# 我是如何成为世界第一的

# （Indent 0,0 Spacing 0,0）

**在乔• 吉拉德15 年的汽车销售生涯中，他以零售的方式销售了13001 辆汽车，其中6 年平均售出汽车1300 辆，他所创造的汽车销售最高纪录至今无人打破。如今的乔• 吉拉德早已离开了汽车推销的工作，他游走在世界各地，将自己成功的销售经验带给酥油的营销人员。那么他的：**

　　文 / 李梓峰

　　乔• 吉拉德

　　1928 年11 月1 日出生于美国底特律市的一个贫民家庭。9 岁时，乔• 吉拉德开始给人擦鞋、送报，赚钱补贴家用。乔• 吉拉德16 岁就离开了学校，成为了一名锅炉工。35 岁那年，已经成为建筑师的乔• 吉拉德破产了，负债高达6 万美元。为了养活自己和家人，他当了一名汽车推销员。3 年之后，乔• 吉拉德以年销售1425 辆汽车的成绩，打破了汽车销售的吉尼斯世界纪录，他也因此被称为“世界上最伟大的推销员”。

　　Q: 你好，乔• 吉拉德先生。您经常说，童年的经历为您后来的成功奠定了基础。那么，能够和我们分享一下当时的情形吗？

　　A: 我出生在美国的一个贫民窟，比你们想象中的还要贫困，我很小的时候就要上街去擦皮鞋补贴家用，最后我连高中都没有念完就辍学了。我的父亲总是说我根本不可以成才。父亲的打击曾经让我一度失去自信，有一段时间，我连说话都会变得结结巴巴。相反，我的母亲却常常激励我，她告诉我：”乔，你应该去证明给你爸爸看，你应该向所有人证明，你能够成为一个了不起的人。你要相信这一点：**人都是一样的，机会在每个人面前。你不能消沉、不能气馁**。”母亲的鼓励坚定了我的信心，燃起了我内心中想要获得成功的欲望，我告诉自己，我一定要成功！

　　Q: 您的母亲在您成功的道路上起到了非常重要的作用，因为她从小让你相信自己可以成为一个成功的人。我很想知道，您为什么选择从事汽车销售呢？您还记得自己卖出第一辆汽车的情形吗？

　　A:1963 年1 月之前，我还是一个建筑师，给人设计房子已经13 年了。由于生意上的失败，我赔得一无所有，我失去了所有东西。房子抵债了，汽车还债了。我和太太，还有两个孩子被债主从家中赶了出去。银行拿走我的车，我太太的车。我当时发现，世界上最大的恐惧就是破产。对于大多数人来说，遭遇重大损失过后，他们没有重整旗鼓，仍然沉浸在失败的悲痛中，

　　他们开始自暴自弃。

　　记住，**当你为自己的失败感到悲哀的时候，你不如立即行动起来**。

　　当时我妻子问我：”乔，我们没钱了，没有吃的了，我们该怎么办？”听了她的话，我的心里很难受，我对自己说：”难道你连自己家人的温饱都难以保证”。第二天，我想出去找份工作，这样就可以给家里买点食物了。那天非常冷，雪很厚。我忘记自己是如何走进那家汽车经销店里的。我对经理说，给我一份工作。经理说：”我不能雇你。现在是冬天，本来就没有生意。如果我雇了你，其他推销员肯定会生气的。再说，你卖过车吗？”我回答道：”没有。”经理说：”太可笑了，我们怎么会雇一个连车都没有卖过的家伙当推销员呢。”当时，我告诉经理，只要给我一部电话、一张桌子，我不会让任何一个跨进门来的客人空手走出这个大门。相信我，我会在两个月内成为这里最出色的推销员。听完我的话，经理大笑道:”怎么可能，你疯了吧?”我回答说:”不，我没有疯，我很饿，我家人很饿，我们需要钱。”

　　就这样， 经理给了我电话和桌子。我就整天打电话寻找客户，每天八九个小时都在电话前。当店门打开，客户走进来的时候，你知道这像什么吗？就像一大袋食物径直朝我走来。通常情况下，我和客户聊上大约一个小时，就能卖给他一辆车。客户们都说: “乔，我买过很多东西，但从没有见过一个人能像你这样恳求我买。”我不会因为赔了很多钱就感到悲哀，就此放弃。我会重新开始攀爬自己的事业高峰。当我卖出第一辆车的时候，我已经35 岁。而3 年后，我却成为了”世界头号汽车推销员”。成功就是源于勤奋，我勤奋，所以我成功了。

　　Q: 我知道，在你的汽车销售生涯中，最好的成绩是一天卖出18 辆车，这是一个常人不可想像的销售成绩，您是怎么做到的？

　　A: **首先，你一定要给客户关爱**。在卖给客户一辆汽车之后，我要做三件事：第一件是服务，第二件是服务，第三件还是服务！

　　有一位每月销售4 辆汽车的销售员问我，你平均一天卖6 辆车，怎么会有时间为客户服务？告诉你，每个月的第3 个星期四，我就会邀请客户服务部负责修车的36 位同事到一家很有情调的意大利餐厅共进晚餐。对这些同事，我给予关爱；同样，他们也表现出对我的关爱。当我的客户来的时候，我会到客户服务部请4 位修理工，他们二话不说打开工具箱，马上开始检修客户的车。

　　面对这样的关爱，这样的服务，你还会去找谁买车？当然去找乔• 吉拉德了，因为**我会向你承诺：你买了车之后，我不会对这辆车从此置之不理，而是会继续给你更好的服务。**

