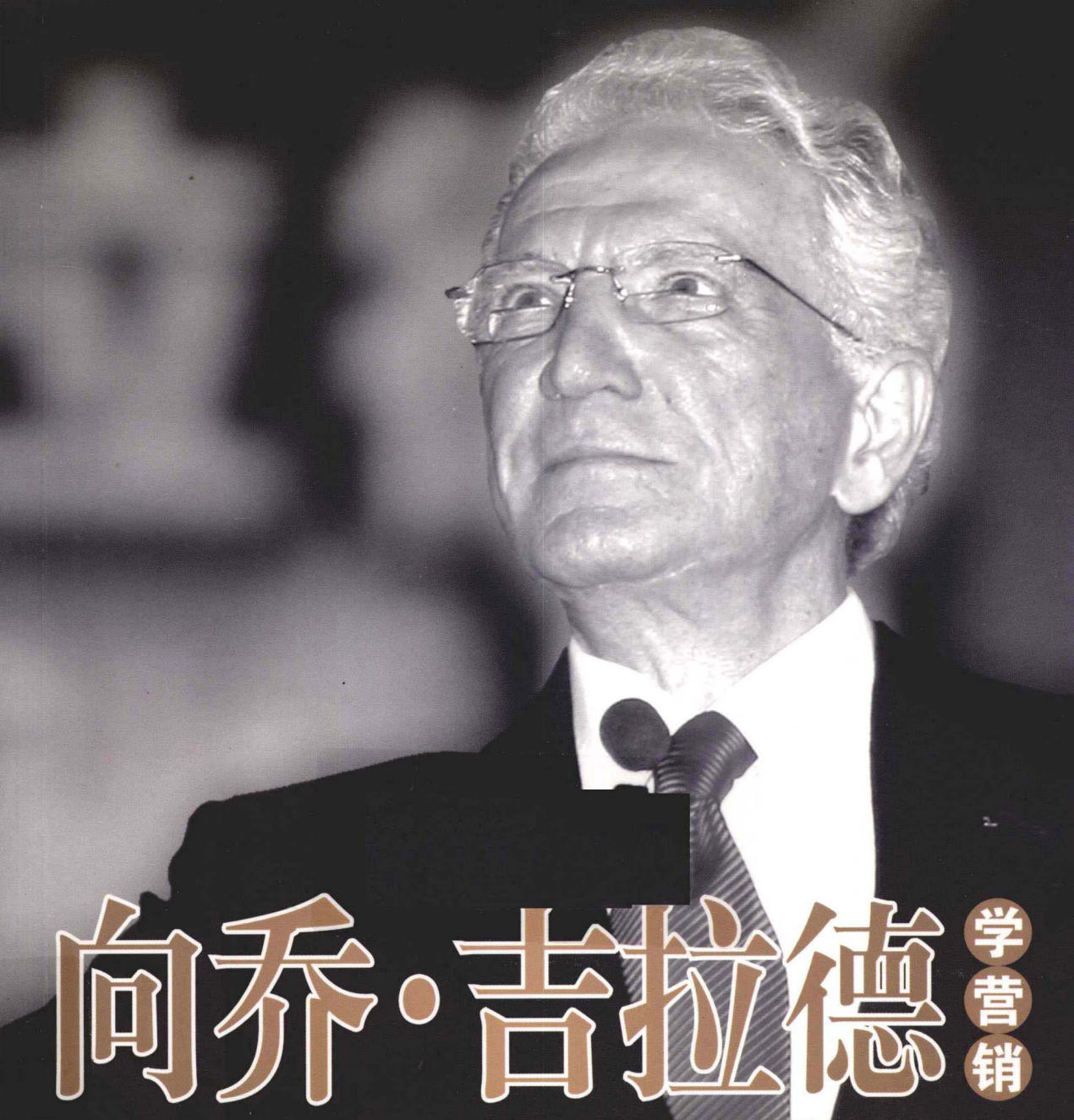




向乔·吉拉德

学
营
销

Learn Marketing From Joe Girard

柳溪◎编著

营销行业的奇才 商业领域的将军

乔·吉拉德的营销机会 教会你怎么在商界游刃有余 所向披靡



华中科技大学出版社
Huazhong University of Science & Technology Press

向乔·吉拉德

学
营
销

Learn Marketing From Joe Girard

柳溪◎编著



华中科技大学出版社

Huazhong University of Science & Technology Press

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

向乔·吉拉德学营销 / 柳溪 编著. -- 武汉: 华中科技大学出版社, 2011.1
ISBN 978-7-5609-6690-8

I. 向… II. 柳… III. 推销—经验 IV.F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第207069号

向乔·吉拉德学营销

柳溪 编著

策划编辑: 杜月朋

责任编辑: 杜月朋

封面设计: 北京天字行文化发展有限公司

责任校对: 杨丽丽

责任监印: 熊庆玉

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编: 430074

电话: (027) 87556096 (010) 84533149

印 刷: 湖北新华印务有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 15.5

字 数: 220千字

版 次: 2011年1月第1版第1次印刷

定 价: 29.80元



本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

| 引 | 言 |

一身西装、带一个皮夹、步履匆匆，挤公共汽车，吃快餐，住星级酒店……这就是营销员群体的一些特征。他们每天都在向人们提供便利、信息、服务，正是他们的努力，今天你才可在方便的地点挑选各种各样的商品，并得到满意的服务。你可以随时随地在生活的每个角落遇到这种特征的人，80%是营销员。

