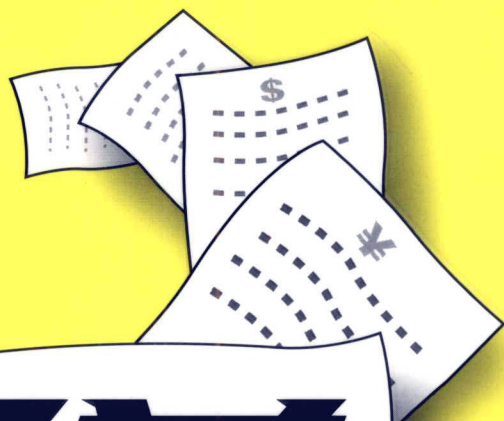


分众传媒董事局主席兼CEO 江南春
湖北贝克药业董事长 陈家明

**郑重
推荐**

周斌◎著

智取



订单

吉拉德式销售执行力

揭示乔·吉拉德等国内外销售大师令人无法拒绝的销售策略

一学就会的方法 + 鲜活的销售案例 + 情景式实战演练和话术

分解销售中各个环节的实战技巧

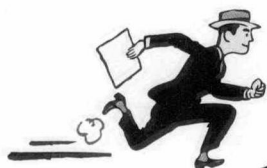
抓住关键点 打造销售执行力



化学工业出版社

周斌◎著

智取



订单

吉拉德式销售执行力



化学工业出版社

· 北京 ·

乔·吉拉德被吉尼斯评为“世界上最伟大推销员”，他创造的销售奇迹无人能够匹敌。乔·吉拉德的故事激励着一个又一个销售人员走向成功。但现实中有许多销售人员因为没有掌握必要的销售技巧，销售业绩上不去。

只有站在巨人的肩膀上才能看得更远。这本书正是要告诉你绝对成交的方法与技巧，并教你如何在行动中付诸实施。本着实用第一的原则，分解销售中各个环节的销售方法或技巧并结合实例及作者在培训中的经验体会，读者可以拿来就用，一用就灵。此外，还穿插大量生动的故事，使阅读更有启发性和趣味性。

图书在版编目 (CIP) 数据

智取订单：吉拉德式销售执行力/周斌著. —北京：
化学工业出版社，2010.2
ISBN 978-7-122-07086-9

I. 智… II. 周… III. 销售-方法 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 207173 号

责任编辑：曾清燕 张焕强
责任校对：蒋 宇

装帧设计：尹琳琳

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011）
印 装：化学工业出版社印刷厂
720mm×1000mm 1/16 印张 14 彩插 1 字数 182 千字
2010 年 2 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686）
售后服务：010-64518899
网 址：<http://www.cip.com.cn>
凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：29.80 元

版权所有 违者必究

今年年初，在武汉出差的时候参加了一次总裁培训，主讲的老师正是周斌老师，我坐在会场的第一排。

企业要发展壮大，参加培训、聘请外脑是必不可少的选择。分众传媒这么多年也不断地学习、培训，才得以成长。我本人也参加了不少的培训。

看周老师的个人介绍，感觉他比较朴实，没有很多花哨的头衔、称谓。在如今讲究讲师包装的年代，所谓的“全国第一”、“全球第一”、“大师”、“首创”、“之最”满天飞。而如周老师这样的讲师也许更容易让人信赖。

周老师讲课非常有激情，也善于调动现场气氛。现场 200 多位企业家听得非常专注，随着课程的进程，或鼓掌，或点头，或沉思，或奋笔疾书……

在课堂上，周老师当众订下自己的目标，其中一个目标就是今年要写一本书。应该说中国大部分人是不会轻易当众说出自己的目标。我对这位讲师有了不错的印象。

午餐时，主办方安排我和周老师同一桌用餐。原本想可以近距离和周老师探讨一些问题。没想到，席间周老师不停地向我还有其他几位企业家“请教”问题，从战略思路到执行细节，从市场到管理，从用人、留人到具体的解决问题的方法。一个优秀的人是善于向别人学习的人。周老师用这种方式学习别人的实战经验，难怪周老师讲课那么生动、那么实用。

