



推销圣经

教你把任何东西卖给任何人的黄金法则

世界上最伟大的 推销员

经典的推销实践范本

本书揭示了世界上最伟大的推销员总结出的最实用的销售技巧、最根本的销售原则和最有效的成交方法，掌握了这些，你就有了白手起家成为百万富翁的可能。

世界第一推销天才的终极推销技巧
一本成就金牌推销员的全方位业务指南
造就世界顶尖推销员的经典教程

如果你是一线销售员，本书会帮你拥有成功心态，掌握销售秘诀，创造销售奇迹；如果你是销售团队的领导者，本书会助你锻造优秀的销售团队，打造战无不胜的销售团队。



文明 编译

中国华侨出版社

教你把任何东西卖给任何人的黄金法则

世界上最伟大的 推销员

翟文明 编译



中國華僑出版社

图书在版编目(CIP)数据

世界上最伟大的推销员 / 翟文明编译. —北京: 中国华侨出版社, 2010.7

ISBN 978-7-5113-0518-3

I. ①世… II. ①翟… III. ①推销—通俗读物 IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 122054 号

世界上最伟大的推销员

编 译: 翟文明

责任编辑: 文 涛

封面设计: 王明贵

文字编辑: 郝秀花

美术编辑: 王静波

经 销: 新华书店

开 本: 880mm × 1230mm 1/32 印张: 9.5 字数: 234千字

印 刷: 北京中印联印务有限公司

版 次: 2010年9月第1版 2010年9月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5113-0518-3

定 价: 22.00元

中国华侨出版社 北京市安定路20号院3号楼305室 邮编: 100029

法律顾问: 陈鹰律师事务所

编辑部: (010) 64443056 64443979

发行部: (010) 58815874 传真: (010) 64439708

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com

前言

有这样一个人，在他小的时候，成天沿街卖报、在酒吧里替人擦鞋，还做过洗碗工、送货员等，除了在街上所学的之外，似乎没有什么可指望的了；在35岁以前，他还是个全盘的失败者，患有相当严重的口吃，换过40个工作仍然一事无成。然而，没有人能想象得到，像这样一个背了一身债务几乎走投无路的人，竟然能够在短短的3年内获得极大的成功，后来，还被吉尼斯世界纪录称为“世界上最伟大的推销员”。

他，就是乔·吉拉德，世界上最伟大的推销员。这位世界销售领域的传奇人物以连续12年平均每天销售6辆汽车的成绩，荣登世界销售第一的宝座，至今无人突破。

让我们来看一下这位销售大师至今取得的个人殊荣：

- 人类推销史上的奇迹创造者
- 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
- 创造连续12年平均每天销售6辆汽车的世界纪录
- 全球最受欢迎的实战派演讲大师
- 世界500强企业精英的崇拜者
- 全球逾800万人受训于他
- 全球5本畅销书的作者
- 全球逾1000万人研读过他的著作

透过乔·吉拉德坎坷的人生历程和他所取得的巨大成绩，我们不难看出，乔·吉拉德是一位集智慧与勇气于一身的完美推销员：他生于贫穷，长于苦难，却始终自强不息、不懈奋斗、虚心学习、努

力执著；他注重服务，始终坚持顾客至上的原则，将客户的利益放在第一位，并一如既往地坚持诚信；在销售方法及策略上，乔·吉拉德从不墨守成规，能够不断创新，不断总结更有效率的工作方法，从而在激烈的竞争中不断超越自我，最终走上销售的巅峰，成为世界上人人尊敬的最伟大的推销员。

本书在讲述乔·吉拉德神奇的人生历程的同时，着重介绍这位销售大师在销售过程中总结出的成功经验及方法、策略，并辅以销售实例，旨在帮助所有推销员，使其具有一个良好的学习途径，并不断提升自己的销售能力。

乔·吉拉德曾在自己的商业名片上印着这样一段话：“通向健康、幸福和成功的电梯出了故障——你必须改走楼梯——一步一个台阶。”成功永远不会是偶然的，没有人能够一步登天。对于一名推销员来说，拥有正确的心态、积极的工作态度、良好的职业素养与文化积累，掌握有效的方法策略及先进的、全面的理念，是促成销售工作顺利开展并取得事业成功的基本要求。因此，在学习大师的成功经验的同时，每一位推销员也要在实践中脚踏实地不断努力，从而在迎接人生的挑战时，在自己的岗位上也同乔·吉拉德一样拥有一个美好的前景。

