人内心认定“销售员是一个诡计多端、厚颜无耻的模样”之类的观点。所以，我们首要要改变的，就是让我们的顾客改变这一固有刻板印象，打造出美好的第一印象，也就是说，我们一定不能让这种糟糕的销售员形象落在我们身上。

乔·吉拉德说：“我们每天的工作就是进行某种战争，因为潜在客户经常是以敌人的面目出现的。他们认为我们会欺骗他们，而我们认为

他们进店来是要浪费我们的时间。但是如果你不另想办法，你就会遇上麻烦，因为顾客对你一直怀有敌意，你也会对顾客怀有敌意，所以双方彼此哄骗。他们可能会买你的东西，也可能不会买。但无论如何，如果双方一直彼此怀有敌意，那就不会对交易的结果感到满意。更重要的是，如果猜忌、敌意、不信任表现了出来，那么成交的机会是很小的。”

那么，如何才能消除顾客的紧张和提防情绪呢？乔·吉拉德的做法是，穿和顾客一样的衣服。乔·吉拉德作为销售大师，不仅誉满全球，而且收入不菲，他本人也比较喜欢穿一些华美的衣服。可一到工作中，他便会脱下这些华美的衣服，换上最普通的服装。

乔·吉拉德这么做的最大考量在于，他卖的是普通轿车，购买人群多为一般的工薪阶层，他们有的是工厂的工人，有的是企业文员，他们每个月领着固定的薪水。而这个群体买车，多数不会付全款，而是要依靠贷款。这些人如果见到销售员穿着价格不菲的衣服和鞋子，难免会产生这样的想法：这个家伙穿得这么好，肯定是从我们身上抽取了不少佣金。如此一来，他们自然会产生紧张和提防情绪，甚至会打消买车的念头，而转身离去。

对于这个群体的心理活动和消费水平，乔·吉拉德十分熟悉，所以他和他们穿着一样朴素的衣服，也就是变相地告诉他们——我是你们其中的一份子，我们的地位是平等的，所以你们没有必要紧张。这一做法巧妙地给了工薪阶层这个群体高度的身份认同感，成功地消除了他们的紧张和提防情绪。

身份认同感在现代营销中起到的作用不可估量。对于顾客来说，他们希望得到别人的尊重、理解，以及生活观念和价值观的认同。销售员如果在穿着上与顾客存在较大的差距，就会让顾客产生身份上的落差，更无从谈起身份认同感了。一旦顾客产生这样的心理，那么产品即便再

好，也很难激起顾客的购买欲。

所以，优秀的销售员都很在意自己的着装，他们会根据不同的时间、地点、场合来选择相应的服装。如果要拜访的顾客是家庭主妇或是退休的老年人，那么他们的穿着就比较随意，因为如果太过高档或正式，就会使顾客有一种距离感；如果拜访的顾客是大公司、大企业的员工或是老板，他们就会穿得正式一些，这样可以显现出“排场”，因为如果穿着太寒酸，会有一种不尊重对方的感觉，最后很可能无法谈成生意。

所以，销售员穿着的原则是：既不能过分华丽，又要合体大方。具体的做法，乔·吉拉德总结为以下几点：

一、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，应尽量保持大方稳重。大多数情况下，销售员应穿西装，或者是轻便西装。衣服上可以佩戴能够代表公司的标志，或是与产品相似的佩饰，这样能够加深顾客对销售员或产品的印象。

尽量不要佩戴太阳镜或变色镜，因为人往往通过眼睛来决定是否可以相信销售员。不要穿太过流行的衣服，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签字笔，不要使用低廉的圆珠笔。尽量不要脱去上装，以免降低销售员的权威和尊严。

二、讲究

对于男性销售员来说，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销售员的兴趣、爱好，从而判断出销售员的人品。所以，销售员的领带既不能别出心裁，也不要过于平淡。要根据自己的年龄、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，专为拜访顾客或是出差的时候准备。除了鞋子之外，还可以在公司预备一件衬衣，如果身上的衬衣出现褶皱或污点，能够及时替换。

女性销售员则需要预备一双丝袜，因为丝袜是最容易出现问题的一部分。随身携带手帕、纸巾、梳子等在日常生活中常常需要用到的东西，不仅是为自己准备，顾客同样有用得到的时候。

三、大方

一般而言，年轻的销售员应该穿着淡雅、朴素，给人以稳重踏实的感觉。如果自身性格比较内向，可以穿一些稍显鲜艳的衣服，来弥补性格方面的不足。

中年的销售员则可以选择款式看起来比较新颖的服装，但要避免穿着过于高级，这样会给顾客造成产品价格一定非常昂贵的错觉。

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、不冷不热、吹嘘、批评、死缠烂打等都不可取，应做到落落大方，谈吐优雅。

当然，我们知道，第一印象虽然很重要，但也没有绝对性，不过，需要注意的是，成败在于细节，如果我们在没有说话前，或是还没有正式开始展现我们的产品前，就获得了一份必要的职业感，我们是否就多了一份成功筹码呢？

自信，别人才会喜欢你

自信是什么？对于乔·吉拉德而言，自信就是喜欢现在的自己，并在实际工作中，充分发掘自己的优点和特长。

出生在美国贫民窟的乔·吉拉德，家境贫寒，从九岁起，他就开始在酒吧给客人擦皮鞋赚钱。乔·吉拉德至今保存着他九岁擦皮鞋的照片——一个瘦弱的男孩跪在地上，双手抓着一一条白色毛巾搭在客人的鞋面上，侧着脸，冲着镜头微笑，露出洁白的牙齿，一副自信的模样。

九岁，在这个年龄，本应该享受着父母的关爱以及无忧无虑的童年，然而乔·吉拉德没有这个“福气”。一直到35岁之前，“命运之神”都没给乔·吉拉德安排过哪怕一次顺利的待遇——他去入伍当兵，但在兵营仅仅待了97天就被退了回来，遭到父亲无情的嘲笑；走投无路的他，尝试当小偷赚钱，却因东窗事发进了拘留所；后来，他开了一家小建筑公司，有了不少积蓄，眼看日子马上就要好起来了，最后却因轻信别人导致破产。

在35岁之前，乔·吉拉德做过四十多份工作，但每份工作都因各种原因干不长久，他一直过着拮据的生活。很多人到了35岁，都觉得已近不惑之年，人生已经“定型”，一辈子也就这样了。他们丧失自信，开始浑浑噩噩地往下“混日子”。

实际上，乔·吉拉德本人也承认，在35岁之前，他是一个彻底的失败者。但那又如何？他从来没有为此感到过沮丧、难过。因为他的母亲曾告诉过他，在这个世界上，只有一个乔·吉拉德，就算是双胞胎，也