大约过了半年，周老师给我打电话，说他的书写好了，并邀请我给他写几句。

我几乎是一口气看完周老师的书稿的。看这本书，仿佛在听周老师讲课。应该说周老师的书里没有太多的大道理，有的是实战。我也比较喜欢周老师清新的文笔，感觉有时候在读诗，有时又在读散文。很多高妙的技巧，周老师用简洁的语言、简单的例子让人豁然开朗。

我的第一份工作是做销售，那是我上大二的时候。一个名为上海亚太影视公司的企业，来学校招业务员，每月300元工资，这对于当时还是学生的我而言是一笔相当可观的收入。

一个月后，招来的30名业务员只留下了两名，我是其中的一位。当时是卖东方电视台一个叫《东视旋律》的节目广告，我一个月能做好几个客户，业绩相当不错。到1993年的时候，我一个人大概做了公司1/3的营业额，约150万元。

那时候做销售凭的是热情，凭的是不怕苦。那时上海新的商业街淮海路刚刚修建，我就去横扫淮海路，一家一家拜访。如果那时候能够看到这本书，有这样的理论指导，我的工作是不是会事半功倍呢？

很多人喜欢把简单的道理讲得很复杂，但有人却能把复杂的东西讲简单。所谓复杂是累赘，简单是智慧。周老师就是后者。

很期待这本书早日出版，期待更多的人能读到这本书，更期待读者能实践并应用书中的技巧，实现心中的梦想，完成自己的承诺，让自己的销售事业做得更好！

每一个从事销售的人都应该有目标，更要热爱自己的行业。销售行业能人辈出，汽车销售冠军乔·吉拉德、房产销售冠军汤姆·霍普金斯、保险销售冠军原一平……什么时候在世界销售吉尼斯纪录上出现中国人的名字呢？也许这正是这本书的目的吧！

分众传媒控股有限公司董事局主席兼首席执行官 江南春

2009年10月6日

欣闻周老师新作问世，并邀请为此书写序。通读全文之余让人全身充满了能量，仿佛从睡眠中清醒一般，如获至宝，便兴笔写下此文。本书有两点绝妙之处：第一，让人能很容易地看懂并能很快地接受其观点；第二，本书的案例有现实的鲜活性和，让人很愿意看下去，读来兴趣盎然。许多营销和销售的问题，读完此书会觉得豁然开朗，如疲惫之时为自己找了一个很好的动力源泉。

与周老师的合作始于2006年，那时我们企业发展刚遇到了不少的挑战。作为一名“在路上”的人，在平日的繁忙中几度迷失方向。回想贝克药业创业之初如懵懂顽童，凭一腔热血在惨烈的竞争中脱颖而出，其间辛酸只有自知。从生产到销售到市场，从财务到运营到团队建设，每一件事情都常感觉心有余而力不足。

正是有了很多老师的指导，贝克药业才得以发展。从盲目销售到有序营销到建立服务营销体系，从确立打造“中国民族儿药航母企业”的共同思想到提出“少年强则中国强”的口号，离不开贝克家人共同的努力。如今贝克在市场所取得的一些成就，“儿药市场份额第一”、“家庭最受欢迎消费品种”、“中国妇女儿童发展中心指定消费品种”等，离不开贝克家人的学习成长，应该说贝克药业就是培训的受益者。周老师也伴随和见证了我们企业的成长。

2008年我们公司聘请周老师作为公司的总教练。2009年我们成立了贝克商学院，为我们的员工和经销商客户提供更多的学习机会。我们聘请周老师作为商学院的名誉院长。

每一次听周老师讲课都感觉到周老师用心和精心的准备。他能够非常尽职尽责地为每一位经销商会员设身处地地考虑每一次的课程。即使相同的课，周老师每次讲都会有新鲜的东西出来，看得出，周老师也在不断地学习、成长。他用实践把

