

你的最后一本推销书

# 快速推销全书

JOE GIRARD

王永军 编著

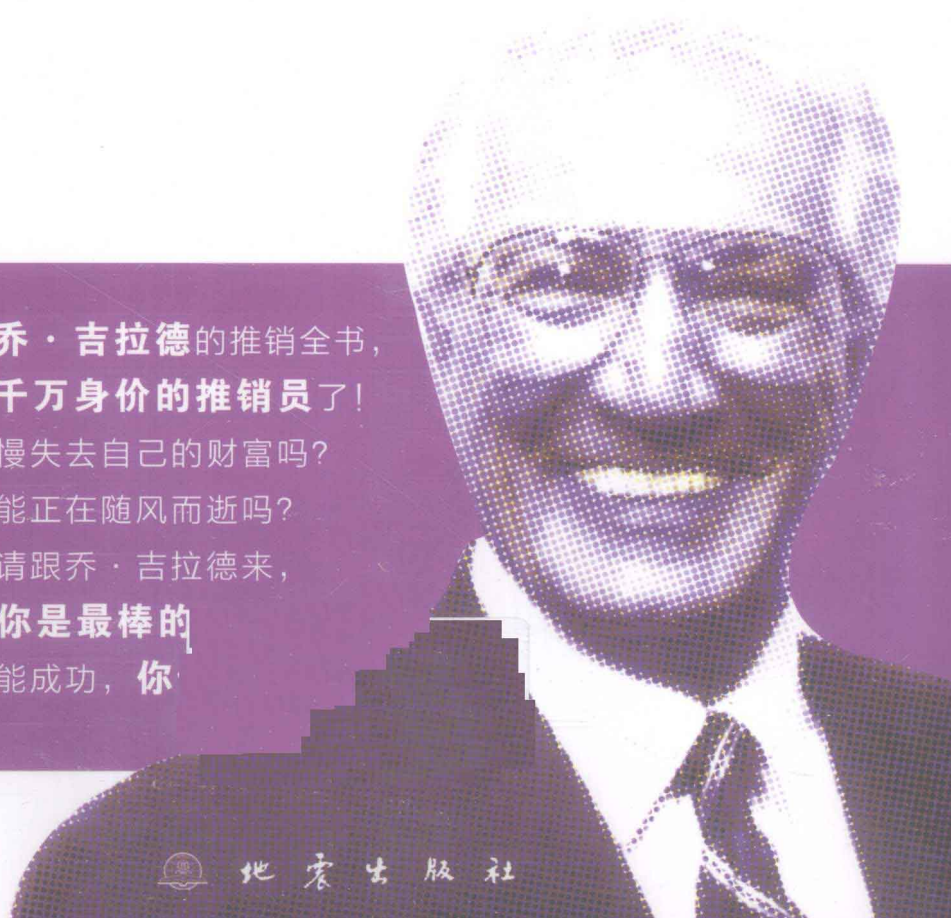
## 乔·吉拉德

- ▶▶▶▶ 海量实际案例
- ▶▶▶▶ 大量快速技巧
- ▶▶▶▶ 详细成功细节
- ▶▶▶▶ 让销售不再难

如果你学习过**乔·吉拉德**的推销全书，  
你或许已经是**千万身价**的推销员了！  
你知道你在慢慢失去自己的财富吗？  
你知道你的潜能正在随风而逝吗？  
如果你不想，请跟**乔·吉拉德**来，  
因为他认为：**你是最棒的**！  
像他这样的人能成功，**你**