假设你接到这样一个任务，在一家超市推销一瓶红酒，时间是一天，你认为自己有能力做到吗？你可能会说：小菜一碟。那么，再给你一个新任务，推销汽车，一天一辆，你做得到吗？你也许就会说：那可不一定了。

如果是连续多年都是每天卖出一辆汽车呢？您肯定会说：不可能，没人做得到。可是，世界上就有人做得到，这个人在15年的汽车推销生涯中总共卖出了13001辆汽车，平均每天销售6辆，而且全部是一对一销售给个人的。他也因此创造了吉尼斯汽车销售的世界纪录，同时获得“世界上最伟大推销员”的称号，这个人就是乔·吉拉德先生。

乔·吉拉德（Joe Girard）是世界上最伟大的销售员，连续12年荣登世界吉尼斯纪录大全世界销售第一的宝座，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。乔·吉拉德也是全球最受欢迎的演讲大师，曾为世界500强企业精英传授他的宝贵经验，来自世界各地数以百万的人们被他的演讲所感动，被他的事迹所激励。

乔·吉拉德的经历颇为传奇。他生于贫穷：1928年生于美国大萧条年代，父辈是四处谋生的西西里移民。他苦难成长：为了生计，9岁就开始擦皮鞋、做报童；遭受父亲的辱骂；遭受邻里的歧视。他从不认命，自强不息：父亲辱骂他一事无成时下决心，要证明父亲错了；受到歧视时和别人拼命；母亲的关爱使他始终坚信自己的价值。面对生命中的挫折，他不懈奋斗：坚持上学直到高中；做过近40种工作；破产巨



额负债也没有灰心；做销售努力改掉口吃的毛病；对待顾客坚持诚信，恪守公平原则；不墨守成规，不断创新，超越自我。

正是这种自我超越精神，让乔·吉拉德超越了一切，创造了伟大的传奇：

连续12年被《吉斯尼世界纪录大全》评为世界零售第一；

连续12年平均每天销售6辆车——至今无人能破；

被吉斯尼世界纪录誉为“世界最伟大的销售员”——迄今唯一荣登汽车名人堂的销售员。

另外，乔·吉拉德还创造了5项吉尼斯世界汽车零售纪录：

1. 平均每天销售6辆车；
2. 最多一天销售18辆车；
3. 一个月最多销售174辆车；
4. 一年最多销售1425辆车；
5. 在15年的销售生涯中总共销售了13001辆车。

面对这样一个传奇人物，要书写其传奇人生，无疑是一个巨大的挑战。我们只能怀着敬仰的心情去书写这样一个人物的传奇人生，从“营销大王”的传奇经历和营销实践中得到启发，让它像一盏灯照亮无数营销人的光辉前程。

