

ОГЛАВЛЕНИЕ

Слово к читателю	3
Глава первая. Продайте себя самому себе	7
Глава вторая. Продайте себя окружающим	23
Глава третья. Воспитание смелости и уверенности в себе	41
Глава четвертая. Воспитание позитивного отношения к жизни	57
Глава пятая. Упражняйтесь в энтузиазме	75
Глава шестая. Учитесь слушать	91
Глава седьмая. Говорите на языке собеседника	105
Глава восьмая. Развивайте память	125
Глава девятая. Говорите правду	145
Глава десятая. Сила обещания	165
Глава одиннадцатая. Магия улыбки	181
Глава двенадцатая. Правило «второй мили»	201
Глава тринадцатая. Как быть, если вы — женщина?	213
Глава четырнадцатая. Как быть, если вы молоды?	233
Глава пятнадцатая. Как быть, если вы зрелого возраста?	257
Глава шестнадцатая. Продавайте себя вместе со своей национальностью	279

Глава семнадцатая. Продавайте себя вместе со своим товаром.....	309
Глава восемнадцатая. Продавайте себя вместе со своими услугами.....	331
Глава девятнадцатая. Продавайте себя, не продаваясь	353
Глава двадцатая. Цепная реакция. Секрет Джирарда	369
Глава двадцать первая. Награда за настойчивость	383
Об авторе	395

ГЛАВА ПЕРВАЯ



Продайте себя самому себе

*М*еня зовут Джо Джирард.

Я вырос в автомобильной столице США Детройте, штат Мичиган, в городе, который поставил весь мир на колеса.

Совершенно естественно, что я, как и многие жители этого динамичного города, стал частью автомобильного бизнеса. Я не делал машины, а продавал их, и должен заметить, что стал *лучшим продавцом автомобилей в мире*.

Если вы думаете, что я сам присвоил себе это звание, то позвольте верить: оно присвоено мне Книгой рекордов Гиннеса. Я все еще сохраняю этот титул и по-прежнему занимаю одну из страниц этой книги. Там сказано, что еще никто не смог бросить мне вызов и побить мой рекорд — 1425 новых машин, проданных всего за один год. Это были не оптовые продажи. Каждый из этих автомобилей был продан в розницу, и я стоял один на один с покупателем.

В Книге рекордов Гиннеса не упомянуто о том, что в действительности я продавал вовсе не автомобили, а самый главный товар в мире — *самого себя*,

Джо Джирарда. Я продавал, продаю и буду продавать Джо Джирарда, и никто не сможет продать меня лучше, чем я сам.

Хотя нет, не буду вводить вас в заблуждение. Самый главный продукт в мире — это вы, и никто не сможет продать вас лучше, чем вы сами, если только знать как. Вот об этом и написана данная книга: *как продать себя*. Внимательно прочтите ее, вникните в смысл, отложите в своей памяти.

В конце каждой главы я расскажу вам, что надо сделать прямо сейчас, во время чтения этой книги, что надо делать каждый день, чтобы стать *лучшим в мире продавцом самого себя*. Следуйте этим советам, и вы победите. Я гарантирую!

«Продать себя?» — спросите вы. Именно так, потому что все мы продавцы, с того самого момента, когда начинаем разумно мыслить, и до конца наших дней. Мне довелось услышать, как отец Клемент Керн из церкви Святой Троицы, один из самых любимых католических священников нашего города, сказал по этому поводу: «Даже после нашей смерти мы, вероятно, можем стать лучше, продав себя святому Петру».

Мы все продавцы

Ребенок, пытающийся уговорить свою мать разрешить ему еще часок посидеть у телевизора, торгуется.

Девушка, намекающая своему парню, что она бы охотнее посмотрела романтический фильм, чем хоккейный матч, торгуется. А если он пытается отговорить ее от этой затеи и затащить на хоккей, он тоже торгуется.

Подросток, выпрашивающий у отца машину на субботний вечер, торгуется.

И парень, который, прощаясь с девушкой у дверей ее квартиры, вдруг увеличивает интенсивность поцелуев, тоже торгуется.

Каждый, кто хоть однажды просил своего начальника о повышении жалования, занимался торговлей.

