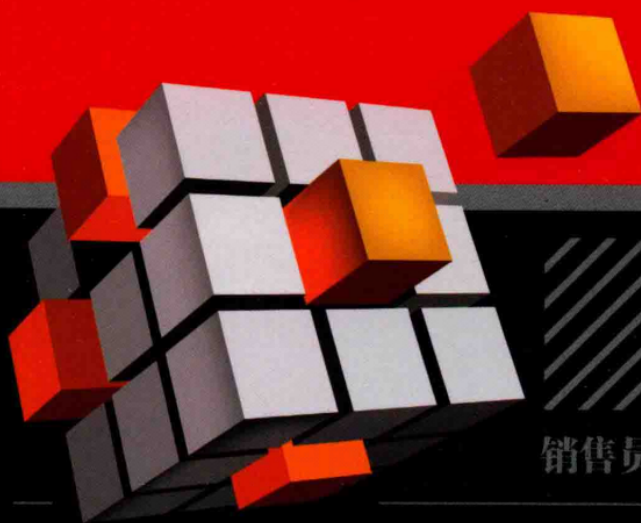


顶级销售员 口才情景训练

— 郑 斌 编著 —



销售员拿来就用的口才提升工具书

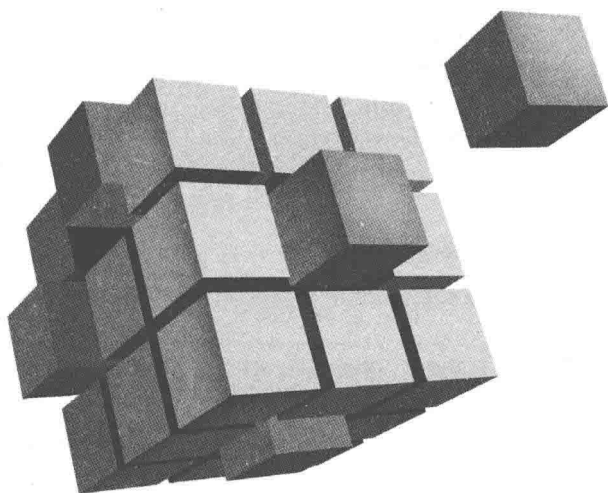
以口才促成交的销售实战宝典
买卖不成话不到 话语一到卖三俏



中国纺织出版社

顶级销售员 口才情景训练

— 郑 斌 编著 —



内 容 提 要

当今社会,一个优秀的销售员所能够创造的价值可以说是巨大的,而口才则是决定销售成败的关键因素。本书综合借鉴成功学和心理学等方面知识,从如何开场、提问、处理客户异议、讨价还价、说服购买、促成成交等几个方面介绍顶级销售员需要的实战口才技巧,并且恰当地加入“情景训练”内容,让读者能够得到全方位的指导,是销售人员提升口才能力所不可或缺的实用指南。

图书在版编目(CIP)数据

顶级销售员口才情景训练 / 郑斌编著. —北京:
中国纺织出版社, 2016. 5
ISBN 978-7-5180-2334-9

I. ①顶… II. ①郑… III. ①销售—口才学 IV.
①F713. 3②H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 026147 号

策划编辑:郝珊珊 特约编辑:相梦莹 责任印制:储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 邮政编码:100124

销售电话:010—67004422 传真:010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

北京通天印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2016 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:14.5

字数:172 千字 定价:35 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

序言

Preface



我们都知道,人与人之间沟通最主要的媒介就是语言,说话对于任何人来说都是至关重要的一件事。口才训练大师戴尔·卡耐基说过:“一个人成功,约有15%取决于专业知识,85%取决于沟通能力——发表自己意见的能力和激发他人热忱的能力。”的确,一个人如果连话都说不好,还能想着去成功吗?