在20世纪的后半期，推销逐渐变得复杂和专业了。经济的改变要求生产向更加专业化的方向发展，对推销人员同样也提出了必须具备专业知识和专业能力的要求。只有掌握推销的专业知识和能力，才能成为一名真正成功的推销员。我们推出这本书，并不单纯是为了宣扬乔·吉拉德的优秀，也不是一本推销大师的个人传记，但你肯定会被书中推销大师的个人努力和伟大成就所感动。本书的宗旨是希望能从推销大师的个人足迹中找到成功销售的真正方法，让想成功的你从中找到更好的推销方法，全方位地修炼自己，让自己成为像乔·吉拉德那样的人。

编者

2010年9月



第一章 乔·吉拉德的传奇人生	1
一、出生：传奇始于贫穷	2
二、历程：面对生存的威胁	3
三、转折：而立之年的人生低谷	5
四、发达：靠着执著与苦功逆转人生	7
五、改行：由营销高手到演讲高手	9
小结	10
第二章 让热情为你的成功护航	13
一、每个人都是推销员	16
二、我是我自己最好的推销员	18
三、让成功的欲望之火熊熊燃烧	21
四、抓住机会敲门的那一天	24
五、正确积极的心态	27
六、笑到最后才能笑得最好	30
小结	31
第三章 推销的要点是推销自己	35
一、推销产品其实是推销自己	36
二、名片的效能	39
三、自身的包装要具有可售性	41
四、借名片撒播希望	44
五、用自己的蓬勃精力吸引顾客	45
六、心中无剑是最高销售境界	47
七、从人生菜单中挑选菜色	51
小结	52



第四章 靠人脉才能实现腾飞	53
一、有钱脉还得有人脉	54
二、拓展人脉，赢取资本	58
三、随时随地建立良好人脉	62
四、人脉的培养要有长远眼光	65
小结	68
第五章 确保老客户	69
一、老客户不丢，市场份额不减	69
二、维护老客户的方法	72
三、和顾客建立长期的合作关系	76
四、挖掘老客户身上的潜在效应	78
五、给自己相乘的效果	81
小结	83
第六章 寻找种子客户	85
一、猎犬计划：寻找潜在顾客	85
二、遵从“250法则”	87
三、推销之前的推销艺术——预约	89
四、口到钱来，像乔·吉拉德一样去约访顾客	92
五、开发潜在客户，学会长线钓鱼	99
六、连锁效应的报酬	103
小结	104
第七章 善待拒绝	107
一、销售员被拒绝的常见状态	107
二、剖析被拒绝的成因	109
三、善待拒绝	113
四、化解客户拒绝秘诀	117
小结	119
第八章 让产品说话	121
一、熟知自己所卖的产品	121



二、让产品吸引顾客	124
三、买的是感觉	126
四、卖的是好处	128
小结	131
第九章 乔·吉拉德的独创——感性销售	133
一、让倾听成就你的成功之路	134
二、微笑是最好的技巧	136
三、学会煽情	138
四、用真情感动顾客	141
五、参与情感因素，爱的信息是唯一的诀窍	144
小结	145
第十章 像乔·吉拉德一样工作	147
一、管理好自己的时间	147
二、一生只做好一件事	151
三、演绎一个卓尔不群的销售员	154
四、前进的路上永不停息——做一个长期耕耘者	157
小结	159
第十一章 像乔·吉拉德一样与人沟通	161
一、热情是服务的根本	161
二、真心关注客户需求	163
三、尊重客户是服务核心	166
四、宽容对待难缠客户	168
五、解开顾客“心中结”	170
小结	171
第十二章 服务，服务，还是服务	173
一、服务的真正含义	173
二、服务是利润的源泉	175
三、善待顾客的各种需求	178



四、服务质量为你赢得声誉	179
五、让顾客亲身参与	181
小结	183
第十三章 真正的销售始于售后	185
一、售后是产品的“第二次竞争”	185
二、成交之后的艺术	187
三、满意的服务带来新盈利点	190
小结	192
第十四章 乔·吉拉德的营销技巧	195
一、超级说服力秘诀	195
二、乔·吉拉德：假定已经成交	197
三、注重适当的字眼	200
四、学会换位思考	202
五、把握成交一刻	204
小结	207
第十五章 诚信销售，善待拒绝	209
一、推销的最佳策略是相对的诚信	209
二、谎言是一把双刃剑	212
三、信赖来源于真诚	214
四、世界上没有永远的拒绝，也没有最好的产品	216
五、销售的是观念	218
小结	220
第十六章 下一个乔·吉拉德就是你	221
一、顶级营销人才的四项素质	221
二、没有天才，销售业绩是练出来的	228
三、让销售成为你的爱好	232
四、下一个乔·吉拉德就是你	235
小结	237



