

世界上 最伟大的 销售员

把任何东西
卖给任何人

[美] 乔·吉拉德 斯坦利·H.布朗◎著 贾子达 杜娟娟◎译

汤姆·彼得斯

所有追求卓越的方法最后都要归根于亲近消费者，
乔·吉拉德是我们喜欢看到的例证，他对顾客是一种真诚的天然关心。

THE WORLD'S GREATEST SALESMAN

THE WORLD'S GREATEST SALESMAN

乔·吉拉德

——《吉尼斯世界纪录大全》所记载的
世界上最伟大的销售员！

这本书将告诉你
是什么样的销售技巧使他达到了行业的巅峰。

你会学到：

- 如何把1次销售拓展为250次甚至更多；
 - 如何判断顾客的想法、需要以及承受能力；
 - 如何把观望者变成购买者；
 - 如何把顾客的抱怨变成订单；
 - 如何既做成了生意又交了朋友；
 - 如何使顾客信任你并向他人推荐你；
 - 如何用现场成交销售一切商品；
-

上架建议：营销·励志

ISBN 978-7-229-08881-1



9 787229 088811 >

同
人
堂

定价：36.00元

世界上 最伟大的 销售员

把任何东西
卖给任何人

[美] 乔·吉拉德 斯坦利·H·布朗◎著 贾子达 杜娟娟◎译

THE WORLD'S
GREATEST
SALESMAN

重庆出版集团  重庆出版社

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 Agency, Inc., Labuan, Malaysia.

Simplified Chinese edition copyright:

2014 Beijing Insight Books Co., Ltd

All rights reserved.

版贸核渝字（2014）第105号

图书在版编目（C I P）数据

世界上最伟大的销售员：把任何东西卖给任何人 /

（美）吉拉德，（美）布朗

著；贾子达，杜娟娟译。—重庆：重庆出版社，2014.11

ISBN 978-7-229-08881-1

I. ①世… II. ①吉… ②布… ③贾… ④杜… III.

①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字（2014）第260602号

世界上最伟大的销售员：把任何东西卖给任何人

SHIJIESHANG ZUIWEIDADE XIAOSHOUYUAN:BA RENHEDONGXI MAIGEI RENHEREN

[美] 乔·吉拉德 斯坦利·H.布朗 著

贾子达 杜娟娟 译

出版人：罗小卫

策 划： 华章同人

出版监制：陈建军


责任编辑：徐宪江

特约编辑：穆 爽

营销编辑：王丽红

责任印制：杨 宁

封面设计：水玉银文化

 重庆出版集团 出版
重庆出版社

（重庆市南岸区南滨路162号1幢）

北京海纳百川旭彩印务有限公司 印刷

重庆出版集团图书发行公司 发行

邮购电话：010-85869375/76/77转810

重庆出版社天猫旗舰店 直销

全国新华书店经销

开本：787mm×1092mm 1/16 印张：15.25 字数：150千

2015年1月第1版 2015年1月第1次印刷

定价：36.00元

如有印装问题，请致电023-61520678

版权所有，侵权必究

编者的话

《吉尼斯世界纪录大全》认可的“世界上最伟大的推销员”，唯一一位以销售员的身份跻身美国“汽车名人堂”的传奇人物，美国学术成就学会“金盘奖”得主——这就是本书作者乔·吉拉德。

乔·吉拉德，意大利裔美国人，原名约瑟夫·萨缪尔·吉拉德（Joseph Samuel Gerard），1928年11月1日出生于美国密歇根州底特律市意大利西西里人聚居区的一个贫民家庭。在人生的前35年里，吉拉德是个不折不扣的“卢瑟儿”：高中没读完，就中途退学；从事过约40种不同的工作，但都被老板炒鱿鱼；加入美国陆军，只待了97天；开了建筑公司，却因为受骗上当而债台高筑、宣告破产。最后，在走投无路的情况下，为了让妻儿填饱肚子，进入了汽车销售行业。

在20世纪60年代的“汽车城”底特律，至少有39家大型的汽车经销营业所，每家又各有20~40人不等的销售员阵容，可说是全世界竞争最激烈的一处市场。乔·吉拉德在此付出了艰苦的努力：以一支笔、一个通讯录开始，一点一点拓展自己的销售名录；为了更好地融入美国社会和被人记住，将自己名字改为“Joe Girard”；克服自己口吃的毛病，放慢语速，用微笑和倾听打动客户的心。最终乔·吉拉德凭借勤奋、机敏、顽强与诚挚，在其15年的汽车销售生涯中，完成了13001辆的汽车