“纸上得来终觉浅”的观念变成了学员们一阵又一阵的喝彩。

在贝克商学院学习的学员中，不论公司的员工还是经销商都非常喜欢听周老师讲课，有些甚至为提升自身能力而往返几回。周老师为人平实、豁达、开朗；言行所代表的是一个真正的职业形象。

一个观点也许能成就一个人丰富的人生，一个好方法也许能让事情的结局更加完美。如果读者能抓住本书几个闪光点，一定能让自己的销售事业做得更好！

湖北贝克药业董事长 陈家明

2009年10月21日

一直想写一本书，这样的念头从2000年起就有了。可是从想到做的距离是如此的遥远。每次讲完课，很多学生都建议我写本书。人总是习惯给自己找借口，我也给自己找了很多的借口：太忙了、我需要再沉淀一段时间……其实拖延是很多人逃避的一种方法，让我们待在舒适区里。直到2009年，我开始反思这几年的工作，觉得是不是该写点什么了。我从事培训工作已经10年了，当我在教导别人立即行动的时候，自己却在拖延；当我指出别人在找借口的时候，却给自己找了一个又一个的借口；当我在课上告诉别人要结果导向的时候，自己却空想了很多年……从什么时候开始呢？今天就开始，马上行动！

我1994年大学毕业，第一份工作是做技术，1995年开始从事销售工作。其实我一开始并不喜欢销售工作。我觉得销售是没有技术、每天就知道吃喝玩乐、考虑回扣的人做的工作，他们应该学历不高，应该没有什么格调。我，一个堂堂西安交通大学的毕业生，在学校里就是优秀生，在学校里就入了党，应该是在办公室里搞研究的，而不是去做风里来雨里去忍受别人白眼的销售。我不会抽烟，又不会喝酒，不会油腔滑调，不会拉关系，讨厌送回扣……我怎么适合做销售？

我出生在江苏的农村，从小家里人就给我灌输：要好好学习，将来进大城市，坐办公室。父母给我的教育就是：“学好数理化，走遍天下都不怕”、“要有一门技术”、“艺大不压身”。如今却要丢掉技术去做销售？我不愿意！我是被领导逼着走上销售岗位的，我不喜欢也不习惯做销售，但那时只能选择“个人意见保留、服从组织安排”。直到我读到了一个伟大的名字：乔·吉拉德——世界上最伟大的推销员，这才彻底改变了我对销售的看法，让我从此爱上了销售。我决定也要通过销售实现自己的价值，通过销售实现自己的梦想，通过销售证明我自

己，做一个像乔·吉拉德一样的人！

我比别人到公司早，比别人离开公司晚，比别人拜访勤奋，比别人打电话多。功夫不负有心人，短短不到一年时间，我就成了那家国企最年轻的销售副科长。原来销售也可以不需要会抽烟，不需要会喝酒，不需要去求着别人，可以用你的真诚，用你的努力去换取客户的信任。

1997年底我来到武汉，应聘一家高科技企业的销售主管。老板问我这样一个问题：你会 Internet 吗？天哪，那是 1997 年，有多少人用过网络？谁有 E-mail？谁有 QQ？MSN？听都没有听过。我很诚实地说：我不会，但不怕不会，就怕不学，隔行如隔山，但隔行不隔理……三个月后我成了这家公司武汉分公司的经理！

我几乎不看电视和电影，也很少有什么消费，我购买了大量关于销售、励志以及管理的书籍和光盘用于学习。我喜欢把书上的知识学会后马上去应用，让知识融会贯通，成为自己的一部分，成为一种习惯。大约从 1998 年开始，一些同行或朋友公司的老总让我与他们的员工分享自己销售的经验，结果大受欢迎，我信心大增，于是开始走上培训舞台。从那时候起，我也去参加国内外一些老师的培训课程，让我大开眼界。