第一章 乔·吉拉德的传奇人生

乔·吉拉德（Joe Girard）是销售界的传奇，他被称为世界上最伟大的销售员，连续12年荣登世界吉斯尼纪录大全世界销售第一的宝座，他连续12年平均每天销售6辆车，所保持的世界汽车销售纪录至今无人能破。功成名就之后的乔转身做了演讲大师，又成了全球最受欢迎的演讲家，曾为全世界排名前500强的企业精英传授他多年来宝贵的销售经验，他激情洋溢的演说给世界各地数以百万的人们以自信和毅力，让他们在营销这条道路上创造出更加辉煌的成就。

乔·吉拉德一生颇为坎坷，幼年出身贫寒，在社会的底层摸爬滚打，甚至曾经做过小偷，后来慢慢地找到自己的方向，开始在营销界叱咤风云。我现在将其人生经历概括如下。

生于贫穷：乔出生在1928年，这个时候正是美国大萧条年代；他的父辈是四处谋生的西西里移民。父亲是一个脾气暴躁的酒鬼，乔从小口吃，童年生活可以说是暗淡无光。

长于苦难：乔从小就遭受父亲的辱骂和邻里的歧视。为了生计，他9岁就开始擦皮鞋、做报童。

自强不息：他是一个性格内向，意志坚定的小孩，当父亲辱骂他一事无成时，他就下定决心，一定要证明父亲错了；当他受到邻里的歧视时准备和别人拼命，母亲的关爱使他走出受伤时的阴影，始终坚信自身的价值。

不懈奋斗：尽管家庭贫困，但乔却一直坚持上学直到高中；曾经做过40种工作；25岁时乔在房地产业干，受骗而破产，巨额负债也



没有让他灰心；他努力改掉口吃的毛病，开始做销售；他坚持自己的原则，对待顾客诚信，恪守公平原则；不断创新自己的方法，不墨守成规，超越自我，最终取得辉煌的胜利。

乔·吉拉德用传奇般的人生书写了传奇的经历，他连续12年被《吉斯尼世界纪录大全》评为世界零售第一。连续12年平均每天销售6辆车——这个纪录至今无人能破。还被吉斯尼世界纪录誉为“世界最伟大的销售员”——迄今唯一荣登汽车名人堂的销售员。

当我们今天提起笔书写乔·吉拉德的时候，我们充满着骄傲和自豪，因为我们是在书写着传奇。那么，首先让我们认真回顾一下传奇的人生经历吧。



一、出生：传奇始于贫穷

1928年，在美国底特律市东区的贫民窟里，小乔·吉拉德出生了，他的祖辈是美国少数族群中的意大利裔西西里人。后来，迁移到了底特律市。由于西西里曾经是意大利黑手党的故乡，邻里都看不起他们。乔·吉拉德从小就备受歧视，曾被邻居取笑为天生的罪犯。游手好闲的酒鬼父亲一向不思进取，动辄便对他拳脚相向，诅咒他，恐吓他，骂他不是好东西，以后也一定不会干出什么好事来。因经常挨打受惊吓，小乔·吉拉德性格内向，有严重的口吃，经常一个人默默地蹲在墙角，不敢与其他小伙伴玩耍。

由于家庭贫困，9岁时，乔·吉拉德便开始想着养家糊口。他曾经在底特律市中心的酒吧街上做擦鞋童，接着在市区的街道穿梭做送报生、在饭店做洗碗工、在超市做送货员。乔·吉拉德虽然性格内向，不爱说话，但当别人嘲笑他的西西里出身时，他便血气方刚，不假思索上前便和对方打架。也因为这个原因，乔·吉拉德在高二时便被学校开除。之后，他便在街头闯荡。在25岁前，乔·吉拉德曾经换过39种工