订单，他所保持的世界汽车销售纪录：连续12年平均每天销售6辆车，至今无人能破。

在此之后，乔·吉拉德将自己的成功经验开始向世界各地推广，成为了一名世界著名的演讲家，他经常出现在各个社会团体、组织、机构以及销售会议上，他的书和演讲改变了千百万销售人员和普通人的命运。

本书是乔·吉拉德在实践中锤炼出来的销售感悟和销售技能的卓越总结。全书共20章，内容涵盖了销售心态塑造、销售信息获取、客户档案管理、销售现场谈判、售后服务、客户关怀等现代营销学的专业领域，还包括销售形象、销售气味、激发顾客的参与感等销售策略，甚至还有“吉拉德250法则”、“吉拉德工具箱”、“猎犬计划：发展业务介绍人”等销售技巧。在本书中，作者通过亲身经历和感人故事告诉每位读者，销售员真正销售的不是他所卖的商品，而是他自己；诚实销售，才能赢得客户的心；抓住客户并取得他们的信任，才是实现销售的要诀；真正的销售始于成交之后。

本书行文简洁，语言通俗易懂。这并不是因为作者只有高中文化水平，而是作者始终作为第一线的销售人员，抓住了销售的本质。不同于市场上那些缺乏直接销售经验的编撰类图书，作者的表达完全来自个人多年的面对面销售经验总结，是最直接也最通俗、而且行之有效的销售法则。正如乔·吉拉德的一句名言：“如果我能做到，你也能！”

吉拉德说，一笔生意在销售员与顾客之间成交时，双方都是胜利方，没有输家。如果你把销售看成一个永无止境的连续过程，那么你就会成为这个行业的顶级人物。因此，吉拉德在这本书里告诉我们的，实际上是如何修正自己、反败为胜，如何从人生的失败者变成大赢家。希望读者在阅读本书时，能领悟到这位美国老人身上所蕴含的热忱与坚韧，像乔·吉拉德一样，成为人生的赢家！

献给在天堂的母亲

她的爱拯救了我

使我确信

我是个有价值的人

——乔·吉拉德

74/ 七、概率法则：无勤敬则无功成

题注：用一切为了目标的心去看世界 _74

了解潜在顾客的细节 _76

无处不在的顾客名单 _79

让大家知道你是卖什么的 _80

82/ 八、吉拉德的工具箱

题注：每个人都需要一个工具箱 _82

顾客满意是未来生意的最好保证 _85

现在就开始建立你的顾客档案 _85

名片是小而有力的销售工具 _87

向你交谈的每一个人销售 _88

91/ 九、让顾客读你的信

题注：像重视自己一样重视顾客 _91

人们关心“自己的信件” _93

像家书一样的销售信 _94

一个月中最好的时光 _95

老顾客就是最好的潜在新顾客 _97

100/ 十、猎犬计划：发展你的业务介绍人

题注：人脉与关系的力量 _100

谁都需要帮助才能成功 _103

信守诺言——他们会因此爱你 _104

每个人都能为你拓展生意 _105

介绍人不要现金怎么办 _107

让你的理发师时时谈起你 _108

与介绍人维持关系 _111

失小便宜，得大生意 _113

117/ 十一、执行最重要

题注：以结果为导向，做一个有强大执行力的人 _117

落实你的计划才能成功 _119

让更多人自动上门找你 _120

干得多，也要干得巧 _121

宁可损失一天，也别损失250名顾客 _123

搞清楚为什么没有成交 _125

130/ 十二、诚实为本

题注：知行合一方有妙果 _130

最好的对策 _132

喜欢你销售的东西 _134

先吃小亏，后占大便宜 _136

139/ 十三、印象取决于形象

题注：你的形象价值百万 _139

容止端肃，让顾客喜欢你 _141

不穿顾客反感的衣服 _142

让顾客心怀感激 _143

146/ 十四、销售气味

题注：引导顾客消费情绪 _146

让顾客拆封 _148

参与的吸引力 _149

体验产品是最大的诱惑 _150

153/ 十五、间谍与情报

题注：信息就是财富 _153

满足别人就是满足自己 _156

打破坚冰，让顾客自我暴露 _157

如何判断顾客的生活状况 _159

聚焦于销售，不要与顾客攀比 _161

贷款购物是通常的办法 _163

为成交做好准备 _165

168/ 十六、锁定交易

- 题注：掌握他人心理才能让交易成功 _168
- 把握成交时机 _170
- 让顾客下订单 _171
- 帮顾客做决定，确保付出有回报 _172
- 成交后的信任 _175
- 让顾客先把产品拿走，使他只好成交 _176
- 现场交付是个好办法 _180
- 神奇的字眼 _183

186/ 十七、售后服务决定你成功的高度

- 题注：成交之后，依然不要忘了250法则 _186
- 记录成交后的细节 _188
- 将柠檬变成桃子——卖出次品后怎么办 _191
- 继续和顾客保持联系，延续销售的长度 _195
- 用自己的大脑总结销售经验 _196