地震出版社



你的最后一本推销书

# 快速推销全书

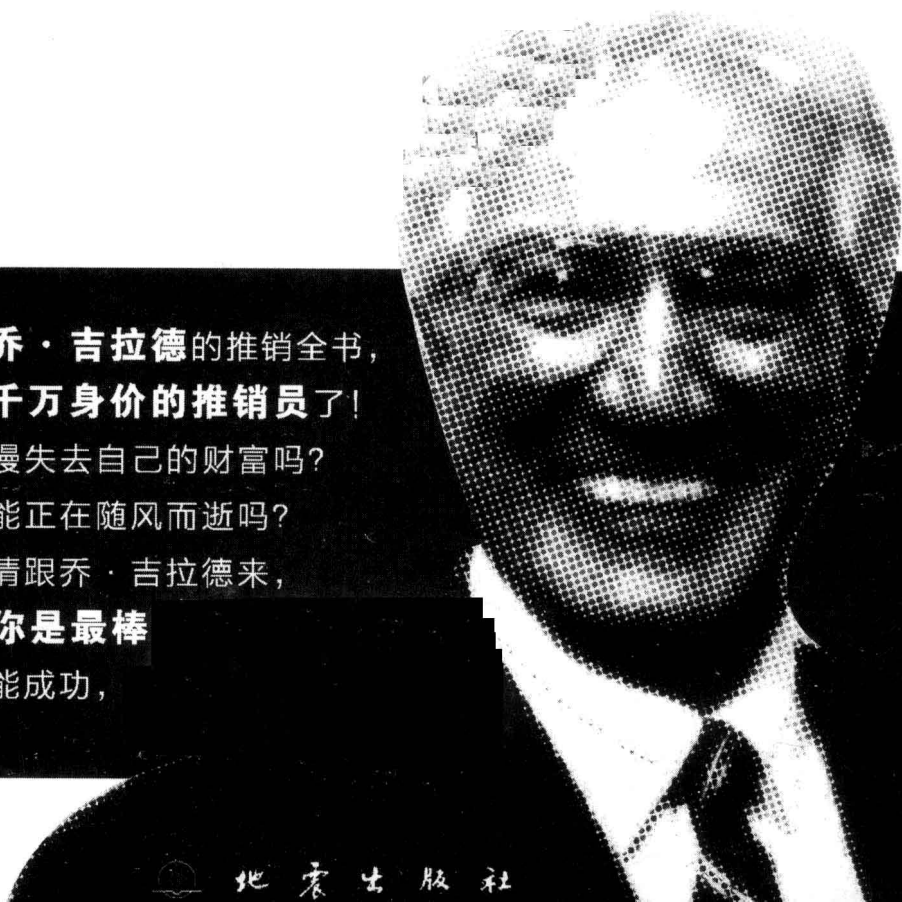
JOE GIRARD

王永军 编著

## 乔·吉拉德

▼▼▼▼ 海量实际案例    大量快速技巧  
▼▼▼▼ 详细成功细节    让销售不再难

如果你学习过**乔·吉拉德**的推销全书，  
你或许已经是**千万身价**的推销员了！  
你知道你在慢慢失去自己的财富吗？  
你知道你的潜能正在随风而逝吗？  
如果你不想，请跟**乔·吉拉德**来，  
因为他认为：**你是最棒**  
像他这样的人能成功，



## 图书在版编目 (CIP) 数据

乔·吉拉德快速推销全书/王永军编著. —北京:

地震出版社, 2011. 5

ISBN 978 - 7 - 5028 - 3869 - 0

I . ①乔… II . ①王… III . ①推销 - 通俗读物

IV . ①F713. 3 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 052146 号

地震版 XM2186

## 乔·吉拉德快速推销全书

王永军 编著

责任编辑: 赵月华

责任校对: 庞亚萍

---

出版发行: 地震出版社

北京民族学院南路9号

邮编: 100081

发行部: 68423031 68467993

传真: 88421706

门市部: 68467991

传真: 68467991

总编室: 68462709 68721982

传真: 68455221

E-mail: seis@mailbox.rol.cn.net

经销: 全国各地新华书店

印刷: 北京欣睿虹彩印刷有限公司

---

版(印)次: 2011年6月第一版 2011年6月第一次印刷

开本: 787×1092 1/16

字数: 360千字

印张: 25

书号: ISBN 978 - 7 - 5028 - 3869 - 0/F (4510)

定价: 39.80元

版权所有 翻版必究

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

## 你的未来，不是梦！

乔·吉拉德是世界销售界的传奇人物，有着“世界上最伟大的推销员”的美誉，不仅如此，他还连续 12 年荣登吉尼斯世界纪录大全销售第一的宝座，其所创造的平均每天销售 6 辆汽车的世界销售纪录，至今无人能及。然而，在这些成功的背后，吉拉德曾是一个全盘的失败者，他患有严重的口吃，并换过 40 个工作都无所作为，直到踏入汽车推销行业，他的人生才真正开始！