有一天，我忽然发现自己喜欢上了培训的舞台，我愿意讲我所做，做我所教。在走访一些企业时，我常常发现那些没有经过培训的销售人员在一次又一次地伤害企业，得罪客户，使企业的利润流失，把客户推到竞争对手那里。作为顾客，我们也曾经被“劣质”销售员骚扰过，以致在大家的印象中，销售员就是那种喊着响亮的口号，厚脸皮，强买强卖，死缠烂打，不达目标决不罢休的人。

你觉得销售快乐吗？你觉得销售难吗？你觉得与客户成交

难吗？难道销售真的很难吗？难道销售真的需要什么天赋吗？难道销售不可以很轻松地完成吗？难道我们不可以“随风潜入夜，润物细无声”吗？今天你读到的这本书里，其实都是前辈的理论，所有的理论都是经过实践检验的，我又一次验证了这些理论的正确。如果有些内容你觉得似曾相识，表示那很重要，问题是你做到了吗？你应用了吗？你熟练地掌握了吗？

每次出门拜访前你是不是顾虑重重呢？每当遇到挫折的时候你是不是总是抱怨产品不好？公司不好？价格不好？竞争对手太厉害？客户太刁难？我个人认为，跌倒不是问题，不愿站起来才是问题；摔倒一次不是问题，在同一个地方摔倒很多次才是问题；能力不足不是问题，不愿提升才是问题；业绩不好不是问题，不愿面对、不愿成长才是最大的问题！你自己有没有提升呢？你有没有检视自己呢？你的客户有多少成了你的“死党”、你的朋友？

我们的市场在变，我们的客户在变，我们周围的环境也在变，我们自己变了吗？我们的观念变了吗？我们的能力提升了吗？今天的你如果重复着昨天的故事，你那张旧船票能否登上今天的新客船呢？

你能承诺自己看完本书全部内容而不是像过去很多书看几页就放一边吗？你能承诺自己去应用，而不是像过去一样看完激动，过后一动不动吗？你能承诺自己去设定目标并完成它，而不是总在修改目标吗？

那么，让我们开始吧！

周 斌

2009年10月2日

第 1 章 世界上最伟大的推销员是怎样炼成的

乔·吉拉德以年销售 1425 辆汽车的成绩，打破了汽车销售的吉尼斯世界纪录，同时获得了“世界上最伟大的推销员”的称号。这个人在 15 年的汽车推销生涯中总共卖出了 13001 辆汽车，连续 12 年平均每天销售 6 辆车，而且全部是一对一销售给个人的。

第 1 节	“擦鞋童”创造销售奇迹	2
第 2 节	乔·吉拉德的秘诀	5
第 3 节	销售冠军的特质	10

第 2 章 我们的客户在哪里

第一天，兔子去钓鱼，没钓到。

第二天，它又去钓鱼，又空手而归。

第三天，鱼跳出来对说：“你再拿萝卜当诱饵，就一巴掌打死你这个兔崽子。”

第 1 节	客户的心思你来猜	14
第 2 节	MAN 法则助你找到潜在客户	17
第 3 节	和你的客户“谈恋爱”	18
第 4 节	寻找客户的 18 种方法	22
第 5 节	收集有价值的客户资料	26

第 3 章 让人无法拒绝的销售技巧

一位信徒问牧师：“我在祈祷的时候可以抽烟吗？”

牧师拒绝说：“不行！”

另一位信徒问：“我在抽烟的时候可以祈祷吗？”

牧师回答说：“可以！”

第 1 节	销售不是说的，而是问的	32
-------	-------------	----

第2节	说服不如问服	39
第3节	不塑造价值不谈价格	42
第4节	嫌货才是买货人	60
第5节	处理异议的16种技巧	69
第6节	轻松处理价格异议	87

第4章 成交、成交、再成交

阿牛和阿花是朋友，约好下班一同出来散心。走到一个公园，找地方坐下一直聊到夜幕降临。突然阿牛轻轻地说：“亲爱的，我可以吻你吗？”阿花直视着湖面没什么反应。阿牛觉得怎么没反应呢？是不是没听见我说什么呢？就又大了点声音说：“亲爱的，我可以吻你吗？”谁知这时阿花虽然脸蛋微红，但还是没什么反应。阿牛觉得奇怪了，难道她不喜欢我？但这是个难得的机会，一定得问清楚，他放开胆很大声地又说：“亲爱的，我可以吻你吗？你是聋子还是哑巴？”只见阿花站起来一耳光打过去说：“你才是残疾呢，心动不如行动呀！”