作。在饥寒交迫的时候，他甚至还开过小赌场，当过一次小偷，但由于失手被捕。

在25岁之前，乔·吉拉德倒霉透顶，他没有高学历、好家世、出色的口才、上流社会的人脉，甚至连几分好运气都没有，上帝似乎关闭了乔·吉拉德人生的所有门窗。这个时候的乔·吉拉德，人生满是失败的纪录，他注定是个与成功无缘的人。谁也没有想到，这个有严重口吃的贫民窟小孩，能够与世界顶尖的销售员联系在一起。

不过，从小乔·吉拉德身上就能看出他的坚忍不拔的精神，这正是销售员骨子里最原始的不放弃精神。乔·吉拉德在上小学时，白天送报，晚上擦鞋。当时，报社开展新订户比赛，只要能够拉到订户答应订阅一个月的报纸，送报员就能换得一箱百事可乐作为奖赏和激励。他挨家挨户按门铃去说服人家订阅报纸，不断地争取订户，一而再、再而三地说服人家，从来没有因为碰钉子而放弃。就是在这个时候，他发现了推销工作其实很有意思，掌握了很多诀窍，并且不断地和更多人谈上话，改变了内向的性格和口吃的毛病，这为他以后从事营销工作奠定了良好的心理基础。



二、历程：面对生存的挑战

在25岁的时候，吉拉德遇到生命中第一个贵人——建筑商阿比·萨巴斯丁。萨巴斯丁看吉拉德是一个可塑之才，就非常喜爱他，将自己的手艺全部交给了他，不只教吉拉德盖房子、做生意，还在退休时，把生意全交给了他。这时候，吉拉德可算是找到了一个安身立命的栖息点，准备一步步地扩大生意。到了35岁，乔·吉拉德买了一块土地，在上面建了房子之后，才发现这块土地没有下水道设施，他盖了一堆卖不出去的房子。吉拉德欲哭无泪，最后只得宣告破产，还负债6万美元，令妻儿挨饿度日。

乔·吉拉德遭遇了一次人生的低谷——他的事业在一夜之间垮了，他



重新又变得一无所有，负债累累。这时候，法院传了一份令状，准备没收他的家当，银行还收走了他的车子。吉拉德面临的更糟的情况是，家里连一点吃的都没有，两个年幼的孩子——小乔和格雷丝整日饿得嗷嗷叫。每天晚上，都有一种恐惧主宰着他。吉拉德一家为了逃避银行的人和债主，把车子停在离家的几个街区以外，再一起步行至住处的房后，从墙上的一个窗口偷偷跳进去睡觉。就这样终日鬼鬼祟祟！多年之后，当吉拉德想到这一情景的时候，还在说这仿佛是一场噩梦。

同时，为了骗孩子们，他就跟孩子玩不诚实的游戏。他告诉小乔和格雷丝，说我们正在和隔壁、对面的邻居玩比赛——这是一个不开门的游戏，他们比赛的规则是如果谁先打开门就证明谁输了。当然，尽管吉拉德一家东躲西藏，但战术并没有奏效，他还是很快失去了家园，随着它们一起失去的还有他的自尊。

白天来临时，妻子就告诉他一点可吃的食物也没有了，孩子们都很饿。吉拉德一点办法都没有，他忽然间觉得填饱肚子不再忍受饥饿成了他最大的心愿。但是这么一个小小的心愿，他当时几乎一点信心也没有。于是，他跪下去祈求上帝，能够满足自己的愿望，还给自己信心，在他极度沮丧的时候，妻子朱丽姬就会搂住他说：“吉拉德，当年我们结婚时就是空无一物，但不久我们就拥有了一切。我相信你，在不久的将来就会创造很大一笔财富。现在我们一无所有了，我仍旧对你深怀信心，我深信你会再成功的。”

吉拉德紧紧地抱住自己的妻子，这是一个多么伟大的妻子！但是，她却因病早逝（1979年初就去世了）。在她陪伴吉拉德的短暂的生命中，她从未抱怨过，也从未对吉拉德失去过信心。在艰难的日子里，吉拉德明白了一个重要的真理，那就是：建立自己信心的最佳途径之一，就是从别人那儿接受过来最残酷的现实，并设法去改造这个现实。在这之后，吉拉德开始奋发图强，努力去实现自己的人生价值。