而对于销售来讲,说话也是一件最有力量的武器,要知道,世界上90%的生意都是谈出来的,没有好口才,好的机遇怎会垂青于你?并且,销售人员是靠嘴吃饭的,所以,一名出色的销售人员一定有出色的口才。只有有了出色的口才,才能够让客户感受到你的魅力,才乐意购买你的产品,同时也给客户带来愉悦的享受。

“买卖不成话不到,话语一到卖三俏。”可以毫不夸张地说,销售的成功在很大程度上可以归结为销售人员对口才的合理运用与发挥。

那么,销售员怎样才能会说话、练就一副好口才呢?

任何一个口才好的人并不是天赋异禀,而是通过后天的学习、训练出来的,好口才是一分天才、九分努力的结果。因此,销售口才有其独特的训练方法。

当然,一个出色的销售员,在销售过程中,一般会从开场白的设计、产品介绍、消除异议、谈价还价到最终成交这几个方面来努力,要让客户在开始阶段就对你和你的产品产生兴趣,然后产生购买意向;只有让客户了解产品的价值与优势,客户才不会觉得贵;掌握客户的心理动向,才能找出客户产生异议的原因;在谈判桌上巧用语言的作用,才能为自己和所在集体争取最大的利益。

所以,销售员需要充分了解自己的产品信息,把握客户的心理,然后通过适当的技巧,不断地在实践中锻炼,以提高自己的语言能力。

当然,要想成为一流的销售人员,除了自己的刻苦努力外,最好还有名师指点,正因此,我们编写了这本专门针对销售员的口才训练的书——《顶级销售员口才情景训练》。本书涵盖了电话销售、销售开场、介绍产品、向顾客提问、应对讨价还价、消除异议、应对不同客户、促成交易以及售后用语等方面内容,并且还结合了大量贴近实际的销售事例总结出要点,不管你是一名销售新手还是已经从事销售行业多年,你都能找到适合自己的切实可行的方法,相信你读了本书之后,说服能力将会得到大幅度的提升,进而成为销售精英。

编著者
2016年1月

目录

Contents



第一章 电话生金:如何在电话中顺利约到客户 1

电话沟通中的障碍如何应付	3
客户说“没时间”怎么办	5
在电话里就听出客户额外的需求	8
客户所说的“请发传真”只是借口	11
别让客户在电话里就嫌产品贵	14
有些话别在电话里轻易说出口	17
站在客户的角度,说出客户的顾虑	19
担忧客户反悔,巧用激将法拍板	23



第二章 端正态度:用你的自信和专业态度说服客户 27

推销中只有绝对的自信才能征服客户	29
心态积极,才能促进销售	32
在与客户沟通中展现你的责任心	35
诚信沟通,效果更为直接	38
循序渐进,心急吃不了热豆腐	41
即使被拒绝,也要调整好心态	45
尊重但不要随意奉承你的客户	48
销售中的恐惧只会导致失败	51



第三章 推销自己:让客户对你及产品感兴趣 55

- 独具匠心的开场白才能吸引客户 57
- 利用客户的好奇心设计开场白 59
- 自抬身价,让客户主动接近你 62
- 巧妙提问,探寻出客户的真实想法 65
- 别做无用功,快速“擒住”拍板人 68
- 善加诱导,提升客户的期待 71
- 如何快速确定谁是准客户 74



第四章 产品推介:怎样让客户对产品爱不释手 79

- 鼓励客户参与体验产品 81
- 让客户的附加感情为你的产品加分 84
- 巧手演示,开发客户想象力 87
- 把产品的好处说够,痛处说透 90
- 数据和权威能提高产品的可信度 93
- 对比法让客户感到真划算 96
- 文章撰写法介绍产品更显专业 100



第五章 需求分析:消除客户对产品的异议 105

- 逐步引导客户,让其道出心中的“难言之隐” 107
- 消除客户的抵触心理,让客户“需要”产品 110
- 强调产品卖点来跑赢对手 114
- 为客户做计算题,让客户感觉物超所值 117
- 客户“嫌贵”时,如何化解 120
- 刨根问底,让客户下定决心购买 124