也许，我们都羡慕吉拉德的成功，殊不知，这位引领销售潮流的成功者，当年也与我们一样，是站在同一起跑线上，进而走向了成功！都说英雄加速着时代的脚步，然而，时代的巨变，也在呼唤着新英雄的出现，其实，站在这个新时代的起点，我们每个人都充满了机遇，只要我们学会吸取经验，就能够站在巨人的肩膀，展望自己的未来，并成为下一轮的英雄！

本书就是大家借鉴巨人的最佳途径，它将吉拉德的销售历程，分成了成长篇、激励篇、蜕变篇这三个部分，以不同时期的不同技巧需求，来为大家详细诠释正确的销售方案，并且，书中还针对不同阶段的每个细节，来传授读者最简单实用的销售技巧，进而打造出自己独特的职业优势。不仅如此，本书还结合了大量的实例，让读者更加清晰的理解书中的含义，以达到事半功倍的效果！

请记住，你的未来不是梦，只需从阅读本书开始！

# 成长篇

## 危机下的销售英雄

# 目 录

## CONTENTS

### 第一章 小小名片作用大，要让名片满天飞 / 3

- 小小名片作用大，要让名片满天飞 / 3
- 抓住机遇，出动“轻骑兵” / 6
- 广撒渔网，才能钓“大鱼” / 9
- 顾客无处不在，名片发给路人 / 12
- 特殊的名片，特殊的效应 / 14
- 名片礼仪，不可不知 / 17
- 勤于思考，使用名片有技巧 / 20
- 小小名片有学问，做好文章成珍品 / 24
- 一视同仁，不能以貌取人 / 27
- 小客户，也应该受到重视 / 30

### 第二章 挑战自己，向陌生人“抛砖” / 34

- 注重形象，打好印象这张牌 / 34
- 精心准备，说好第一句话 / 38
- 拜访陌生人，先管好时间 / 41
- 有“礼”走遍天下，礼貌带来大利益 / 44
- 用执着应对销售“场面话” / 47
- 嘘！“悄然”接近陌生人 / 50
- 唯有出奇，才能一招制胜 / 53
- “软磨硬泡”，也是一种本领 / 56

# 目 录

## CONTENTS

- 巧用声音，来打动陌生人 / 60
- 约见陌生人，耍个小手段 / 63
- 抓住“软肋”，说服陌生人 / 66
- “乱拨”电话，收获信息 / 69

### 第三章 不断进取，在学习中迈向成功 / 72

- 在坚持不懈中磨练自己 / 72
- 学会总结，经验就是财富 / 75
- 将目标定得高一点 / 77
- 把每一分钟都用在刀刃上 / 80
- 时间，要有效地规划 / 83
- 追求卓越，积极参加培训 / 86
- 勤做功课，及时更新资料 / 89
- 销售，只需一个坚定的信念 / 92
- 抓住机遇，坚持再坚持 / 95
- 打有准备的“仗” / 98
- 面对问题，勇敢迎上 / 101
- 销售，从被拒绝时开始 / 104
- 谨记：成功 = 重复 + 毅力 / 107
- 不做空想家，现在就行动 / 110

### 第四章 快速销售，一切只为快速成交 / 113

- 幽默，使成交在愉悦中快速进行 / 113
- 促成交易，需要准确的判断力 / 116
- 攻心为上，引导客户快速购买 / 119
- 有效提问，助你快速完成交易 / 123
- 假定成交，以假乱真快速销售法 / 126
- 做片黏上客户的“强力胶” / 129

- 打蛇打七寸，从客户家人入手 / 132
- 快速成交，找准成交决策者是关键 / 135
- 用坚定的态度，让客户购买 / 138
- 换个思路，曲径也能快速成交 / 141
- 挖掘需求，才能完成销售 / 144
- 循循渐进，耐心地完成销售 / 147
- 巧用激将法，促进交易完成 / 150
- 不给客户留下拒绝的机会 / 154
- 快速成交，需帮助客户做决定 / 157
- 从诚信中寻找成功的契机 / 160