目录

第一章

相信自己是NO.1：优秀推销员的第一心态

世界上最伟大的推销员乔·吉拉德说：“信心是取得成功的法宝，也是推销制胜的秘诀。事实上，凡是向你买东西的人，买的都是你。所以，每个人要先相信自己、热爱自己。”

的确，一个成功的推销员，必须具备一定的鞭策自己、鼓励自己的内动力。相信自己，这是推销员取得成功的绝对条件；好的心态，也是取得成功的重要保证。因此，每一名推销员都需要时常修正自己的想法和行为，借以消除不良的习性与不当的处世态度，并强化正确的、积极的想法，放弃那些可笑的理由和借口，始终相信自己也会成为世界上“最伟大的推销员”。

第1节	相信自己是NO.1	2
第2节	谁都可以创造奇迹	5
第3节	信心激发出更大的信心	8
第4节	推销产品不如推销自己	11
第5节	不要害怕与众不同	14
第6节	你完全可以和大人物打交道	16
第7节	正确对待竞争对手	19
第8节	控制情绪，以良好心态面对客户	25

第二章

点燃你的激情：成功从热爱自己的事业开始

每一个成功者都有他不同的优势，但有一点是所有成功者所共有的，那就是能够肯定自己的职业。在销售过程中，推销员如果不能正确认识自己的工作，肯定自己的职业，那么他就不能为了自己的目标而努力进取，也自然不会取得任何成绩。

乔·吉拉德说：“工作是通向健康和财富之路，它可以使人一步步向上攀登。而只靠50%的努力是不会为你带来任何成就的，因此你必须比别人、比同行业对手更努力才行。我之所以成功，就是因为我比对手更努力。”可见，推销员在肯定自己职业的同时，也要热爱自己的工作。

第1节	推销员要热爱自己的职业	32
第2节	点燃你的激情	35
第3节	永葆进取心	38
第4节	敬业，敬业，再敬业	41
第5节	每一天都要耐心工作	44
第6节	聪明地做事	46
第7节	远离怠慢工作的小圈子	48

第三章

厚积才能薄发：机遇只降临在有准备的人身上

“时刻准备着”，对于推销员来说，它应当被牢牢记住。这是因为，一切幸运都存在于实力之中。在销售中，推销员只有做好充分的自身准备和工作准备：拥有丰富的知识储备，培养自己的职业素质，对自己的产品、公司、竞争对手了如指掌，有自己的目标和规划，打造好自己的外在形象，才会有十足的自信心去面对自己的客户和自如应对所有可能出现的困难及问题；而且胸有成竹、深谙本职业务的推销员也才会取得客户的信任，抓住成功的机会，使自己的事业不断取得突破。

目录

第1节	随时储备自己的知识	52
第2节	培养推销员的职业素质	54
第3节	透彻地了解自己的产品	59
第4节	对销售要有目标和计划	64
第5节	对时间进行合理规划	69
第6节	注意打造美好的第一印象	72

第四章

精通访问技巧：通向生意成交之门由此打开

坐等客户来，是一种类似于守株待兔般的非常愚蠢的思想和行为。对于每一名推销员来说，永远不要坐等客户前去拜访你，如果想要获得更多的订单，你就必须更多地主动前去拜访客户。

这是因为，作为推销员，只有拜访客户才能更直接地面对客户，掌握客户的真正需求；而且经常拜访客户，才能在交流中不断地总结经验，提高自己的销售能力。同时，推销员还要做好拜访前的准备工作，在拜访中也要注意使用得体的语言和适当的方法，从而帮助自己打开销售成功之门。

第1节	进行成功预约	76
第2节	制订访问计划	80
第3节	做好心理准备	84
第4节	检查随身工具箱	87
第5节	开场白要精彩	88

第五章

时刻注重顾客的感受：顺利结交客户的有效策略

每一名推销员都要善于赢得客户的好感，顺利接近客户，这样才有机会向客户推销自己及自己的产品。接近的成功与否，决定了推销员接

下来的销售进展。此外，在与客户的交流过程中，推销员还要具备巧妙而不着痕迹地拉近与客户的关系的能力，不断学习营造个人亲和力的技巧，以便顺利地接近客户，为接下来的继续沟通和生意的成交打下良好的基础。

有效推销的第一步，就是千方百计地接近客户，只有真正做到了这一点，才能走进顾客的心中，从而取得自己人生的辉煌成功。

第1节	积极地倾听	94
第2节	推销时要集中精力	97
第3节	谈论客户感兴趣的话题	99
第4节	经常微笑会处处受欢迎	101
第5节	赞美你的客户	103
第6节	用声音打动顾客	104
第7节	推销中要保持幽默感	107
第8节	通过电话拉近与客户的距离	109