Мать, которая рассказывает своему ребенку, как полезно есть капусту, торгуется.

Кем бы вы ни были, где бы вы ни были, что бы ни делали, вы занимаетесь торговлей. Возможно, вы не осознаете, но это правда.

Кто же сможет наиболее квалифицированно показать вам, как продать самого себя, если не человек, сделавший себе карьеру как лучший продавец в мире?

Однако все по порядку.

Надо продать себя самому себе

Прежде чем вы сможете успешно продать себя другим — то есть продать свои мысли, желания, надежды, амбиции, умения, опыт, продукцию и услуги, — вам необходимо полностью, на 100 процентов продать себя самому себе.

Вы должны поверить в себя, доверять себе и быть уверенными в себе. Короче говоря, вы должны полностью осознавать свою цену.

Уверенность в себе внушила мне моя мать Грейс Джирард. Она помогла воспитать в себе самоуважение. Ей противостояла мощная оппозиция в лице моего отца.

Сегодня, когда мне уже перевалило за пятьдесят и я расстался с профессией продавца автомобилей, я все еще живо вспоминаю свои конфликты с отцом. Все, что я делал, было, по его мнению, неправильно. По причинам, которые я так никогда и не смог понять, он большую часть своей жизни утверждал, что из меня ничего

ГЛАВА ВТОРАЯ



Продайте себя окружающим

Если нет покупателя, то продать не удастся ничего, даже самого себя. Итак, на мгновение поставьте себя на место покупателя и задайте себе вопрос: захочет ли кто-нибудь купить вас?

Поскольку вы все время продаете себя тем или иным способом, то должны чем-то выделяться среди остальных. Нельзя быть неким безликим артикулом «Икс». Такой товар не продается. Чтобы успешно продать себя окружающим, надо обзавестись упаковкой, привлекательной для большинства людей. Вы хотите убедить окружающих поступать так, как выгодно вам, или видеть вещи такими, какими их видите вы. Вы хотите, чтобы они изменили свою точку зрения. Хотите нравиться им.

В первой главе я уже упоминал некоторые примеры продажи самого себя. Вот еще несколько. Вы торгуетесь, договариваясь о свидании в субботу вечером. Продаете себя, когда просите начальника о повышении жалования, продвижении по службе, переводе на другую работу или отгуле. Торгуется каждый ребенок, пытающийся увильнуть от домашних заданий. Торгуется игрок, убеж-

дающий тренера не держать его на скамейке запасных, а выпустить на поле. Дантисты, адвокаты, учителя — все они постоянно продают себя. Это же относится и к полицейским.

Несколько лет назад американские полицейские начали терять авторитет в глазах молодежи. За ними прочно закрепилась кличка «свинья». Это было уже обидно. Как вы думаете, почему так произошло? Одна из причин заключалась в том, что полицейские перестали продавать себя как друзей молодежи. Они вдруг стали врагами джинсов, длинных волос и расшитой бисером одежды. Заслуженно или незаслуженно они начали ассоциировать одежду и образ жизни с марихуаной и другими наркотиками. Зачастую они оказывались скорее врагами, чем защитниками права на инакомыслие. Наказание за хранение сигареты с марихуаной часто бывало строже, чем за воровство. Нация была охвачена протестом подростков.

Понадобилось немало усилий, понимания и встречных шагов со стороны сотрудников полиции, чтобы восстановить свой имидж друга и защитника. Вот всего один из множества примеров, как это было сделано в моем городе Детройте, где была создана Полицейская атлетическая лига для детей. Неслучайна и аббревиатура этой организации — PAL*. Кто же будет спорить, что «приятель» — это более привлекательная упаковка, чем «свинья»?

Думайте не только о содержании, но и об упаковке, в которой вы предстаете перед окружающими.

Важность упаковки

Производители, рекламные агентства, маркетологи и продавцы тратят миллионы долларов, чтобы определить, как упаковать продукт, чтобы он стал более прода-

* Pal (англ.) — друг, приятель. — *Прим. перев.*

ваемым. Размеры, форма, цвет и дизайн обдумываются неделями и месяцами, а может быть и дольше. Упаковка, представляющая пищу, рубашки, косметику, алкогольные напитки, туристические поездки, создается исходя из двух принципов: быть приятной для глаза и побудить к покупке.