## 激励篇

### 苦难中磨砺“武器”

#### 第五章 推销自己，先“卖出你”再卖产品 / 165

- 先“卖出自己”，才能卖出产品 / 165
- 销售，需要一个正确的心态 / 168
- 从自信、乐观的第一步开始 / 171
- 快速将自己推销出去 / 174
- 迂回方式，似慢实快推销自己 / 177
- 微笑，快速自我推销的不二之法 / 180
- 诚实，快速亲近客户的核武器 / 183
- 自销，“糖衣炮弹”最有效 / 186
- 小小道具，巧获客户信任 / 189
- 自我推销，动人的话语打动人 / 192
- 家常话实不“家常”，专业术语适得其反 / 194

# 目 录

# CONTENTS

# 目 录

## CONTENTS

一次不成功，就再试第二次 / 197

### 第六章 吸引顾客,让产品散发“魅力” / 200

- 独辟蹊径，销售汽车的味道 / 200
- 你卖的不是产品，而是“好处” / 203
- 实事求是，不隐瞒产品缺陷 / 205
- 编个小故事，身价增百倍 / 208
- 对症下药，事先掌握顾客的需求 / 210
- 熟识产品，用特长征服顾客 / 214
- 切忌乱忽悠，谁都不是傻子 / 216
- 展示产品，切不可自以为是 / 219
- 画蛇添足，只能失败 / 221
- 注意了！介绍产品有巧技 / 225

### 第七章 学会倾听，此时无声胜有声 / 228

- 学会倾听，有百益而无一害 / 228
- 滔滔不绝，都是二流销售员 / 231
- 获取信赖，用倾听尊重顾客 / 234
- 从倾听中发掘顾客的需求 / 237
- 制服愤怒顾客，只要倾听就行 / 239
- 面对顾客，学会“听话” / 242
- 倾听，对顾客最好的恭维 / 245
- 沉默是金，不说话的倾听艺术 / 248
- 懂得倾听的推销员出类拔萃 / 251
- 提问直击内心，倾听变成艺术 / 254

### 第八章 升级服务,让客户变成“摇钱树” / 258

真正的销售在售后，让客户变成



- “摇钱树” / 258
- 先处理心情，再处理事情 / 261
- 真诚服务，巧获下一笔订单 / 264
- 用好最佳销售武器——服务 / 267
- 让所有问题划上句号 / 269
- 为顾客提供方便者，赢 / 272
- 巧避锋芒，冷静处理顾客意见 / 276
- 面对投诉，让顾客说“是” / 279
- 顾客至上，将服务进行到底 / 281
- 升级服务，巧走感情路线 / 285

## 蜕变篇

### 最伟大的销售员诞生了

#### 第九章 攻心为上，让顾客“芳心暗许” / 291

- 抓住关键，使顾客步步紧跟 / 291
- 善意谎言不算谎，把握尺度是诀窍 / 294
- 制造气氛，让顾客立刻购买 / 296
- 抛砖引玉，善用鱼饵钓大鱼 / 300
- 必要时，打一场持久心理仗 / 302
- 需求，打开顾客心门的钥匙 / 305
- 适时隐藏价格的昂贵感 / 308
- 巧打“亲情牌”，轻松赢信赖 / 311
- 诚信，俘获“芳心”的利器 / 313

#### 第十章 学会挖掘，老客户有新价值 / 316

- 销售员，请牢牢抓住那一个人 / 316

# 目 录

# CONTENTS

# 目录

## CONTENTS

- 打造属于自己的个人关系网 / 319
- 人脉交换，先为感情开个案 / 323
- “刺猬法则”，不可忽视 / 326
- 先做朋友，才能收获更多交易 / 328
- 从现在开始，创造永远的顾客 / 331

### 第十一章 激发兴趣，让顾客愉快掏钱 / 335

- 激发说话兴趣，首先拉近距离 / 335
- 有时，不妨“引诱”顾客 / 338
- 只要有购买诱因，你就要无限放大 / 341
- 欲擒故纵，激发顾客的购买欲 / 344
- 巧让小利，收获双赢大局 / 347
- 抓准心理，“帮”顾客购买 / 350
- 任何时刻，都让顾客愉快掏钱 / 353
- 扬长避短，突出自己的优势 / 356
- 创造一个需求，让顾客买单 / 359

