第一图书网, tushu007.com

# <<把任何东西卖给任何人>>

## 图书基本信息

书名：<<把任何东西卖给任何人>>

13位ISBN编号：9787515401096

10位ISBN编号：7515401095

出版时间：2012-2

出版时间：当代中国出版社

作者：乔·吉拉德（Joe Girard）斯坦利·H.布朗（Stanley H.Brown）

页数：189

译者：贾子达,杜嫦娟

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

## 前言

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”（AutomotiveHall 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。

## 内容概要

乔·吉拉德是《吉尼斯世界纪录大全》所推崇的“世界最伟大的销售员”，也是全球知名的励志演讲人，他所撰写的畅销书《怎样成交每一单》、《怎样销售你自己》和《怎样迈向顶峰》，远远超越了你之前所读过的任何关于成功励志的书籍。
《把任何东西卖给任何人》是乔·吉拉德所有著作中读者最多，传播最广和最经典的一本。
销售员的使命是完成销售目标。
在这本书中，乔·吉拉德集中展示了他在实践小锤炼出来的巅峰销售感悟和技能。
通过亲身经历和感人故事，他告诉每位读者，销售员真正销售的不是他所卖的商品，而是他自己；成交是销售过程中最关键的部分，抓住客户并取得他们的信任，才是实现销售的要诀。
一生极富传奇色彩的乔·吉拉德，在本书中着重书写了他的奋斗史与人生轨迹，其积极向上的人生态度、充满热情与活力的品格、勤于思考和善于总结的习惯、坚持不懈将计划付诸实施的毅力，激励着每一位读者。
书中同时讲述了“把任何东西卖给任何人”的许多具体实用的方法。
本书适用于所有产品领域的销售员和培训人员，可作为营销专业师生的最佳参考教材。

## 作者简介

作者：（美国）乔·吉拉德 （美国）布朗 译者：贾子达 杜嫦娟乔·吉拉德，被《吉尼斯世界纪录大全》誉为“ 世界最伟大的销售员 ”，他经历擦鞋童、洗碗工、搬运工、火炉装配工、房屋建筑承包商到汽车销售员的多种职业。
他在位于美密歇根州的一家雪佛兰汽车销店15年的职业生涯中，一共零售出了13001辆汽车。
乔·吉拉德成就斐然，自1996年以来一直蝉联汽车销售冠军，他是惟一以销售员的身份荣登“ 汽车名人堂 ”并被美国学术成就学会授予“ 金盘奖 ”的人，他还曾被已故的诺曼文森特皮尔博士（《积极思考的力量》的作者）和洛厄尔托马斯博士提名“ 霍雷肖阿尔杰奖 ”（白手起家奖）。
作为一名世界著名的演讲家，乔·吉拉德经常出现在哈佛商学院等著名商学院、各社会团体、组织和机构以及销售会议上。
乔·吉拉德的客户众多，其中包括通用汽车、惠普、福特汽车西尔斯、玫琳凯、戴姆勒—克莱斯勒、通用电气、3M、IBM、哥伦比亚广播公司、卡夫、邓百氏、约翰迪尔、芝加哥联邦储备银行、西瑞游艇及其他全球数以百计的广告及销售俱乐部等。

## 书籍目录

第1章 成功之路就在你脚下第1节 我和你一样，都是销售员第2节 销售是艰难而伟大的职业第3节 态度正确是成功的关键第2章 失败之末，成功之始第1节 成功不是天生的第2节 在艰难中成长第3节 世上没有容易挣的钱第4节 没有退路，刻骨铭心第3章 心无杂念才能成功第1节 明确目标是成功的开始第2节 我的　第一次成交第4章 怎样赢得顾客的心第1节 尊重每一位顾客第2节 要与顾客双赢第5章“ 吉拉德250法则第1节 1=250第2节 不要伤害一个顾客第6章 管理时间与驾驭情感第1节 别加入小圈子第2节 初做销售的困惑第3节 学会用自己的方法做事第4节 让事情对你有利第7章 怎样找到你的顾客第1节 抓住可能的销售线索第2节 学会用电话销售第3节 销售基本功：制订潜在客户的名单第8章 寻找你的潜在顾客第1节 发现潜在顾客第2节 人人都是你的潜在顾客第3节 让顾客知道你销售什么第9章 做好销售的必备工具箱第1节 吉拉德的工具箱第2节 用好档案卡片和信件第3节 名片：非常有用的销售工具第4节 交谈是很好的工具第10章 定期与顾客沟通第1节 让顾客知道你重视他第2节 确保顾客读到你的信 第3节 让寄出的信有效第4节 让顾客记住你喜欢他第11章 发展你的生意介绍人第1节 善待生意介绍人第2节 信守承诺，让介绍人爱你第3节 每个人都是你的生意介绍人第4节 介绍人不要现金怎么办第5节 寻找最好的介绍人第6节 与介绍人保持联系第7节 失小利益，得大生意第12章 落实销售计划第1节 落实计划要行动第2节 要让更多的人来找你第3节 要巧干，而不是仅靠勤劳 第4节 每天记录当天的业务情况第5节 控制自己的情绪第13章 成功需要的三种基本态度第1节 诚实是最好的对策第2节 真诚赢得顾客的好感第3节 吃小亏占大便宜第14章 注意你在顾客眼中的形象第1节 工作时穿着不要太华美第2节 销售员应该是干净整洁的人第3节 让顾客心怀感激第15章 销售产品的气味第1节 新车的气味第2节 让顾客参与产品的演示第3节 体验的诱惑第16章 怎样获取销售信息第1节 一看二听三问第2节 知道顾客的名字很关键第3节 如何读懂顾客的心第4节 集中火力拼销售第5节 谨慎对待贷款购物第6节 为成交做好准备第17章 锁定成交第1节 把握成交时机第2节 促使顾客决心购买第3节 确保你的付出得到回报第4节 成交后的信任是关键第5节 让顾客先把产品拿走第6节 现场交付是个好办法第7节 最灵验的销售咒语第18章 售后的工作第1节 成交之后再成交第2节 卖出了次品怎么办第3节 延长好生意的链条第4节 总结你的销售方法第19章 超越自我第1节 雇人帮你做销售第2节 最大的竞争者是自己第3节 销售是一场伟大的演出第4节 生活中最令我兴奋的东西第20章 投资你的客户第1节 为销售而投资第2节 明智花钱，用心寻找第3节 与众不同，通常会更好第21章 走向成功的巅峰第1节 没有最后一章第2节 我的成功没有秘密第3节 最有价值的资产是顾客第4节 如果我能成功，你也能