199/ 十八、超越自己的局限

- 题注：个人是有限的 _199
- 懂得雇佣他人 _201
- 最大的对手是自己 _204
- 销售是最神奇的演出 _206
- 生活中最令我兴奋的东西 _207

210/ 十九、为职业投资

题注：记住，懒惰是永恒的绝望 _210

让销售机会最大化 _212

明智花钱，钱花得越多挣得越多 _214

与众不同，通常会更好 _215

219/ 二十、成功的销售没有终点

题注：成功者是因为具备成功的美德 _219

我的成功没有秘密 _221

顾客是最有价值的资产 _224

如果我能成功，你也能 _226

229/ 译者后记

前言 成功之路就在你脚下

题注：彻底接受自己，伟大是熬出来的

由于人的需求是五花八门的，所以单一的个体很难完全实现需要的自给自足，只能通过出售自己多余之物，购买自己所缺之物来满足自己的需求。换一种说法即是：任何需要从他人之处获得满足的需要，都需要我们销售自己的某种东西来完成需求交换，亦即是说，我们几乎无时无刻不在销售自己。

一个产品经理提交了一份策划案——他销售的是想法。

一个等待男友送生日礼物的女孩——她销售的是愿望。

一个央求母亲给自己倒开水的孩子——他销售的是需求。

一个找人投资企业未来远景收益的人——他销售的是抱负。

一个打字员寻找一份打字工作——她销售的是技能。

一个管理企业多年的高管——他销售的是经验。

一家名牌电脑企业——它销售的是产品和服务。

无论你是谁，也无论你在哪儿，你一直都在忙着的是销售，只是有的销售是即时成交，而有的销售有更多的环节，使得你必须付出一定程度的努力或到一个约定期限之时，才会成交。例如你必须写完一本书后才能拿到稿费；你必须到发薪日才能领到工资等，你在很多时候都没有留意罢了。即使你有多无视，你也得承认，活着的每一天，不断进行的

或大或小的选择是交易。比如，你的胃有十杯的容量，早上十点喝了一杯水，这被占用的一杯之量，在一段时间里，便不能再装水了，你的喝水的机会成本，交易了喝豆浆的选择。你必须承认，任何需要他人配合才能满足的需求，你都得付出点什么才能实现，而这也是交易。妈妈不让你看电视，你可以付出撒娇和啼哭等情感来实现这一笔销售的成交，男友不陪你看书，你可以承诺给他做顿早餐甚至只是一个亲吻来实现这笔销售的成交。

人生就是交易，就是不断销售的过程。但是，成功销售的基础建立在信任的基础之上，信任又建立在了解的基础上，所以我们若想成功完成销售，必须让顾客相信，我们是值得信赖的——然后才能打消他们对价值的怀疑，确保他们相信所花的每一分钱都是值的。

因此，在销售我们的想法、愿望、需求、雄心、技能、经验、产品和服务之前，我们必须向自己销售自己。这意味着我们必须反问自己一个问题：“你相信自己吗？”你只会购买自己百分之百相信的东西，如果你做不到百分之百地相信自己，你的自我销售便是失败了。简而言之，你必须彻底了解自己的价值，才可能百分之百地相信自己，而所谓的自己销售自己，其实是让你自己接受自己。你愿意全然地接受这样一个你吗？

实际上，境随心转，你认为自己是个什么样的人，往往就会成为什么样的人，而这一切，都始于你怎样看待自己，始于你能否接受自己。你都不相信自己，不愿意购买自己，别人又如何相信你，购买你呢？

从现在起，学会接受自己，学会喜欢自己。

而这意味着，你必须做一个能让自己喜欢的人。

一个心理学家说过，只有接受，才能理解；只有理解，才能放下，才能正视自己的不足。一个不接受自己的人是不见自己不足的，是不

可能进行真正的自我改变的。他们活在别人的眼里、嘴里，活在各种虚幻的想象里，就是没有活在对自我的客观认识里。因为他自己不接受自己，比如他觉得自己貌丑，但凡有人有任何涉及长相的评价，他立马觉得是在说自己。他从来不去想容貌问题可以如何解决，只想提防别人的嘴。但若他接受了自己丑的这一事实，首先想的不是他人的评价，而是想着丑已经是一个事实，那么他要考虑的就是通过健身来使体态更好，通过仪态训练来使气质更佳，还是通过读书来使自己“腹有诗书气自华”，然后照自己认为最好的方式去坚持、去努力，成为自己喜欢的自己。

