

<<销售大师之乔·吉拉德推销思想精>>

图书基本信息

书名：<<销售大师之乔·吉拉德推销思想精读全集>>

13位ISBN编号：9787515800844

10位ISBN编号：7515800844

出版时间：2012-2-1

出版时间：中华工商联合出版社有限责任公司

作者：金跃军

页数：303

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>

<<销售大师之乔·吉拉德推销思想精>>

前言

有这样一个人，1929年出生在美国的贫民窟。

小时候，成天沿街卖报，在酒吧里替人擦鞋，做过洗碗工、送货员、电炉装配工和建筑承包商等，除了在街上所学之外，几乎没有机会接受专业的教育；35岁以前，他还是个彻底的失败者，患有非常严重的口吃，换过40个工作仍然一事无成。

在走投无路之际，他踏入了推销行业。

然而，没有人想象得到，这一个人，竟然能够在短短的3年内爬上“世界第一”的位置，并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。

我们来看一下这位销售大师曾经取得的殊荣：
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
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
全球五本畅销书的作者
全球逾千万人研读过他的著作
再让我们来看一下各界人士对乔·吉拉德的评价：“乔·吉拉德是一个与众不同的人。

”——《新闻周刊》杂志 “他总能让我们认识到什么是趋向成功的态度。

”——海洋渔业轮船公司 “乔·吉拉德能激发人们的精神，同时给人们带来灵感和希望。

”——雅马哈摩托车有限公司 “热情树立风格。

”——电力总公司 “乔是一个真正杰出的成功者。

”——约翰·蒂勒公司 “乔·吉拉德对汽车行业的重要性就如同泰·库伯对棒球一样。

”——福特汽车公司 乔·吉拉德是极少数奇特人物之一，通过他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；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，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。

《销售大师之乔·吉拉德推销思想精读全集》着重介绍这位销售大师销售的成功经验、方法及策略，并辅以大师本人推销的实例，旨在帮助所有推销员不断提升自己的销售能力。

内容概要

本书通过13个章节的精彩内容阐述，逐一向读者介绍推销大师乔·吉拉德本人在推销过程中的成功经验、方法以及策略，并辅以推销大师本人以及其他推销成功或者失败的案例，旨在帮助所有推销员能不断提升自我的销售能力。

在推销过程中要始终坚持客户至上的原则，将客户的利益放在第一位，坚持诚信，不断创新，从而在激烈的竞争中不断超越自我，走上销售的巅峰！

本书语言通俗、章节结构合理、层次分明、可读性强、实用性强，帮助推销员从“菜鸟”推销走向成功，是推销从业人员的案头必备书！

作者简介

畅销书作家

书籍目录

前言

第一章 名片满天飞——向每一个人推销自己

- 打造美好的第一印象
- 让自己具有可售性
- 100%地推销你自己
- 努力创造奇迹，敢于与众不同
- 喜欢上自己，化不满为称赞
- 消除对大人物的恐惧心理
- 让名片成为销售的“轻骑兵”
- 像发名片一样发礼品
- 与客户同步
- 记住别人的名字和面孔
- 上门进行推销

第二章 点燃你的激情——发自内心热爱自己的职业

- 启动体内的发动机
- 一次只做一件事
- 把简单的事情重复做
- 远离怠慢工作的小圈子
- 利用充电器充电
- 推销员要热爱自己的职业
- 点燃的你的激情
- 永保进取心
- 每一天都要耐心工作
- 让客户感激你

第三章 蓄势待发——机会只眷顾那些有准备的人

- 良好运用肢体语言
- 培养自身职业素养
- 随时储备自己的知识
- 用好习惯塑造自己
- 精通自己所销售的产品
- 对时间进行合理规划
- 设定目标，让自己成为专业人士
- 自信，你必不可少的气质
- 培养敏锐的观察力，练就非凡的亲合力
- 聪明而不是勤劳地去工作
- 有效的TDPPR公式

第四章 销售中，永远遵循250定律——不得罪任何一个客户

- 每个人的背后都站着250个人
- 怎样抓住那个“1”
- 不和“陌生人”做生意
- 未成交的顾客也很重要
- 把每一个人都当成最有价值的顾客
- 到鱼多的地方去打鱼——鉴别准客户
- “情绪谈判”不可忽视
- 抬起头来向每一个人微笑

第五章 掌握拜访的技巧——通向成功之门由此打开

- 寻找潜在客户
- 明确约见对象，尽可能全面了解客户
- 制定访问计划
- 检查随身工具箱
- 做一个懂礼仪的人
- 说好第一句话
- 客户的时间也很宝贵
- “悄然”接近客户
- 赞美你的客户