第六章

人品重于商品：良好信誉更容易赢得客户认同

著名的推销大师奥里森·马登说：“一名推销员获得了客户的信任，就已经成交了一半。如果推销员不能够取得客户的信任，无论他所销售的产品多么优质，客户也不可能购买。”

对于推销员来说，取得客户的信任其实并不难，诚信是推销之本，人品重于商品。如果一名推销员在销售过程中展示出自己的良好信誉，并始终注重诚信，注意做好每件小事，往往更容易赢得客户的心。只要用心地体察客户的需求，并采取行动满足客户的需求，做好自己的服务，每一名推销员实际上都可以在自己的销售领域有所作为。

第1节	诚信能够赢得客户的信任	116
第2节	诚实是相对的	118
第3节	塑造真诚的推销员形象	120

目录

第4节	兑现你的承诺	122
第5节	真心与客户交朋友	124
第6节	不掩盖产品的缺陷	127
第7节	展示公司的良好信誉	128

第七章

突破异议：善于驾驭销售控制权

乔·吉拉德说：“推销员要想使自己的推销成功，就必须设法克服顾客的异议；并学会精神抖擞地勇敢迎接挑战，把异议看作是生意的一部分。事实上，我估计在我的整个推销生涯中，大约80%的生意都是在我遇到至少一次异议的情况下成交的。”

事实上，推销是从拒绝开始的。在任何推销活动中，推销员都会遇到顾客的不同意见，甚至是反对意见。虽然这些异议是影响推销进程的障碍，但这也是顾客的权利。因此，优秀的推销员必须掌握各种方法及策略，善于突破顾客的异议，牢牢掌握销售的控制权，为成交做进一步的努力。

第1节	成功源于拒绝后的坚持	132
第2节	听懂顾客异议背后的潜台词	136
第3节	不要与客户争辩	140
第4节	让客户无法拒绝	143
第5节	化解顾客的价格异议	150
第6节	善于处理客户的各种借口	156
第7节	针对不同性格的客户要用不同的突破方法 ...	159

第八章

客户的需求是销售的根本：推销员要激活客户的购买欲望

顾客对产品感兴趣并最终做出购买行为，都是由于产品在一定程度上满足了他们自身的某种需求。因此，在销售过程中，推销员必须用心

地体察客户的需求，了解顾客的需求倾向，摸透顾客的心理，有重点地向顾客推销，并采取行动满足客户的要求。只有如此，顾客才有可能购买产品。

而且，当顾客并没有购买需求的情况下，推销员也要善于运用各种方法和技巧来激发顾客的购买欲望，挖掘出顾客的潜在需求，从而使谈判进入实质性的阶段。

第1节	顾客的需求是购买的动机	166
第2节	客户的购买欲需要激发	172
第3节	让客户知道你重视他	176
第4节	充分阐述产品能给客户创造的利益	178
第5节	一次演示胜过一千句话	181
第6节	用产品的味道吸引顾客	184
第7节	从配套产品入手扩大顾客的需求	187

第九章

没有成交何谈销售：促成成交是推销的关键

日本推销之神原一平说：“在销售中，要做正确的事，而不是多做事；要做需要做的事，而不是你喜欢做的事。”那么在销售过程中，对于推销员来说，只有成功地达成交易，才是真正成功的推销。正如乔·吉拉德所说：“在销售的过程中，成交是最关键的重点。”因此，每一名推销员都要掌握有效的成交方法去促成成交，让客户充分相信你的产品的好处，让他们在合同上签字，这样你最终才能获得相应的利益。

第1节	销售的关键是成交	192
第2节	紧紧抓住有决定权的人	196
第3节	学会识别成交信号	199
第4节	制造紧迫感促使顾客成交	203
第5节	通过提问进行假定成交	207
第6节	促成成交的其他有效方法	210

目录

第7节	从顾客的弱点着手突破，实现成交	215
第8节	克服成交的心理障碍	220
第9节	推销员应遵循的成交原则	224

第十章

真正的销售始于售后：服务比产品更重要

乔·吉拉德认为，推销是一个连续的过程，成交既是本次推销活动的结束，又是下次推销活动的开始，推销员只有做好服务，在成交之后继续关心顾客，才会既保住老顾客，又能吸引新顾客，使生意越做越大，客户越来越多。而且，服务比产品更重要。对于一个优秀的推销员来说，一定要使良好的服务体现在推销的每一个步骤之中。唯有如此，才能始终让客户愿意与你合作；而只要你的产品质量稍微差一点，或者你的服务稍不周到，客户就可能中止与你的交易。