三、转折：而立之年的人生低谷

“我活了35年，现在连喂饱自己孩子的能力也不具备。”事隔四十多年，他在台上忆述当时生活的落魄和困窘时，仍然眼泛泪光，感慨唏嘘。

1962年，35岁的吉拉德因投资失利而破产，全家人的温饱成了最大的问题。为了摆脱贫苦，他四处奔波，到处寻找工作。只要有会，哪怕只有一点希望也不放过。

上世纪60年代，被喻为“汽车城”的全球汽车工业重镇底特律，至少有39家大型的汽车经销营业所，每家又各有24人至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。

朋友介绍他去一家经销汽车的公司，推销经理哈雷先生起初很不乐意。“你曾经推销过汽车吗？”他问道。

“没有。”

“为什么你觉得自己能够胜任？”

“我推销过其他东西——报纸、鞋油、房屋、食品，但人们真正买的是我，我推销自己，哈雷先生。”他已经重建了足够的信心，“我并不在意自己已经35岁，也不在乎人们所认为的推销是年轻人干的这个观念。”

哈雷笑笑说：“现在正是严冬，是销售淡季。假如我雇用你，我会受到其他推销员的责难，再说也没有足够的暖气房间给你用。”

生存的威胁已经使吉拉德变得更加坚强。“哈雷先生，假如你不雇用我，你将犯下一生最大的错误。我不要暖气房间，我只要一张桌子、一部电话，两个月内将打败你最佳推销员的纪录。”他信心十足，但实际上他并没有把握。吉拉德以他对赚钱的渴望打动了哈雷。“请给我一张名片和一个电话，这是不会打扰到你的，我一定能够击败这儿的最佳销售员。”他一字一句地说，“我并不是疯了，而是很饥饿。”

哈雷先生终于在楼上的角落给他安排了一张满是灰尘的桌子和一部电话。就这样，乔·吉拉德开始了自己新的事业。



他立即投入工作，用最诚挚的心和诚恳的语言打电话给所有认识的人，包括他以前生意上的伙伴，他的电工和钳管工。第一天，他便卖出了第一辆车给一位可口可乐的销售员。在向老板预支薪水后，他跑到超级市场买了满满两大袋食物让妻儿饱餐一顿。“在我眼中，他（指第一个客人）是一袋食物，一袋能喂饱妻子儿女的食物。那天回家，我对太太琼发誓：从今以后不再让她为温饱而烦恼！”

回想当天的一幕，吉拉德坦言，是困境激起了自己对金钱的欲望。35岁，正是积蓄能力，事业发展，走向成功，准备攻上人生巅峰的时刻，乔·吉拉德却跌落到最幽暗的人生谷底。“在我人生的前35个年头，我自认是全世界最糟糕的失败者！因为没有地方可去了，只好向上！”困境反而激发出他灵魂里很深的不放弃与热情，燃起熊熊烈火。那是一把让他不甘心就此过一生的烈火：他不想回到贫民窟、不想再吃牢饭、不想一辈子抬不起头……他强烈地想从社会底层脱身。

凭着不想再回头过苦日子的决心与毅力，乔·吉拉德自创出许多推销方法，在上千汽车业务重兵集结的底特律，杀出了一条血路。“I did it my way...”乔·吉拉德在午后阳光的照拂下，看似轻松调皮地哼着这个他最爱的曲调。其实，这条通往世界最伟大汽车销售员的道路，一点也不轻松。因为患有严重的口吃，让靠嘴谋生的乔·吉拉德特意地放慢说话速度，他缓慢而精准地问话，对客户提出的问题做出积极的响应，比别人更注意聆听客户的需求与问题。乔·吉拉德知道，自己必须很快地克服口吃的毛病，不然一家就没饭吃。

那时，正是他爬向人生高峰的开始。从一张灰尘厚积的桌子和一本电话簿，就利用它们从失败走向了成功。哈雷先生无法相信，在两个月内，他真的实现了自己许下的诺言：不但打败了公司中所有推销员的业绩，还偿还了6万美元的负债，同时也买回了自尊！

“通往成功的电梯总是不管用的，想要成功，就只能一步一步地往上爬。”这是乔·吉拉德最爱挂在嘴边的一句话。刚开始的第一次推销是

最辛苦的。一旦成功，以后的发展便看你自己了——他对自己说。就在那时，他悟出了另一个伟大的真理：“信心产生更大的信心。”他确认这句话对自己产生了很大的力量。几年时间，他的汽车销售业绩达到了1425辆，乔·吉拉德终于从失败转而成为世界上最伟大的汽车推销员。



