

HOW TO SELL
ANYTHING TO ANYBODY

把任何东西 卖给 任何人

乔·吉拉德 (Joe Girard)
斯坦利·H.布朗 (Stanley H.Brown)
贾子达 杜娟娟 译

世界最伟大的推销员
乔·吉拉德助你赢销



当代中国出版社
Contemporary China Publishing House



把任何东西 卖给 任何人

HOW TO SELL ANYTHING TO ANYBODY



乔·吉拉德 (Joe Girard) 著
斯坦利·H.布朗 (Stanley H. Brown) 著
贾子达 杜娟 译



当代中国出版社
Contemporary China Publishing House

图书在版编目(CIP)数据

把任何东西卖给任何人/(美)吉拉德(Girard, J.),
(美)布朗(Brown, S.H.)著;闫晓丽译.—2版.—北京:
当代中国出版社,2011.3(2011.7重印)

ISBN 978-7-80170-965-3

I. ①把… II. ①吉… ②布… ③闫… III. ①销售—方法
IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第039180号

HOW TO SELL ANYTHING TO ANYBODY by JOE GIRARD WITH
STANLEY H.BROWN

Copyright: ©1997 BY JOE GIRARD AND STANLEY H.BROWN

This edition arranged with SIMON & SCHUSTER, INC.

through BIG APPLE TUTTLE-MORI AGENCY, LABUAN, MALAYSIA.

Simplified Chinese edition copyright:

2008 CONTEMPORARY CHINA PUBLISHING HOUSE

All rights reserved.

©2008 中文简体字版专有出版权属当代中国出版社

未经版权所有人书面同意,不得以任何手段复制本书任何部分。

版权合同登记号 图字:01-2008-1771

出版人 周一一
策划人 闻洁
特约编辑 朱丽丽 闻洁
责任编辑 宗边
责任校对 胡旻
装帧设计 古手
营销策划 蔚蓝时代
出版发行 当代中国出版社
地址 北京市地安门西大街旌勇里8号
网址 <http://www.ddzg.net> 邮箱: ddzgcbs@sina.com
邮政编码 100009
编辑部 (010)66572154 66572264 66572132
市场部 (010)66572281 或 66572155/56/57/58/59 转
印刷 北京联兴盛业印刷股份有限公司
开本 680×1020 毫米 1/16
印张 12.5 印张 2 插页 106 千字
版次 2011年5月第1版
印次 2011年7月第2次印刷
定价 35.00 元

版权所有,翻版必究;如有印装质量问题,请拨打(010)66572159 转出版部。

把任何东西卖给任何人 —————>>

一对一销售的成功楷模

在今天,产品相对过剩的时代,竞争已成为家常便饭,销售对于每个企业都是至关重要的。不仅产品在竞争,人也在竞争,这是市场经济的必然规律。销售不仅适用于产品,也同样适用于每个人。如果我们不将自己成功地销售出去,那么就找不到工作,完不成任务,达不到目标,就会面临失败。

提高销售能力,对每个人来说都是必需的。在今天这个时代,我们时时刻刻都感觉到竞争的压力,从而要不断地学习,提高自己。在图书市场上,不乏销售类的图书。其中,标榜为“销售圣经”、“销售奥秘”、“销售大师”、“营销大师”之类的书,更是层出不穷。一时间,我们似乎不知该如

何选择。

事实上,很多销售类图书的作者既没有实践经验,对销售又不够了解。这样的书,大部分是编撰而成的,并没有自己的思想,其质量可想而知。面对鱼龙混杂的市场,选择一本好的销售书籍并非易事。

本书的作者乔·吉拉德是彻彻底底地从最基层的销售员做起的,也正是面对面的销售成就了他的一生。他只有高中文化水平,小时候还口吃,一度还因做小偷被捕过,但他却连续12年被《吉尼斯世界纪录大全》评为“世界最伟大的销售员”。至今,乔·吉拉德仍然保持着平均每天零售6辆汽车的世界纪录。他也是唯一以销售员的身份荣登“汽车名人堂”(Automotive Hall of Fame)的人,并被美国成就学会(America Academy of Achievement)授予“金盘奖”(the Golden Plate Award)。

乔·吉拉德的成绩是做出来的,是靠一对一的单个销售赢得的。他之所以能成功,自有其从实践中悟出的道理。无论是“吉拉德250法则”,还是“猎犬计划”,都是一些简单但又非常奏效的方法。乔·吉拉德推崇靠诚实销售,通过给顾客建档、每月一信等方式赢得顾客的心。他认为真正的销售始于成交之后,回头客、持续销售是他成功的利器。