如何消除价格异议	128
被客户拒绝了该如何扭转局势	130



第六章

价格磋商:掌控讨价还价的主动权	135
-----------------------	-----

让客户明白一分价钱一分货的道理	137
掌握报价的最佳时机	140
刚开始报价,不可报价过低	144
适当时让客户出价	148
“以退为进”的价格谈判法	151
审时度势,如何打破价格谈判僵局	155



第七章

因人而异:不同的客户有不同的应对方法	159
--------------------------	-----

犹豫不决型客户:耐心地解决其疑问	161
面对“话癆”型客户:要有耐心快决断	165
挑刺型客户:利用反对意见向前迈进	168
固执型客户:找到其固执点	172
沉默寡言型客户:注意观察和引导	176
冷漠型客户:感性关注点是突破口	179
事事皆通型客户:表现得客户更专业	183
性子急的客户:稳住情绪缓和气氛	186
爱争论的客户:始终营造良好的沟通氛围	189



第八章

促成交易:让客户快速作出成交决策	195
------------------------	-----

注意观察,抓住时机随时达成交易	197
自曝其短,获得客户的绝对信任	200
真诚建议,把客户变成死党	203

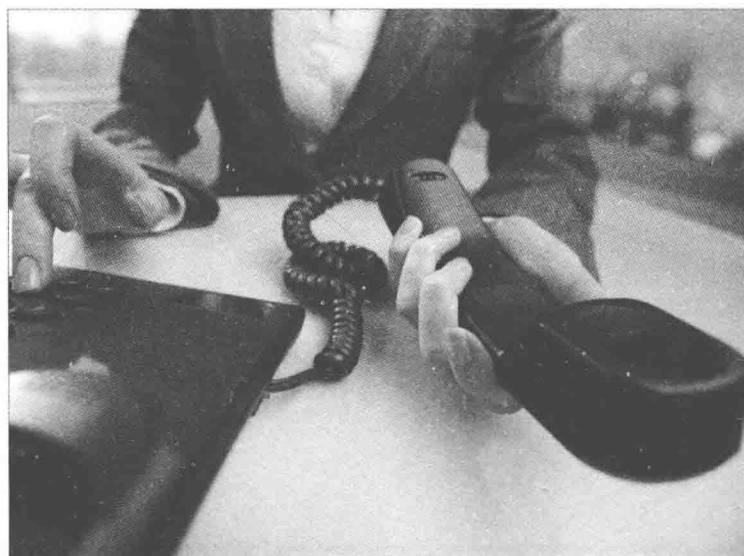
让客户成为你的兼职推销员	207
故意犯错,让客户先暴露自己	211
展示实力,让客户主动成交	213
善于在服务中挖掘客户的新需求	215
适当让步,最好的结局是双赢	219
 参考文献	 222



第一章

电话生金：如何在 电话中顺利约到 客户

作为销售人员，自然免不了用电话预约客户，可是，我们往往会遇到一些不尽如人意的情况，使得我们束手无策：客户总是以没时间拒绝见面；客户一问价钱，就以“贵了”为由挂断电话；电话里谈好见面的时间，客户却出尔反尔；客户答应购买，可第二天却选择了其他销售员的产品。究其原因，可能是你没有选对说话的方式。只要你多花一点心思，再多用一点沟通技巧，没有拿不下的客户。





电话沟通中的障碍如何应付

销售员在正式与客户成交之前,出于生意上的往来,很多时候需要和客户通过电话联系,但挡在销售员和客户之间的还有接线员、秘书的询问和盘查,要想直接和客户通话并非易事,销售员要想把电话打进决策层,和客户顺利沟通,就必须绕过这些障碍。

★ 销售情景:

销售员:您好,请帮我找一下老李。

秘书:请问您是哪位,您有预约吗?