第1节	如何打破对成交的恐惧	96
第2节	如何解读客户的购买讯息	101
第3节	立即成交的技巧	107
第4节	超级说服话术	117
第5节	怎么说比说什么更重要	119
第6节	重新定义天地宽	124

第5章 提供完美服务

麦克走进餐馆，点了一份汤，服务员马上给他端了上来。
 服务员刚走开，麦克就嚷嚷起来：“对不起，这汤我没法喝。”
 服务员重新给他上了一份汤，他还是说：“对不起，这汤我没法喝。”
 服务员只好叫来经理。
 经理毕恭毕敬地朝麦克点点头，说：“先生，这种汤是本店最拿手的，深受顾客欢迎，难道您……”
 “我是说，调羹在哪里呢？”

第1节	留住老客户的心	128
第2节	服务无止境	130
第3节	售后服务的方法	132
第4节	超出客户期望的三种服务	136
第5节	服务从心做起	137

第6章 让客户转怒为喜

“小姐我可以吻你吗？”“不”。

“那，请允许我用胳膊挽着你的腰，好吗？”“不”。

“那么，让我握着你的手，总可以吧？”“不”。

“小姐你为什么总是说不？”“妈妈说，和男孩子第一次约会时，千万记着什么都要说。”

“是吗？你妈妈也真是的！小姐，你介意我握你的手吗？”“不。”

“小姐，你介意我挽着你的腰吗？”“不。”

“小姐，你介意我吻你吗？”“嗯……不！”

第1节	客户为什么不满意	144
第2节	处理问题之前先处理情绪	146
第3节	投诉和抱怨是最好的礼物	149
第4节	不满的客户要得到什么	152
第5节	处理客户抱怨的步骤	154
第6节	把话说得恰到好处	158

第7章 让客户喜欢你

在越南战争时，威斯特摩兰将军有一次巡视一支降落伞部队，问了他们一个问题：“你们喜欢跳伞吗？”第一位回答：“爱死了，长官！”问第二位时，他回答：“那是我一生中最难忘的经验。”将军再问第三位时，他回答：“我痛恨它，长官！”将军问：“那你为什么还要跳伞呢？”他回答说：“因为我想和喜爱跳伞的人在一起。”

第1节	微笑——你的第一张名片	168
第2节	认同别人才有机会肯定自己	170
第3节	赞美是世界上最动听的语言	173

第4节	别让客户沉默	178
第5节	与客户“同流”才能交流	182
第6节	如何产生信赖感	185

第 8 章 你也可以成为销售冠军

一次，有个青年人请教爱因斯坦成功的秘诀，爱因斯坦给他写下了一个公式： $A=X+Y+Z$ 。他解释说，A代表成功，X代表你付出的努力和劳动，Y代表你对所研究问题的兴趣和热情，而Z表示少说空话，要谦虚谨慎。

第1节	排除干扰	190
第2节	相信自己	193
第3节	积极思维	195
第4节	正确面对挫折	200
第5节	你也可以做得到	202

后记	208
----	-----

第 1 章

世界上最伟大的推销员是怎样炼成的

乔·吉拉德以年销售 1425 辆汽车的成绩，打破了汽车销售的吉尼斯世界纪录，同时获得了“世界上最伟大的推销员”的称号。这个人在 15 年的汽车推销生涯中总共卖出了 13001 辆汽车，连续 12 年平均每天销售 6 辆车，而且全部是一对一销售给个人的。