从“世界最伟大的销售员”的身上,我们看到的不仅仅是销售产品的技巧,更多的是怎样销售自己。未取得对方的信任,是很难做成生意的。销售是双方的事情,是两个人的销售。乔·吉拉德的销售思想真正体现了“以人为本”的精神,这是我们当下许多销售活动中难以看到的。

本书行文简洁,语言通俗易懂。这不是因为作者只有高中文化

水平,而是作者抓住了销售的本质,能将问题简单化,书中融入了作者15年的销售经验,用简单的话将它说透说明白。这些都是他亲身实践并被证明是成功了的。试问,在销售类图书的作者中,还有第二个人吗?

在本书的翻译过程中,史凌燕、王晓雪、张晶、秦璐、王珍、赵晓宁、柳爱群承担了部分工作,并提出了一些宝贵的意见,在此一并表示感谢。

一本好书能改变一个人的命运。我不敢说,读了这本书,就一定会改变你的命运。但若潜心研读,并能领悟乔·吉拉德的销售精神,我相信你的生活一定会大有改观。

译者



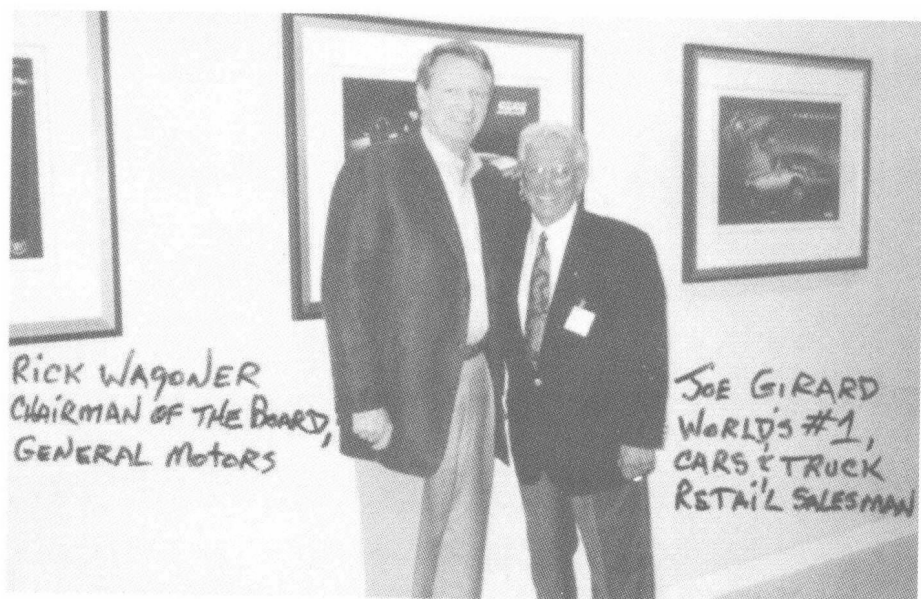
“你永远都不要忘记自己是从哪里来的？”
乔·吉拉德9岁在酒吧里当擦鞋童



乔·吉拉德(右)受到美国第38届总统杰拉尔德·R·福特(左)的接见



乔·吉拉德演讲激情四射



乔·吉拉德(右)与通用汽车董事会主席

目 录

CONTENTS

把任何东西卖给任何人 →→

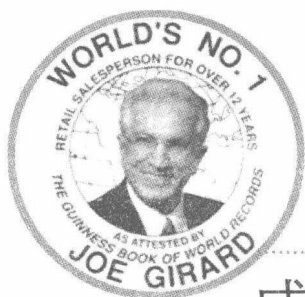
第 1 章	成功之路就在你脚下	1
第 1 节	我和你一样，都是销售员	2
第 2 节	销售是艰难而伟大的职业	6
第 3 节	态度正确是成功的关键	9
第 2 章	失败之末，成功之始	12
第 1 节	成功不是天生的	13
第 2 节	在艰难中成长	17
第 3 节	世上没有容易挣的钱	23
第 4 节	没有退路，刻骨铭心	27
第 3 章	心无杂念才能成功	29
第 1 节	明确目标是成功的开始	30
第 2 节	我的第一次成交	32
第 4 章	怎样赢得顾客的心	35