## 章节摘录

版权页:如果你请人们形容一下典型的汽车销售员，他们十有八九会说销售员身穿雪白的衬衣和最新款的西服，脚上是百利(Bally)或鳄鱼皮鞋。
换句话说，销售员一身的行头价值1000美元。
他们就是这么想的：行头昂贵。
然后他们就开始想，“这家伙会从我身上赚很多的钱。
”多年来我赚了好多钱，事实如此。
我喜欢华美的衣服，但我工作时不穿最好的衣服，我尽量在出去的时候穿它们。
别误会，我工作时还是穿得整洁干净的，不会穿得很蹩脚。
我只不过不想给对方留下“我必须坑你才有钱支付这身行头”的感觉。
我认为销售员的穿着应与他的顾客尽量一样。
我是卖雪佛兰车的，不是卖梅赛德斯一奔驰(Mercedes—Benz)的。
每年有几百万人买雪佛兰车，但他们一般不是最富的人。
在我们这个地区，他们大部分是工薪阶层，他们是工厂的工人或公司的文员，为挣钱而辛苦工作，不算是最有钱的人。
所以如果他们到店里后发现销售员穿着昂贵的衣服，他们就会感到更加害怕。
我们说的顾客并不是穷人，因为穷人不会买新车，即使是最便宜的新车也不会买。
我的顾客来买车时平均要花15000美元，但他们中的大部分人主要依靠贷款买车。
他们的贷款风险适中，决不是挥金如土的人。
我希望他们认为我同他们一样，不是挥金如土的人。
我也这样看他们，因为我是他们中的一分子，而且我了解他们的经济状况。
当顾客第一次见到我时会感到轻松，因为我只穿便装。
我决不穿会使顾客反感和不安的衣服。
我不会像许多销售员一样涂无色指甲油，这样也会使顾客反感。
虽然工人们的指甲里可能有洗不掉的黑色，但他们希望销售员是个干净整洁的人。
你以为销售员都明白这个道理，但我见过一些汽车销售员似乎好久都不洗澡(不论他们涂不涂指甲油)。
一个工人下班后可能没时间去洗桑拿，但他有权利期望销售员是个干净整洁的人。
你可能认为我在这一点上太计较，但我告诉你，人们曾就其他销售员的个人卫生向我提过意见，因此这件事很重要，并不是我计较。
我的办公室整洁干净、有条不紊，当顾客进来时，不会令他反感。
而有些销售员在办公室挂诸如宗教图片这类会引起争议的东西。
如果你婶婶在罗马给你买了一张有神圣意义的教皇照片，那可真值得珍藏，但你挂在家里就好了。
许多人(甚至是天主教徒)可能认为教皇照片不适宜在办公室悬挂。
我办公室的墙上有销售获奖证书和奖牌，因此顾客能知道他们在与最棒的销售员打交道。
毕竟顾客会想：如果这家伙卖了这么多车，那他的车价一定很便宜。
至少我希望他们这么想，他们也确实这么想了。
在我的办公室里也看不到显示选装设备的彩图及小册子，因为它们会让顾客注意到某个设备，并开始想自己该要什么颜色或什么附件。
他来找我并不是想买一辆有电动窗的天蓝色的车，而只是想买一辆普通汽车。
在他决定买我的车之后，其他细节才可以考虑。
所以我不让他有机会翻小册子，因为这样一来他可能推说还要想想，并因此离开。
我也不想让他在买车之前就开始见一个设备就想买一个。
因为他有可能想买的设备太多，结果什么也买不起。
而且这样车价也会变得太高，以至于他问到的每个汽车销售员都能给他一个更低的价格，因为其他销售员提供报价的车毕竟不是配有波斯地毯及特制金属漆的顶级车。

## 媒体关注与评论

乔·吉拉德……特立独行。
——《新闻周刊》（Newsweek）乔·吉拉德——真正完美的销售员。
——《福布斯》（Forbes）乔·吉拉德抓住了无论通过何种努力都可以迈向顶峰的本质：梳理雄心勃勃的目标；讲成功形象化；努力工作；坚忍以及坚持你的原则。
——玫琳凯·阿什（Mary Kay Ash）玫琳凯化妆品公司（Mary Kay Cosmetics, Inc.)创始人兼名誉主席乔·吉拉德不仅是位销售大师，而且还是位培训大师。
他有一种神秘的力量，能让你触摸到他成功的秘密。
——凯蒙斯·威尔逊（Kemmons Wilson）假日酒店（Holidy Inns）创始人

## 编辑推荐

第一图书网, tushu007.com


## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com