当你打开这本书的时候，你一定有这样一个疑问：这本书究竟能给我带来什么？我是否需要学习销售呢？

你一定有过被推销的经历，也有过向别人推销的经历。只要你有需求，你就会被推销或去推销。从我们呱呱坠地起，我们饿了就会哭，于是妈妈会满足我们的需要。我们想要玩具，于是我们就会用我们的方式向父母要，父母会满足我们。所以，你出生后的第一件事就是把自己推销给我们的父母，让他们喜欢你、满足你。你从一出生就学会了推销过程中最重要的事情：推销产品之前先推销自己。

当你长大之后，你渴望认识更多的小朋友，和他们一起玩耍。你能很快认识别人，并和一群小朋友打成一片。你已经具备了认识客户，和客户建立良好关系的能力。

在你一生当中，你都不断推销与被推销。你要把自己推销给企业，推销给那个面试的考官，你才能找到工作；你要把自己推销给同事，你才能融入团队；你要把自己推销给那个男人或女人，你才能收获爱情和婚姻；你要把你的思想和观念不断推销给你的孩子和爱人，你们才能达成共识。

如果你是一个领导人，那更要懂得推销了。你要把企业的价值观和文化不断地推销给你的员工；你要把你的城市不断地推销给别人，吸引别人投资和观光旅游；你要把中国推销给世界，让世界重新认识中国……

既然推销不是从事销售的人才应具备的能力，那么本书对于任何人都是有价值的。让我们先来认识一位世界纪录保持者——世界上最伟大的推销员乔·吉拉德先生。

第 ① 节 “擦鞋童” 创造销售奇迹

乔·吉拉德，1928年11月1日出生于美国底特律市的一个贫民家



庭。9岁时，乔·吉拉德开始给人擦鞋、送报，赚钱补贴家用。乔·吉拉德16岁就离开了学校，成为一名锅炉工，并在那里染上了严重的气喘病。后来他成为一位建筑师，直到1963年，盖了13年房子。35岁以前，乔·吉拉德是个失败者，他患有相当严重的口吃，换过40个工作仍一事无成，甚至当过小偷，开过赌场。35岁那年，乔·吉拉德破产了，负债高达6万美元。为了生存下去，他走进了一家汽车经销店，3年之后，乔·吉拉德以年销售1425辆汽车的成绩，打破了汽车销售的吉尼斯世界纪录。这个人在15年的汽车推销生涯中总共卖出了13001辆汽车，连续12年平均每天销售6辆车，而且全部是一对一销售给个人的。正因为如此，他创造了汽车销售的吉尼斯世界纪录，同时获得了“世界上最伟大的推销员”的称号。

你的背景比乔·吉拉德更差吗？

你的起步比乔·吉拉德更晚吗？

你的口才不如当初的乔·吉拉德吗？

乔·吉拉德是全球单日、单月、单年度以及销售汽车总量的纪录保持者。他1978年1月宣布退休，但他所缔造的纪录，迄今未被打破！在乔·吉拉德15年的汽车销售员生涯中，遭遇了美国经济大环境最糟糕的时期——1964年越战爆发，美国经济受战事拖累，1973年全球又爆发第一次石油危机，经济的不景气使得美国汽车销售量下滑，但他在逆势中，一年还能卖出1400多辆车。

2001年，乔·吉拉德跻身“汽车名人堂（Automotive Hall of Fame）”，这是汽车界的最高荣誉。列位其中的，都是汽车业界的先驱与灵魂人物，包括福特汽车创办人亨利·福特、本田汽车创办人本田宗一郎、法拉利创办人恩佐·法拉利等人。乔·吉拉德是唯一的汽车销售员。

在20世纪30年代，乔·吉拉德不过是一个出身于贫民窟的擦鞋童。从底特律东区满地都是垃圾的贫民窟，到迪尔伯恩环境幽雅的汽车名人堂，这是底特律的两个世界，两地只相距37公里，但乔·吉拉德花了一辈子才走到。