第 1 节	尊重每一位顾客	36
第 2 节	要与顾客双赢	38
第 5 章	“吉拉德 250 法则”	42
第 1 节	1=250	43
第 2 节	不要伤害一个顾客	44
第 6 章	管理时间与驾驭情感	46
第 1 节	别加入小圈子	47
第 2 节	初做销售的困惑	48
第 3 节	学会用自己的方法做事	48
第 4 节	让事情对你有利	51
第 7 章	怎样找到你的顾客	53
第 1 节	抓住可能的销售线索	54
第 2 节	学会用电话销售	55
第 3 节	销售基本功：制订潜在客户的名单	57
第 8 章	寻找你的潜在顾客	59
第 1 节	发现潜在顾客	60
第 2 节	人人都是你的潜在顾客	62
第 3 节	让顾客知道你销售什么	63
第 9 章	做好销售的必备工具箱	65
第 1 节	吉拉德的工具箱	66
第 2 节	用好档案卡片和信件	66
第 3 节	名片：非常有用的销售工具	67
第 4 节	交谈是很好的工具	69
第 10 章	定期与顾客沟通	71
第 1 节	让顾客知道你重视他	72
第 2 节	确保顾客读到你的信	73

第 3 节	让寄出的信有效	74
第 4 节	让顾客记住你喜欢他	75
第 11 章	发展你的生意介绍人	79
第 1 节	善待生意介绍人	80
第 2 节	信守承诺，让介绍人爱你	81
第 3 节	每个人都是你的生意介绍人	82
第 4 节	介绍人不要现金怎么办	84
第 5 节	寻找最好的介绍人	85
第 6 节	与介绍人保持联系	89
第 7 节	失小利益，得大生意	90
第 12 章	落实销售计划	94
第 1 节	落实计划要行动	95
第 2 节	要让更多的人来找你	96
第 3 节	要巧干，而不是仅靠勤劳	97
第 4 节	每天记录当天的业务情况	98
第 5 节	控制自己的情绪	100
第 13 章	成功需要的三种基本态度	106
第 1 节	诚实是最好的对策	107
第 2 节	真诚赢得顾客的好感	108
第 3 节	吃小亏占大便宜	111
第 14 章	注意你在顾客眼中的形象	113
第 1 节	工作时穿着不要太华美	114
第 2 节	销售员应该是干净整洁的人	115
第 3 节	让顾客心怀感激	116
第 15 章	销售产品的气味	119
第 1 节	新车的气味	120

第 2 节	让顾客参与产品的演示	121
第 3 节	体验的诱惑	122
第 16 章	怎样获取销售信息	124
第 1 节	一看二听三问	125
第 2 节	知道顾客的名字很关键	126
第 3 节	如何读懂顾客的心	128
第 4 节	集中火力拼销售	130
第 5 节	谨慎对待贷款购物	132
第 6 节	为成交做好准备	134
第 17 章	锁定成交	137
第 1 节	把握成交时机	138
第 2 节	促使顾客决心购买	139
第 3 节	确保你的付出得到回报	140
第 4 节	成交后的信任是关键	143
第 5 节	让顾客先把产品拿走	144
第 6 节	现场交付是个好办法	148
第 7 节	最灵验的销售咒语	151
第 18 章	售后的工作	154
第 1 节	成交之后再成交	155
第 2 节	卖出了次品怎么办	157
第 3 节	延长好生意的链条	161
第 4 节	总结你的销售方法	163
第 19 章	超越自我	165
第 1 节	雇人帮你做销售	166
第 2 节	最大的竞争者是自己	169
第 3 节	销售是一场伟大的演出	171

第 4 节	生活中最令我兴奋的东西	172
第 20 章	投资你的客户	175
第 1 节	为销售而投资	176
第 2 节	明智花钱，用心寻找	177
第 3 节	与众不同，通常会更好	179
第 21 章	走向成功的巅峰	182
第 1 节	没有最后一章	183
第 2 节	我的成功没有秘密	183
第 3 节	最有价值的资产是顾客	186
第 4 节	如果我能成功，你也能	188



Chapter One

第 1 章

成功之路就在你脚下

第1节 我和你一样，都是销售员

你拿到这本书，因为你相信它会帮助你从工作中得到更多，让你赚到更多的钱，获得更高的个人满意度。本书可能不是你读过的第一本关于销售的书，很有可能你已经看到并阅读过许多类似的书籍。那些书或许已经将所谓的销售“秘诀”和“灵感”教给了你，而且你也可能很清楚如何给自己鼓劲，激励自己。比如，每天早上一边照镜子一边重复一些话给自己打气。关于如何提高自己，到目前为止你可能听说过“变异发音”（PMLA）和“图解学习”（HPD）的神秘魔力，以及其他可以塑造表达和态度的具有神奇力量的方法。你也很明白自己应该怎样想，不应该怎样想；何为积极的心态，何为消极的心态。但是，现在你可能有一点糊涂了，因为各种书给你的忠告是相互矛盾的。