Лишь немногие из людей хватают то, что подвернется под руку, а если они и делают так, то впоследствии, как правило, испытывают разочарование.

В идеале форма и содержание должны соответствовать друг другу.

Ваше содержание — это ваш внутренний мир. Оно проявляется в сиянии глаз, в улыбке, в словах, которыми вы выражаете свои мысли и чувства, в готовности выслушать других.

Ваша упаковка — это ваш внешний вид: опрятность, ухоженность, комплекция, вес, осанка, обувь, одежда и то, как вы ее носите.

В этой книге упор делается главным образом на внутреннее содержание и на то, как его раскрыть, чтобы выгоднее преподнести себя.

Но сейчас давайте поговорим об упаковке. Ведь, в конце концов, это то, что люди видят в первую очередь. Именно здесь начинается продажа самого себя. Она может закончиться успехом или провалом — в зависимости от упаковки.

Как часто вы получали посылку, поврежденную во время транспортировки? Бумага порвана, запачкана, бечевка развязалась. Получая такую посылку, вы, очевидно, сразу же начинаете беспокоиться о состоянии содержимого.

То же самое и с людьми. Наш внешний вид реально отражает те качества, которые мы пытаемся продать другим. Если наша упаковка заставляет окружающих

ГЛАВА ТРЕТЬЯ



Воспитание смелости и уверенности в себе

*Н*е бывает так, чтобы человек ни во что не верил. Каждый верит хотя бы во что-нибудь.

Ваша вера никогда не подведет вас. Подвести может только тот предмет, в который вы верите.

Чтобы продать себя, требуется абсолютная вера в себя, а кроме того, уверенность в том, что продажа пройдет успешно. Уверенность, в свою очередь, порождает смелость. Если мы сами не уверены в себе, то как же можно ожидать, что кто-то поверит в нас?

Я считаю воспитание уверенности в себе важнейшим фактором, потому что очень часто жизнь наносит тяжелые удары и нам вновь и вновь приходится восстанавливать свою веру в себя — как ребенку, собирающему разрушенный дом из кубиков.

Со мной такое происходило не раз. Мне было бы неудобно говорить об этом, если бы я не извлекал из опыта уроки и если бы от этого не возростали моя уверенность в себе и смелость.

Позвольте рассказать вам о том времени, когда вера в себя почти покинула меня. В начале 1976 года мне по-

звонил Норман Винсент Пил. Это один из величайших ораторов по проблемам веры. Он помог тысячам людей пройти свой путь от отчаяния через страх к победе. И он мой друг. Я уже упоминал и буду говорить о нем в дальнейшем не только потому, что восхищаюсь им как личностью, но и потому, что он преподал мне один из самых главных уроков в жизни. Однажды он назвал меня величайшим позитивным мыслителем в мире. Если это так, то только благодаря ему.

Телефонный разговор происходил следующим образом:

— Джо, я хочу, чтобы вы и ваша жена посетили мою церковь в Нью-Йорке. Пожалуйста, приезжайте оба.

Я знал доктора Пила достаточно хорошо, чтобы заподозрить, что речь идет не о простом визите и у него есть какая-то другая причина для приглашения. Я молчал.

— Джо, я хочу, чтобы вы приехали в Нью-Йорк и помолились вместе со мной.

Помолитесь вместе с ним! Можете представить себе, какое впечатление произвели на меня его слова. Кто я такой, чтобы молиться вместе с Норманом Винсентом Пилом, лучшим проповедником Соединенных Штатов? Разве я могу что-нибудь предложить ему, человеку, который посвятил всю свою жизнь оказанию помощи бесчисленному количеству людей?

Моя уверенность в себе начала таять, как снег под жарким солнцем. И вот 4 апреля 1976 года я оказался на первом ряду церкви, внимая каждому его слову.

Два самых сильных слова на земле

— Я хочу рассказать вам про два самых сильных слова на земле, — сказал доктор Пил. — Первое из них состоит всего из четырех букв, но может сдвинуть горы.