　　所以，人们口碑相传，要买车就去找乔• 吉拉德，于是来自美国各地的人们蜂拥而至，找我买车。

　　Q: 因为良好的口碑相传，所以很多人是主动来向您买车，而不需要您开辟许多新的客户，是吗？

　　A: 是的，这就是**口碑营销**。很多人来约我，有时候他们买车甚至需要等上七到十天。之所以能出现这样的情况，除了服务，还有一点，就是我从来不占别人便宜，我只赚一点点利润。当你去过别的车行看同样的车型，比较一下价格，你会发现我这里的车比那里便宜1000 美金。那么，下次你会去哪儿买呢？凭借服务和价格，通过口碑相传，我缔造了自己的销售王国，使得人们需要排着长队等候买车。

　　Q: 对于一个推销员来说，如何让客户去接受您的产品呢？

　　A: **一个出色的销售人员应该学会观察客户、了解客户，明白他脑袋里想要的东西。**当客户走进来的时候，你观察他的眼睛、嘴唇；和他握手时，你要感觉自己的身体在和他对话。有一次，一个人来我的办公室，我注视他的眼睛，他的嘴唇。他的眼神很紧张，嘴唇紧闭，充满着紧张与恐惧，害怕得直打哆嗦。我看着他的眼睛和嘴唇问他：“先生，我能为您做些什么？当我问话的时候，他的嘴唇开始张开，眼角的恐惧也渐渐消失。”

**另外，你要学会倾听，**当客户说话的时候，你要全神贯注地倾听。看着对方的脸，听他的声音，了解他话语里所包含的意思。你越善于倾听，说话的人越信任你。但是太多的人往往只顾着用说。

　　请记住，嘴巴只善于做一件事情，那就是吃饭。出色的销售人员应该学会闭嘴。闭嘴，让别人说，别人就会开始喜欢你。

　　Q: 您对名片在销售中所起到的作用特别强调，您是如何利用名片开展销售的呢？

　　A: 许多年前，当我看到别人在漫天发名片时，我发现这是一个非常不错的主意。通过名片，我能够与更多人认识。我只要跟人一见面，首先就是递上自己的名片。递名片时，我也在想，他拿到了你的名片，或者留下，或者扔掉，谁知道。或许他需要，或许他知道我是个推销员，买车就会找我。在我看来，递名片的行为就像是农民在播种，播完种后，农民就会收获他所付出的劳动。

　　我过去常常提着1 万多张名片去看棒球赛或足球赛。当进球的时候，或者比赛进入到高潮的时候，我就会站起来，大把大把将名片撒向空中，让我的名片在空中漫天飞舞，更多人会拿到我的名片，为我销售出更多的汽车创造了更多的机会。

　　当我去餐厅吃饭的时候，我在付账时通常是多付一些小费给服务生，然后给他一盒我的名片，让他送给其他用餐的顾客。每当我寄送电话或网费账单的时候，我也夹两张名片，人们打开信封就会了解到我的产品和服务。我在不断地推销自己，我没有将自己藏起来。给我一张你的名片，同时我也给你一张我的名片。我要告诉我认识的每个人，我是谁，我在做什么，我在卖什么，我要让所有想买车的人都知道应该和我联系。**我坚信推销无时无刻不在进行**，但是很多销售人员往往意识不到这一点。

　　Q: 人们也会收到很多其他汽车销售员的名片，怎么让他们对您的名片感兴趣呢？

　　A: 当然，除了发名片之外。我还有一个方法，我每月都会给所有的客户寄卡片。平均一月我要寄出16000 至17000 张卡片。我并不像其他汽车经销商那样在卡片上写一大堆“大降价”、“跳楼降价”、“疯狂甩卖”、“独家降价”之类的话，我不会这样做。

　　一月份，我会在卡片写上“新年快乐”，签上我的名字--乔• 吉拉德，然后寄出去。

　　二月份，我会写上“情人节快乐”、“万圣节快乐”。

　　一年12 个月里面，人们每月都会收到卡片，他们绝不会忘记我的名字。

　　我相信推销活动真正的开始在成交之后，而不是之前。在我看来，**推销是一个连续的过程，成交既是本次推销活动的结束，也是下次推销活动的开始**。推销员在成交之后应该继续关心顾客，才会既赢得老顾客，又吸引新顾客，你的生意才越做越大，客户才能越来越多。

　　Q: 您被许多从事销售、市场工作的人树立为自己的榜样，特别是您所保持的汽车销售的吉尼斯世界纪录，至今为人称道。对于销售人员，您有什么建议？

　　A: 我非常自豪，我被记载到《吉尼斯世界纪录》，是因为我销售了13001 辆汽车，而不是我吃了10000个香蕉。

**对于营销人员，我认为应该坚持在现在所从事行业进行发展**，像一匹赛马那样。你知道当赛马在比赛的时候，骑手在它们的眼睛边上放什么吗？他们在赛马的前面放一个眼镜，这个眼镜的目的不是为了遮去太阳，而是不让赛马看到周围的景物，**只要它看到正前方的目标，直直地冲向终点。集中精力，注意目标，永远不要分散精力，永远不要。**

　　一定要集中精力从事自己的本行业，也许你在从事安利产品的销售，同时兼职卖一些玫林凯产品，这样你没有办法把精力集中在你的本行业上。

　　记住，**你应该学会成为一匹专心的赛马！**

　 ■后记：

　　坎坷的人生经历、传奇的销售生涯、富有煽动性的演讲，使得乔• 吉拉德成为了营销界里富有传奇色彩的人物。他有着超人的精力和一颗强烈的事业心，他能够用自己的热情和行动去感染身边的人。在他眼里，这种富有感染性的特质就是“火花”，而乔• 吉拉德深信“火花能产生熊熊烈火”，他将改变人们的营销理念。