第1节	推销的开始是在成交之后	234
第2节	服务比产品更重要	237
第3节	服务不周会令客户悔约	239
第4节	不要害怕客户的抱怨	242
第5节	正确处理客户的投诉	244
第6节	不要忘记那些琐碎的服务	247
第7节	去注重服务的公司做推销员	249

第十一章

先花钱后赚钱：投资客户积聚人脉资源

现代成功学的第一代成功技巧训练大师戴尔·卡耐基说：“在人的成功中，奋斗只占15%，而其余的85%则是靠人脉关系。”

事实上，普通推销员与顶尖推销员的真正区别也在于人脉，而非仅仅是才学和能力。因此，对于推销员来讲，只有建立起一个强大的客户

网络，才能最大限度地积累人脉资源，才能让自己的业绩不间断地持续增长。而不断地投资于自己的客户，让客户为自己引荐新客户，逐步形成一条人脉链，这是推销员建立客户网络的最好方式。

第1节	不断开发人脉资源	254
第2节	注意维系你的人脉	257
第3节	要求客户为你引荐	259
第4节	老客户要尤其重视	264
第5节	先花钱后赚钱的“猎犬计划”	267

第十二章

推销无处不在：生意遍布于每一个细节之中

推销无处不在，顾客也无处不在。作为推销员，只要肯用心，处处留心，时时留心，善于抓住各种细小的生意线索，就能发现商机，抢占先机，争取到最多的客户。

同时，推销员也要善于把自己身边的每一个潜在客户都升级为自己的准客户，注意不能对客户妄下评论，以免因此而丢掉了最有价值的资源。

总之，要想成为优秀的推销员，就要眼光独到地发现每一次机会，把每一个客户都当成最有价值的资源来对待，从而促进自己的销售事业顺利发展。

第1节	乔·吉拉德的250定律	272
第2节	把每一个人都当成有价值的客户	274
第3节	别轻易对客户下结论	276
第4节	未成交客户也很重要	278
第5节	散发一张名片就是创造一个商机	280
第6节	到鱼多的地方打鱼——鉴别准客户	283
第7节	抓住所有细小的生意线索	285

第一章



相信自己是 NO.1： 优秀推销员的第一心态

世界上最伟大的推销员乔·吉拉德说：“信心是取得成功的法宝，也是推销制胜的秘诀。事实上，凡是向你买东西的人，买的都是你。所以，每个人要先相信自己、热爱自己。”

的确，一个成功的推销员，必须具备一股鞭策自己、鼓励自己的内动力。相信自己，这是推销员取得成功的绝对条件；好的心态，也是取得成功的重要保证。因此，每一名推销员都需要时常修正自己的想法和行为，借以消除不良的习性与不当的处世态度，并强化正确的、积极的想法，放弃那些可笑的理由和借口，始终相信自己也会成为世界上“最伟大的推销员”。

第1节

相信自己是NO.1

对于每一个人来讲，你都是你生命中最伟大的！没有人跟你一样！只要你相信自己，你就会成为NO.1！

乔·吉拉德是一位销售领域的传奇人物，他的衣服上通常会佩戴一个金色的“1”，很多人都对他的饰物很感兴趣，问他：“你戴着这个标志，是因为你是世界上最伟大的推销员吗？”乔·吉拉德坚定地说：“不！我是我生命中最伟大的！没有人跟我一样！”

而且，乔·吉拉德每天都这样离开家门：观察身上所有的细节，看看是否自己会买自己的账；把手握在门把手上，发现一切准备好后，打开门，像豹子一样冲出去，并对自己说：

I feel good. (我感觉很好。)

I feel great. (我感觉很棒。)

I'm number one. (我是第一。)

教育心理学家奥里森·马登曾经说过：“如果我们分析一下那些卓越人物的人格品质，就会看到他们有一个共同的特点：他们在开始做事前，总是充分相信自己的能力，排除一切艰难险阻，直到胜利！”

乔·吉拉德正是凭借着这种“相信自己是第一”的强大信念，在他的推销生涯中取得了令人难以置信的成功：曾连续12年荣登世界吉尼斯纪录大全世界销售第一的宝座，这项纪录至今无人突破；乔·吉拉德被誉为“世界上最伟大的推销员”——迄今唯一荣登汽车名人堂的推销员。