我不想妄加评论，因为那些出版商、专家以及本着良好意愿的人对这些书付出了很大的心血。毕竟，他们跟我们每个人一样，都是为了生计。

但如果实话实说，情况就不容乐观了。读者其实想知道的是如何销售实际的产品和服务。而那些书的作者除了销售他们的书以外，大部分都从来没有销售产品的经验。他们可能是专业的作者或销售培训专家，有的可能只做过几周或几个月的销售工作，然后就改行了。他们之中可能有一位每两年只卖一幢几百万美元的豪宅就能过得不错，但这与你想改进销售技巧并没有什么关系。

问题的关键是这些作者根本不像我们一样，是每天靠销售赚钱生活的销售员。他们有很多其他选择，不一定只搞销售。当你

阅读他们的书时，书中的道理听上去还不错，可能也会给你一点帮助，甚至可能会让你挣回买他们书的钱。但当你好好琢磨那些书时，你很快会认识到，他们这些作者（甚至是其中的佼佼者）并不是真正的销售员。

而我确实和你一样，是一名普通的销售员。我一直在销售新的轿车和卡车，是零售而不是批发，一次卖一辆，与顾客面对面地讨价还价然后成交。我的顾客与你每天面对的顾客是一样的，你可能是卖汽车、西服、住宅、家电、家具之类的商品，但都是每天卖，卖得多才能有收入。当你读到专家写的那些书时，你可能会和我有一样的感觉：似乎缺少了一些东西。你的直觉告诉你，缺的正是第一手的销售经验，即与我们的问题、同事以及实际密切相关的经验。那些写书的人似乎高高在上，并不像我们那样每天为了明天的面包而去艰苦奋斗。

这就是我的书与众不同的地方，这就是为什么我的书对你有用，而其他书则对你不适用。我每天都要像你一样拼命销售，我的工作与你的一样，我的感触与你的一样，我的愿望也与你的一样，而且我成功了。已经有不少人被称为“世界最伟大的销售员”，但他们与我们不一样，他们不是普通销售员。在我们这类普通销售员中，我是世界上最伟大的一位。我并非像其他人那样，靠自称的业绩空口无凭说大话，我所有的销售业绩都是由世界四大会计师事务所审计的。如果你想核实一下，你可以去查看世界上最权威的书《吉尼斯世界纪录大全》（*Guinness Book of Records*）中“世界最伟大的销售员”，你会发现那就是我——乔·吉拉德。你还可以从《新闻周刊》（*Newsweek*）、《福布斯》（*Forbes*）、《阁楼》（*Penthouse*）、《妇女之日》（*Woman's Day*）等媒体

上看到我的相关报道。此外，近几年你可能在全国电视节目上看到过我，节目中对我的介绍就是“世界最伟大的销售员”。这些媒体可不会编瞎话，他们不可能信口开河。如果你还想查下去，你可以查看1977年版的《吉尼斯世界纪录大全》，在第345页可以找到我。如果你没有1977年版的书，还可以查看其他版本当中的商业部分，曾连续4年刊登我的相关报道。

从1963年入行销售汽车以来，我的业绩如何呢？我在第一年仅仅卖出了267辆汽车，仅此而已！但即使是这样的业绩，也已经让我衣食无忧了。在那个第一年中，我的业绩可能是我所在的经销商店里所有销售员中最好的了。在我入行的第四年，也就是在1966年，我共卖出了614辆轿车和卡车，而且全部是零售。就是在这一年，凭借这样的销售业绩，我成为“**世界轿车和卡车零售冠军**”。而且从那以后我一直保持着这个位置。尽管美国发生了经济衰退、失业及漫长的罢工，我每年的业绩都比上年增加10%以上，有的年份甚至比上年增加20%。事实是，国家经济状况越差，我工作就越拼命，业绩也就越好。当底特律地区汽车销售商将工作时间从每周6天缩减为每周5天时，我的业绩仍然名列前茅。

1976年是我业绩最好的一年，我的佣金收入超过30万美元。除了那些卖飞机或导弹的家伙，年收入比我高的人不多。他们可以连续3年给某国内阁部长送钱，从而将自己的产品销售出去。这些人的业绩可能会超过我，但他们所做的销售与我们现在谈的销售不是一回事。

我们现在谈的销售是一种需要技能、工具、经验和实践的职业。不管我们的业绩如何，我们总会遇到许多让人头痛的问题和