第六章 学会倾听——感受顾客的内心想法

- 倾听是一项精致的艺术，是销售的一大法宝
- 利用倾听发觉顾客的需求
- 应付各种“刁钻”的客户
- 适度沉默，适当恭维，适时强调
- 要掌握的12项倾听法则

第七章 保持诚信——良好的信誉更容易赢得顾客的认同

- 诚实能够赢得客户的信任
- 诚实是相对的
- 不要掩盖产品的缺点
- 塑造诚实的推销员形象
- 真心与顾客交朋友
- 兑现你的承诺
- 展示公司的良好信誉

第八章 突破异议——牢牢驾驭销售的主动权

- 销售，当从被拒绝时开始
- “考虑考虑”不等于拒绝
- 听懂顾客异议背后的潜台词
- 不要与客户争辩
- 让客户无法拒绝
- 化解顾客的价格异议
- 善于处理客户的各种借口
- 乔式处理拒绝14法则

第九章 心理博弈——激活客户的购买欲望

- 了解顾客所需，设定顾客期望值
- 积极营造客户的需求氛围
- 做顾客感兴趣的事情
- 帮助顾客找到潜在需要
- 一次演示胜过一千句话
- 引导顾客作出决定
- 用产品的味道吸引顾客
- 抓住顾客的“从众”心理
- 让顾客“二选一”
- 让顾客亲身参与

第十章 促成交易——快速成交背后的9个秘密

- 紧紧抓住有决定权的人
- 克服成交的心理障碍

<<销售大师之乔·吉拉德推销思想精>>

促成成交的其他办法
时刻提醒自己不要急于求成
学会识别成交信号
制造紧迫感促使顾客成交
把握报价的最佳时机
为成交做好心理准备
及时传递爱的信息

第十一章 坚持每月一卡——售后是新销售的开始

推销的开始是在成交之后
每月一卡，保持与客户的定期联系
物超所值的服务
服务比产品更重要
不要害怕顾客的抱怨
客户的投诉不是坏事
给顾客写封信
不要忘记那些琐碎的服务
义务为顾客服务一辈子

第十二章 实施猎犬计划——让客户帮助你寻找客户

让“猎犬行动”从身边开始
去认识更多的人
不断发展人脉资源
老客户是座金矿
要求客户为你引荐
一个很小但强有力的销售工具

第十三章 每天淘汰旧的自己——在超越中不断成长

比昨天多销售一点点
训练自己的超强竞争力
选择竞争对手做自己的目标
用心熟悉对手，并尊重自己的对手
每天进行自省
追随着梦想不断超越自己
比自己的榜样还努力

章节摘录

打造良好的第一印象 在顾客的眼中，推销员是什么形象呢？

大多数顾客会认为推销员是诡计多端、喋喋不休的。

造成顾客这种想法的原因，是顾客与推销员接触的时候，推销员没有给他们留下一个好的印象。

因此，我们一定不能给客户留下这种糟糕的形象。

乔·吉拉德说，当我们能够把本来处于劣势的形象改变，让它成为优势的时候，我们在竞争中就能处于更有利的位置了。

可见，推销员的形象是很重要的。

好的开始是成功的一半。

推销的关键是在第一时间，让客户对我们产生信任。

客户对我们的信任感，往往是通过最初的30秒建立的。

30秒我们能做些什么呢？

滔滔不绝的演说？

这样客户难免会觉得我们太急于求成了。

如果什么都不说，就不会给客户留下任何深刻的印象。

每一个成功的推销员都深知第一印象的重要性，如果不能给客户留下一个好的印象，那么就无法引起客户对推销员进一步了解的興趣。

正如乔·吉拉德所说，客户是先接受推销员，之后才开始接受产品的。

如果我们无法让客户接受我们，就无法让客户接受我们推销的产品。

第一印象如此重要，那么作为推销员，应该怎样打造我们在客户眼中的印象呢？

首先，穿着一定要得体。

当我们接待顾客时，首先映入顾客眼中的就是我们的着装。

据调查，初次见面给对方的印象90%来自于服装。

乔·吉拉德认为，推销员最得体的服装，应该以顾客为标准，即推销员根据即将要拜访的客户的身份，来确定自己的着装。

一些顶尖的推销员都十分注重着装，他们根据情况的不同，根据不同的时间、地点、场合来选择相应的服装。

如果要拜访的客户是家庭主妇或退休的老年人，那么着装就可以休闲一点，如果穿着太过高档或正式，就会使顾客有一种距离感；如果我们拜访的客户是大公司、大企业的员工或老板，我们就应该穿着正式一点，太寒酸地出现，生意是无法谈成的。