四、发达：靠着执著与苦功逆转人生

销售汽车不像卖服装这么简单，汽车的单价高，消耗期长。为了让客户非常满意，乔·吉拉德强调售后服务，来增加回头客。只要经手卖出的车子有任何疑难问题，他一定尽全力，甚至自掏腰包帮客户解决。“在我的客户里，有九成是回头客。剩下的那一成，不是搬走了，就是已经过世了！”深谙为自己预约未来订单的乔·吉拉德打趣地说。

花了三年时间，乔·吉拉德通过不懈的努力，打下了坚实的客户基础，很快在汽车销售业打响了名号，开始演绎他的人生大逆转。第三年卖出340辆车，第四年就翻涨，卖出614辆车，从此业绩一路飚红，连续12年成为美国通用汽车零售销售员第一名，甚至成为世界上最伟大汽车销售员。

15年间，业绩突出的乔·吉拉德有很多跳槽、升迁的机会，如成为营业所负责人。但他总是拒绝，名片上的头衔始终是“销售员”。吉拉德选择当一辈子的销售员，不是不在乎头衔，而是更在乎“钱”！他得意地说：“老板只做管理，真正为公司赚钱的是我！我赚的钱比老板还多！”

“你知道，头衔对我的意义是什么吗？让我告诉你，头衔一点都不重要，因为我的头衔就叫MONEY！”乔·吉拉德以兴奋的语气强调，“这个职业带给我金钱和情绪上的愉快，比全世界任何其他一种工作来得多。我喜欢这种赢了又赢所带来的金钱、兴奋与满足！”因此，乔·吉拉德能持续每天在前线从事推销工作，享受每一次成交所带来的快感与金钱奖赏。他兴奋地指出：“今天我卖出6辆，明天我就渴望成交10辆！我感觉



每成交一次，其实都像被顾客升迁了一次！”

乔·吉拉德的成功，与他积极布下的“天罗地网”有关。如果小蚂蚁能拿名片，大概也难逃他的缠功。在他的著作《无往不利的推销术》中，有一段文字就描写他如何四处广布理发师“线民”。他到处理发，留下名片，希望常和客人海阔天空闲聊的理发师帮他留意谁要买车，一旦牵线成功，他就给予佣金。对他而言，理发更大的意义在于寻找卖车的机会。不只理发师成为他的“下线”，连送信到他家的邮差也如此。乔·吉拉德很有耐性，不放弃任何一个机会。或许客户五年后才需要买车，或许客户两年后才需要送车给大学毕业的小孩当礼物，没关系，不管等多久，乔·吉拉德都会不时打电话追踪客户，一年12个月更是不间断地寄出不同花样设计、上面永远印有“I like you”的卡片给所有客户，最高纪录曾每月寄出16000封卡片。“我的名字‘乔·吉拉德’一年出现在你家12次！当你想要买车，自然就会想到我！”展示着过去所寄出的卡片样本，乔·吉拉德的执著令人折服。

乔·吉拉德还特别把名片印成橄榄绿，令人联想到一张张美钞。每天一睁开眼，他逢人必发名片，每见一次面就发一张，坚持要对方收下。乔·吉拉德解释，销售员一定要让全世界的人都知道“你在卖什么”，而且一次次地加强印象，让这些人一想到要买车，自然就会想到“乔·吉拉德”。

即使在热门球赛观众席上，乔·吉拉德也会整袋整袋地撒出名片，他耸耸肩表示：“我同意这是个很怪异的举动，但就是因为怪异，人们越会记得，而且只要有一张名片落入想买车的人手中，我赚到的佣金就超过这些名片的成本了！销售人员就像农夫一样，一张名片就是一粒种子，或许你不知道什么时候是秋天，什么时候可以收获。但是，只要你一直撒，就会有收获的一天。”

直到现在，乔·吉拉德还是保有到处广发名片的习惯。他说，虽然已经不卖车，却还在卖书、卖自己的人生与行销经验，寻求各种可能的演讲与曝光机会。因此，到餐厅用完餐，他总是在账单里夹上三四张名片及丰