努力吧，从此刻起，学会接受自己，然后改变自己，成为最喜欢的自己。

让自己成为你最喜欢的自己，你的销售便成功了第一步。

我和你一样，都是销售员

你之所以将这本书拿在了手中，是因为你相信它将有助于你从工作中获得更多的东西，能让你赚到更多的钱，以及能让你获得更高的个人满意度。本书不大可能是你的第一本销售学书，十有八九，你已经见过、读过其他许多类似的书。而那些书或许已经将所谓的销售“秘密”和“灵感”都教给了你。你可能已经很懂得如何给自己鼓劲，如何激励自己。比如，在每天清晨一边照镜子一边重复某些话给自己打气啦，一边告诉自己会交好运啦。到现在，关于如何提升自己，你可能已经听过很多可以塑造表达和态度的方法，你有了不少的心得和体会。你已经很理解自己应该怎样想，不该怎样想。理解何为积极的心

态，何为消极的心态。

但是，这些五花八门的书给你的忠告相互矛盾，你可能有一点迷惑了。

不可否认的是，那些发行商、专家以及本着良好意愿的人，也对这些书付出了很大的心血，所以我不当妄加评论。毕竟，他们跟我们一样，也是要谋生的。但若要实话实说，情况就不容乐观了。那些书的作者大部分根本没有销售产品的经验，除了他们的书以外。而读者想知道的是，如何在实际销售中完成产品和服务的交易。虽然这些人可能是专业的作者或销售培训专家，有的可能也做过几周或几个月的销售工作，然后就改了行。有的也可能只要每两年卖出一幢几百万美元的豪宅就能过得相当好了，但这和你想改进销售技巧没有什么关系。

这才是问题的关键：他们可不是像我们一样的销售员，不是天天靠销售而谋稻粱的人，并非只能搞销售，没有其他选择。虽然他们书中的道理听上去还不错，可能也会给你一点儿帮助，甚至可以让你挣回买他们书的钱。如果你好好琢磨那些书，你很快会发现，这些作者——哪怕是其中的佼佼者——都和我们不一样，并非真正的销售员。

但是我和你一样，确实是名普通的销售员。我一直在卖轿车和卡车——卖的是新车，而且做的零售不是批发，一次卖一辆，需要与顾客面对面地讨价还价，然后完成交易。我的顾客与你每天要面对的顾客也是一样的。也许你卖的是汽车、西服、住宅、家电、家具之类的商品，天天要卖，卖得越多收入才越多。在你读那些专家写的书时，你可能会和我一样，总感觉似乎缺少了一些什么。没错，直觉告诉你，书中缺的恰是最直接的销售经验，缺少的是和我们的问题、同事以及实际交流密切相关的经验。那些写书的作者，端着高高在上的架子，不像我们那样需要为了面包而每天都得去艰苦地奋斗。所以，他们的书不实用。

本书之所以与众不同，之所以对你有帮助，就是因为我和你一样，每天都要去拼命销售。我有和你一样的工作，有和你一样的感受，有和你一样的愿望，最重要的是我成功了。虽然现在有不少人都被称为“世界上最优秀的销售员”，但他们也和我们不一样，并非普通销售员。但在我们这种普通销售员中，我是世界上最厉害的一位。信不信由你，如果你想证实一下，可以去查查世界上最权威的《吉尼斯世界纪录大全》，就查“世界上最伟大的销售员”，你会发现，那人就是我——乔·吉拉德。你还可以从《新闻周刊》(NEWS WEEK)、《福布斯》(FORBES)、《阁楼》(PENHOUSE)、《妇女之日》(WOMEN'S DAY)等媒体上查到关于我的报道。此外，在近几年的全国电视节目中，你也可能见过我，这些节目在介绍我时，用的就是“世界上最伟大的销售员”这种说法。这些媒体可不会信口开河。如果你还想查下去，那么，你可以查看1977年版的《吉尼斯世界纪录大全》，在第345页，就可以看到我。假如你没有1977年版的那本书，还可以查其他版本中的商业部分，关于我的报道，曾连续4年刊登在里面。

我是从1963年开始做汽车销售的，业绩如何呢？第一年，我只卖出了267辆汽车，仅此而已。虽然我的业绩如此不值一提，但这已足以让我衣食无忧了，而且，我的业绩已经是经销商店里最好的了，不可思议吧。1966年，是我入行的第4年，共卖出了614辆轿车和卡车，而且全部是零售。凭着这样的销售业绩，我在这一年成为了“世界轿车和卡车头号零售销售员”。从那以后，我一直保持着这个位置。每年的业绩都比上年超出10%以上，有的年份比上年超出20%。尽管那时，美国正处于经济衰退、失业及漫长的罢工中。其实，国家经济状况越差，我工作就越拼命，业绩也就越好。所以当底特律地区汽车销售商将工作时间从每周6天改成5天时，我的业绩仍然是销售冠军。