然而，任何成功的取得，看似简单，实际上却满载着不为人知的艰辛。乔·吉拉德曾说：“成功并不是天生的，我之所以能够成为

一名成功的推销员，我全靠自己的努力拼搏。”在成就和荣誉背后，这位销售大师的成长经历充满了坎坷。

1928年，乔·吉拉德出生于底特律市东区的贫民窟，属于当时美国少数民族裔的意大利西西里人。乔·吉拉德的童年是在父亲用皮带的抽打和不断责骂他“没出息”中度过的。乔·吉拉德的父亲——安东尼奥是一个极其穷困的西西里人，生活的困苦加剧了他身体和精神上的痛苦，他把这些痛苦都发泄到了自己的儿子身上。因为经常挨打和缺乏自信，乔·吉拉德自8岁起便患有严重的口吃。本就对儿子不满意的安东尼奥更认为乔·吉拉德永远成不了大器。在父亲不断的打骂中，当时的乔·吉拉德真的开始相信父亲的断言，变得有些自暴自弃。幸运的是，他的母亲一直在鼓励他。有一天，她带乔·吉拉德到窗前，指着外面说：“每个人在外边的世界都能找到属于自己的天空，出去证明给你父亲看，你是个出色的人！”

“世界上只有一个你”，这是母亲教给乔·吉拉德的道理，她曾语重心长地说：“乔·吉拉德，你是世界上独一无二的，没有谁和你一模一样。”乔·吉拉德对母亲有着一种深厚的爱，并深信母亲所告诉自己的一切。从此，父亲的责骂、母亲的鼓励及相信自己会成为最出色的人的信心，都成为了乔·吉拉德不断奋斗去改变生活的动力。

从9岁开始，乔·吉拉德就在酒吧里替人擦鞋、沿街卖报，还做过洗碗工、送货员；25岁时，他开始学习盖房子、做生意；此后的10年，他为自己营建事业而努力；1962年，35岁的乔·吉拉德因为一次业务上的失误，失去了价值约300万美元的生意，宣告破产，而且当天，他的太太告诉他食物柜空了，已经没法喂饱两个孩子。于是，现实的困境激起了乔·吉拉德对金钱的欲望。破产后的乔·吉拉德到一间雪弗莱车行做了汽车推销员，在此后的汽车销售生涯中，在每天的工作中，他都在自己的意识中不断强化一

个信念——“你是最重要的，你永远是第一”。在这种“相信自己是第一”的良好心态和坚定信念下，乔·吉拉德向全世界，向他的父亲和母亲，也向自己展示了他的优秀——乔·吉拉德最终成为世界上最伟大的推销员。

信念是人生最有力的支柱，当一个人有了相信自己能够成功的态度后，就会从内心产生一种强大的能力与动力，促使自己全力以赴去做每一件事情，并努力把它们做好。

在影响成功的诸要素中，自信是首要因素。有自信，才会有成功。然而，在销售过程中，很多推销员可能做出了种种努力，依然有可能一件产品也卖不出去，于是，在这种付出努力仍然没有回报的情况下，很多推销员都会感到迷茫，甚至会怀疑自己不适合做销售工作。对于一个推销员来说，如果有了这样的想法，就意味着他的信心已经动摇。对于一名推销员来说，一旦失去了信心，就很难有所作为。因为成功者之所以成功，是因为他们永远对自己的未来充满自信，充满希望。成功绝非偶然，正确的思考方式和好的心态都是成功的基础和关键因素；而出身不好、年轻、没有经验等，这些都不是问题，因为经验只代表过去，而不代表未来；学历代表的是系统学习和潜力，并不代表悟性；背景代表的是资源，并不代表运作资源的能力；人行时间越长代表其惯性思维越强，而创新能力则可能越弱……所以，每一名推销员都要知道，也许你并未成功，只因你缺乏了一份自信——相信自己也是“最伟大的推销员”。

销售是一项竞争性很强的工作。在从事销售工作时，既可能成为成功者，也可能成为失败者。作为推销员，你认为自己是什么样子，就会成为什么样子：如果你对自己的未来充满信心，认为自己能够成为成功者，那么你就很有可能成为成功者；否则，等待你的只有失败和平庸。因此，作为推销员，在销售的过程中，一定要时刻相信自己。要想做到这一点，推销员在自己的工作与生活中就必