

<<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：9787801709653

10位ISBN编号：7801709659

出版时间：2011-5

出版时间：当代中国出版社

作者：(美) 乔·吉拉德 斯坦利·H.布朗 著

页数：189

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>

<<把任何东西卖给任何人>>

内容概要

一生极富传奇色彩的乔·吉拉德，在《把任何东西卖给任何人》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。

乔·吉拉德《把任何东西卖给任何人》的成功法则包括：吉拉德250法则：不得罪任何一个顾客；名片满天飞：向每一个人销售；建立顾客档案：更多地了解顾客；每月一卡：真正的销售始于售后；猎犬计划：让顾客帮助你寻找顾客；诚实：销售的最佳策略；销售产品的味道：用产品吸引顾客；间谍与情报：努力搜索有关顾客的信息。

<<把任何东西卖给任何人>>

作者简介

作者：（美国）乔·吉拉德（Joe Girard）（美国）斯坦利·H.布朗（Stanley H.Brown）译者：贾子达
杜嫦娟

<<把任何东西卖给任何人>>

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 如果我成功,你也能

<<把任何东西卖给任何人>>

章节摘录

版权页：第1节 我和你一样,都是销售员你拿到这本书,因为你相信它会帮助你从工作中得到更多,让你赚到更多的钱,获得更高的个人满意度。

本书可能不是你读过的第一本关于销售的书,很有可能你已经看到并阅读过许多类似的书。

那些书或许已经将所谓的销售“秘诀”和“灵感”教给了你,而且你也可能很清楚如何给自己鼓劲,激励自己。

比如,每天早上一边照镜子一边重复一些话给自己打气。

关于如何提高自己,到目前为止你可能听说过“变异发音”(PMLA)和“图解学习”(HPD)的神秘魔力,以及其他可以塑造表达和态度的具有神奇力量的方法。

你也很明白自己应该怎样想,不应该怎样想:何为积极的心态,何为消极的心态。

但是,现在你可能有一点糊涂了,因为各种书给你的忠告是相互矛盾的。

我不想妄加评论,因为那些出版商、专家以及本着良好意愿的人对这些书付出了很大的心血。

毕竟,他们跟我们每个人一样,都是为了生计。

但如果实话实说,情况就不容乐观了。

读者其实想知道的是如何销售实际的产品和服务。

而那些书的作者除了销售他们的书以外,大部分都从来没有销售产品的经验。

他们可能是专业的作者或销售培训专家,有的可能只做过几周或几个月的销售工作,然后就改行了。

他们之中可能有一位每两年只卖一幢几百万美元的豪宅就能过得不错,但这与你想改进销售技巧并没有什么关系。

问题的关键是这些作者根本不像我们一样,是每天靠销售赚钱生活的销售员。

他们有很多其他选择,不一定只搞销售。

当你阅读他们的书时,书中的道理听上去还不错,可能也会给你一点帮助,甚至可能会让你挣回买他们书的钱。

但当你好好琢磨那些书时,你很快会认识到,他们这些作者(甚至是其中的佼佼者)并不是真正的销售员。

而我确实和你一样,是一名普通的销售员。

我一直在销售新的轿车和卡车,是零售而不是批发,一次卖一辆,与顾客面对面地讨价还价然后成交。

我的顾客与你每天面对的顾客是一样的,你可能是卖汽车、西服、住宅、家电、家具之类的商品,但都是每天卖,卖得多才能有收入。

当你读到专家写的那些书时,你可能会和我有一样的感觉:似乎缺少了一些东西。

你的直觉告诉你,缺的正是第一手的销售经验,即与我们的问题、同事以及实际密切相关的经验。

那些写书的人似乎高高在上,并不像我们那样每天为了明天的面包而去艰苦奋斗。

这就是我的书与众不同的地方,这就是为什么我的书对你有用,而其他书则对你不适用。

我每天都要像你一样拼命销售,我的工作与你的一样,我的感触与你的一样,我的愿望也与你的一样,而且我成功了。

已经有不少人被称为“世界最伟大的销售员”,但他们与我们不一样,他们不是普通销售员。

在我们这类普通销售员中,我是世界上最伟大的一位。

我并非像其他人那样,靠自称的业绩空口无凭说大话,我所有的销售业绩都是由世界四大会计师事务所审计的。

如果你想核实一下,你可以去查看世界上最权威的书《吉尼斯世界纪录大全》(Guinness Book of Records)中“世界最伟大的销售员”,你会发现那就是我——乔·吉拉德。

你还可以从《新闻周刊》(Newsweek)、《福布斯》(Forbes)、《阁楼》(Penthouse)、《妇女之日》(Woman's Day)等媒体上看到我的相关报道。

此外,近几年你可能在全国电视节目上看到过我,节目中对我的介绍就是“世界最伟大的销售员”。

这些媒体可不会编瞎话,他们不可能信口开河。

如果你还想查下去,你可以查看1977年版的《吉尼斯世界纪录大全》,在第345页可以找到我。

<<把任何东西卖给任何人>>

如果你没有1977年版的书,还可以查看其他版本当中的商业部分,曾连续4年刊登我的相关报道。

从1963年入行销售汽车以来,我的业绩如何呢?

我在第一年年仅卖出了267辆汽车,仅此而已!

但即使是这样的业绩,也已经让我衣食无忧了。

在那个第一年中,我的业绩可能是我所在的经销商店里所有销售员中最好的了。

在我入行的第四年,也就是在1966年,我共卖出了614辆轿车和卡车,而且全部是零售。

就是在这一年,凭借这样的销售业绩,我成为“世界轿车和卡车零售冠军”。

而且从那以后我一直保持着这个位置。

尽管美国发生了经济衰退、失业及漫长的罢工,我每年的业绩都比上年增加10%以上,有的年份甚至比上年增加20%。

事实是,国家经济状况越差,我工作就越拼命,业绩也就越好。

当底特律地区汽车销售商将工作时间从每周6天缩减为每周5天时,我的业绩仍然名列前茅。

1976年是我业绩最好的一年。

我的佣金收入超过30万美元。

除了那些卖飞机或导弹的家伙,年收入比我高的人不多。

他们可以连续3年给某国内阁部长送钱,从而将自己的产品销售出去。

这些人的业绩可能会超过我,但他们所做的销售与我们现在谈的销售不是一回事。

我们现在谈的销售是一种需要技能、工具、经验和实践的职业。

<<把任何东西卖给任何人>>

媒体关注与评论

推销的要点是,你不是在推销商品,而导在推销你自己。

——“世界最伟大的推销员”乔·吉拉德乔·吉拉德.....特立独行。

——《新闻周刊》乔·吉拉德——真正完美的销售员。

——《福布斯》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:树立雄心勃勃的目标;将成功形象化;努力工作;坚忍以及坚持你的原则。

——玫琳凯·阿什 玫琳凯化妆公司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 假日酒店创始人

<<把任何东西卖给任何人>>

编辑推荐

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>