### 第十二章 注重细节，做最完美的销售巨人 / 362

- 办公室，你的脸面 / 362
- 小小礼品，礼轻意重 / 365
- 优化记忆，谨记顾客们的名字 / 368
- 细心观察，解读“肢体语言” / 371
- 推销时，别忽视声音的魅力 / 374
- 不贬对手，同行未必是冤家 / 378
- 注意购买习惯，策划完美交易 / 381
- 细心观察，及时识别成交信号 / 384
- 建立完整顾客档案，让顾客“触手可及” / 387



# 成长篇

## 危机下的销售英雄

**乔**·吉拉德的成长之路，始终是苦难不断，在15年的汽车销售员生涯中，不仅碰到了美国经济最紊乱的时期，还遭遇了1964年的越战，当时，美国的经济受到了战事的拖累，一蹶不振，而在1973年，又爆发了全球第一次石油危机，不景气的经济，让美国的汽车销售量直线下滑。然而，在大环境如此恶劣的情况下，他却还能卖出汽车，成为乱世下的销售英雄！



KUAI SUTUI XIAO QUAN SHU

试读结束：需要全本请在线购买：[www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)





# 第一章

## 小小名片作用大，要让名片满天飞

乔·吉拉德

快速

推销

全书

全书

### ◎小小名片作用大，要让名片满天飞

据统计，每个推销员都有名片，许多销售员一年也用不完500张，但乔·吉拉德一周就能用500张。名片，是每一个销售员的必备品，然而，却并不是每一个销售员都懂得怎样使用它，想用名片来提升自己业绩的销售员，不妨学习销售大师乔·吉拉德的方法——让名片满天飞！在吉拉德的销售生涯中，他到处递送名片：在餐馆就餐付账时，他要把名片夹在账单中；在运动场上，他把名片大把大把地抛向空中；在演讲台上，他让名片像雪花般漫天飞舞。

吉拉德的名片使用法，使他成交了无数单，来看看他是怎么做的吧！

其实，在乔·吉拉德刚刚入推销行业的时候，自己也不知道怎样才能更好的使用名片这东西，有人告诉他，先发给自己的亲戚或朋友，让他们购买，再发给自己最要好的朋友，让他们也来帮忙，然而，吉拉德却没有能买得起一辆汽车的亲戚和朋友，因此，他只能寻找别的出路了。



乔·吉拉德

快速推销

全书

一天，吉拉德想：既然自己没有目标，那干脆见人就发吧！于是，不论何时何地，只要遇到了人，他的手都会立刻伸进口袋里掏出名片，然后递给对方，他发现自己的这个举动，竟无形中将自己的身份、痕迹与味道都留给了别人。随后，精于此道的他常常这样告诉别人：“你可以留着这张名片，也可以扔掉它。如果留下，你知道我是干什么的、卖什么的，我的细节你全部都能掌握。”

与此同时，每次在餐馆吃完饭后，乔·吉拉德也总会非常大方地多给一些小费，并在小费里夹上几张名片。他这样做的目的有两个：第一，给的小费比别人多，自然就能引起其他人的注意；第二，当别人看见他的名片时，自然会“按图索骥”，然后，在跟他做朋友的同时，也会顺便找他买辆汽车。

当吉拉德尝到了名片给他带来的甜头以后，便开始了自己疯狂的“名片销售法”。在人潮攒动的体育比赛现场，他会随身带着1万张名片，坐在最好的座位上等候良机，一旦大家为比赛出现精彩场面而欢呼雀跃，他便将自己的名片，大把大把地向观众席抛撒出去，顿时，名片像天女散花般从天而降，纷纷扬扬，景象极为壮观，惹得观众争相观看。

在那一瞬间，吉拉德仿佛成了观众们喝彩的“主角”。

即使在吉拉德成名后，也依然保持着这个疯狂的“名片销售法”。那一天，吉拉德要在一个能容纳1万人的体育场授课，开课之前，现场就已经座无虚席。只见每一个来听课的人刚坐下，就有人发吉拉德的名片给他，并且，每过3分钟便又会有人到处发送吉拉德的名片，当人们坐了10多分钟时，在场的人几乎都已经有了四五张吉拉德的名片了。