着装总体的原则是：既不能过分华丽，又要得体大方。

乔·吉拉德总结为以下几点。

1. 得体 上衣和裤子、领带、手帕、袜子等最好是配套的。

衣服的颜色不宜太过鲜艳夺目，应尽量保持大方稳重。

大多数情况下，推销员应穿西装，或者是轻便西装。

衣服上不要佩戴一些代表个人身份或宗教信仰的标志，除非我们能够确定拜访对象的宗教信仰。

可以佩戴能够代表公司形象的标志，或是与产品相似的配饰，这样能够加深客户对我们或产品的印象。

尽量不要佩戴太阳镜或是变色镜，因为人们往往都是通过观察对方的眼睛来决定对方是否可信。

不要穿太过潮流的衣服，也不要佩戴太多的饰品。

可以携带一个大方的公文包。

所带的笔最好是比较高级的钢笔或是签字笔，不要使用质量低廉的圆珠笔。

尽量不要脱去上装。

2. 讲究 对于男性推销员来说，领带是最能发挥作用的一部分。

人们往往喜欢通过领带来推测推销员的兴趣、爱好，从而判断其人品。

所以，推销员的领带既不能别出心裁，也不要过于平淡。

根据自己的年龄、性格以及工作特点等加以选择。

在公司里可以预备一双质地良好的皮鞋，专为拜访客户或是出差的时候使用。除了鞋子之外，还可以在公司预备一件衬衣，如果随身穿的衣服出现褶皱或是污点，可以随时换。女性推销员，则需要预备一双丝袜，因为丝袜是最容易破损的。

随身携带手帕、纸巾、梳子等在日常生活中常常用到的东西，不仅是为自己准备，客户也有用得到的时候。

3.大方 年轻业务员，一般而言应该穿着淡雅、朴素，能够给人以稳重踏实的感觉。如果自身性格比较内向，可以穿一些颜色鲜艳的衣服，来弥补性格方面的缺点。

中年业务员，则可以选择款式比较新颖的服装，但要避免穿着过于高级，这样会给客户造成产品价格非常昂贵的感觉。

除了服装之外，还需要注意自己的言谈举止。

语速太快、语言粗俗、吐字不清、说话有气无力、吹嘘、批评、死缠烂打等都不可取，应做到落落大方，谈吐优雅。

4.礼仪 推销之道，礼仪为先。

礼仪，是推销的敲门砖，每一个推销员都应具备，且要应用得当。

推销员如果不熟悉推销的礼仪，往往会造成交易的失败。

良好的礼仪是个人气质、修养、能力等内在素质的外在体现。

推销员应掌握一些必要的礼仪。

对客户的称呼，人们现在喜欢被称为“先生”、“女士”。

在商务会谈中，要简单地做自我介绍，如果是被别人介绍，应与对方点头示意或是与对方握手；接到别人的名片时，要用双手去接，这样表示对对方的尊重。

在商务活动中，如果有正规的宴会，在不能赴宴的情况下，要提前告知对方，并表示歉意；赴宴的话，应该准时或提前1~2分钟入席，在餐桌上不能狼吞虎咽、边说边吃，更不能醉酒。

虽然我们都知道第一印象没有绝对性，但是人们往往会通过第一印象来对他人作出判断。所以，推销员应该将自己最好的形象展现在顾客面前，从而增加推销成功的筹码。

编辑推荐

有这样一个个人，1929年出生在美国的贫民窟。

小时候，成天沿街卖报，在酒吧里替人擦鞋，做过洗碗工、送货员、电炉装配工和建筑承包商等，除了在街上所学之外，几乎没有机会接受专业的教育；35岁以前，他还是个彻底的失败者，患有非常严重的口吃，换过40个工作仍然一事无成。

在走投无路之际，他踏入了推销行业。

然而，没有人想象得到，这一个人，竟然能够在短短的3年内爬上“世界第一”的位置，并被吉尼斯世界纪录称为“世界上最伟大的推销员”。

金跃军编著的这本《销售大师之乔·吉拉德推销思想精读全集》重介绍了这位销售大师销售的成功经验、方法及策略，并辅以大师本人推销的实例，旨在帮助所有推销员不断提升自己的销售能力。

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>