正当大家议论为什么要这么浪费名片时，激情音乐却突然响起，73岁的吉拉德穿着西装疯狂地跳着舞走出来了，整整跳了4分钟之后，他对着台下大喊：“亲爱的朋友们，你们想知道我成功的秘密吗？”

台下的观众大声说道：“想，太想啦，亲爱的乔·吉拉德先生……”

紧接着，吉拉德大声问：“请问，你们有收到我的名片吗？”

台下的观众回答：“有，有2张，有3张，有5张，有8张……”





乔·吉拉德

快速

推销

全书

书



## 销售圣经

每一位销售人员，都在使用名片，却没有一个人能像吉拉德用得如此成功，为什么呢？因为他们不懂其中的技巧。在很多人的眼中，销售是一个非常有难度的职业，然而，频频出现的那些销售巨人们，却在用他们的实际行动告诉我们，做好销售并不难，难就难在我们是否懂得运用一些的技巧，如果不懂，那就应该向大师们学习，而使用名片就应学吉拉德那样让它满天飞舞。

### ▶ 抓住机遇，出动“轻骑兵”

作为销售员而言，我们总是在努力寻找向客户推销自己的机会，其实，推销自己并不难，只需出动“轻骑兵”即可。所谓“轻骑兵”，即指我们的名片，名片是一种有强烈表现力，且成本低廉的销售媒介，因此，可称得上是销售的“轻骑兵”，乔·吉拉德认为，只要不放过任何机会，向每个人递出一张名片，便能找到成交的契机。真正优秀的销售员，都能让名片充分发挥独特的作用！

下面这个销售案例，证明了成功的销售，往往就是源于一张名片。

李强所在的药业公司，根据办公需要准备购置5台电脑。

通过上网了解，公司附近就有一家电脑城，产品齐全，于是，他决定去那里采购，经过一天的踩点比较，从电脑的性价比、知名度、需求等多方面考虑之下，他确定了两个品牌，只需来个二选一。周末，李强便与几个同事来到电脑城，由于是休息日，电脑城里的人很多，各个电脑厂家也都在进行促销，为了节约时间，李强他们无暇顾及其他品牌，直接去了首选那家品牌的电脑展厅。



根据这家品牌的价格底线，李强对其中一款进行了详细的了解，这一家的销售人员非常热情，对自己的产品，也进行了详细的介绍，由于李强他们都是外行，很多功能性的术语不了解，所以只能逐一进行询问，随后，他们还进行了一番讨价还价。总体上来说，李强他们对这个品牌的印象很好，但他们还是决定到另一家品牌的电脑展台也看一看。

临走的时候，李强对销售人员说，麻烦你给我们一张名片，以便于以后与你联系！也许，那位销售人员觉得自己的热情白费了，有点郁闷的缘故吧，他竟然说了一句让李强哭笑不得的话：“你又不买我们的电脑，给你名片也没用啊。”在此之前，李强已经明确表示要买电脑，并且非常肯定，但那个业务员却始终没有给自己名片。

见此情景，李强便与同事们便来到了另一个品牌的展台。

迎接他们的依然是一名销售员，售前的沟通基本一样，但根据他们的需求，销售人员告诉他们两个观点：一是配置高，价格就高，如果不需要最高的配置，就尽量不要选配置高的，因为那是在浪费钱；二是电子产品的更新非常快，因此，根本就不用追逐潮流，现在是最新的技术，半年后就不是新的了，也许还用不了半年。所以，要从自己的实际需要出发，选择合适的，才是最好的。

听了这位销售员的话，李强与同事们一时不知道该买哪个牌子，因为第二个品牌的配置远比第一个品牌要高，价格自然也高出了不少，配置并不是决定因素，因此，他们的心理上觉得第二个品牌贵了，如果能够便宜一点，也许，他们就会买了。但销售员不能决定价格，这时，李强想起上次来的时候，有一个销售专员给过自己一张名片，也许跟他交流一下能优惠些。

抱着试试看的态度，李强给那位销售专员打了电话，10分钟后，销售专员来到了谈判区。由于已经见过面，李强直截了当地说，如果优惠就买5台，但销售专员依然说那款电脑真的不能优惠，不过，可以给他们的电脑各配一对好音箱，并且，当天就可以为他们安装。虽然价格没有优惠，但配了一对好音箱，也可以当天就安装，李强他们便开始有点