销售员:我是王林,我有私人问题要找老李,帮我转接一下。

秘书:请问是什么事,我帮您及时转告。

销售员:如果您能解决老李的私人问题我就告诉您,否则请帮我转接老李。

★ 分析:

情景中,我们可以看出,作为接线员,一般都不敢直接过问上级领导的私人问题,更不敢得罪领导的熟人,而作为销售员,就可以利用接线人员的这一心理,用熟人的口吻、以私事为名要求接线员转接电话,接线员一般不敢阻拦,比如,销售员可以这样说:“小姐,麻烦您帮我转接一下李伟,也就是你们的李经理。我是他老家的亲戚,这是长途,麻烦快一点,谢谢!”

那么,电话沟通中,为什么要绕过电话沟通的障碍呢?因为真正能决策是否购买、能承担购买责任的是对方的负责人,只有找到负责人,才算是沟通的开始,在电话沟通中,尤其是初次沟通,找到你“真正的客户”才是关键。



但很多时候,在找到他们之前,接通电话的往往是秘书或者接线员,当我们一提到“销售”,接线员就会惯性地挂断电话,给我们的销售工作带来麻烦,但是,如果我们略施小计的话,就可能顺利跨过障碍。

那么,销售人员究竟该如何顺利突破这些障碍呢?

1. 有技巧地自报家门

自报家门也要讲究一定的方法,销售员不妨用一些经典的话术开头,这样就可以显示出自己的专业素质和身份地位等,用充足的信心为自己和产品做好宣传,这样可信度也有了提升,比如,你可以这样说:“您好!我是A公司的珠宝设计师,针对我们两家公司合作的事宜,我希望能直接同李总商谈,请帮我转接一下。”

2. 过好“参谋”这一关

在很多企业,秘书的作用绝对不可小看,他们就是决策者和外界接触的直接“关卡”,而且,很多时候,他们充当的是决策者参谋的作用。作为销售员,如果想和决策者顺利通话的话,就绝不能得罪这些参谋,事实上,某些决策者更加容易说话,反而是级别较低的“参谋”非常难缠。要想过参谋这一关,销售员必须学会与他们沟通。在电话接通的时候,销售员一定要给足秘书面子,最重要的是尊重他们,不要因为秘书不是决策者而敷衍了事,要学会礼貌地寒暄,速度不紧不慢,注意说话的条理性和语气等。

3. 巧妙回电话的策略

“刚才我的手机收到了一个电话,可能是你们王总打给我的,能帮我转一下吗?”也许你的手机从来没有接到过电话,但接线员不敢怠慢,只能帮你把电话接进去,这个方法特别巧妙,用这种方法打给许多企业的总裁秘书,她们一般都防不胜防。因为她的确无法判断你讲的这句话是虚假的还是真实的。当然,这种方法不是百试百灵,因为有些负责任的秘书可能会去追寻负责人的电话是否真的有电话打出去。

4. “私事”法

和情景中的销售员一样,以负责人朋友的身份或者以私事的缘由打电



话,接线员一般不敢擅自做主挂断电话。“我找××先生。”销售员这样直接称呼负责人的名字,接线人就会认为,可能××先生是你的好朋友,自然也就不敢过多为难。或许你根本不认识负责人,只是知道该公司的电话等资料,但接线员就会认为,你们是老朋友、老同事、老关系、老业务等关系。

5. “死缠烂打”法

这是一种职业现象,无论哪个行业,似乎秘书总是女性,而女性基本上也有一个特点,易感情用事、心软。只要销售员坚持给秘书打电话,晓之以理,动之以情,不妨死缠烂打,随着电话次数的增多,和秘书关系越来越熟,她便会被你打动,为你转接电话,甚至为你以后的销售工作带来很多益处。

6. 灵活赞美法

每个人都长着爱听赞美语言的耳朵,真诚地赞美别人,会拓宽我们的交往之路,销售中也是如此,学会赞美让我们赢得支持者。可能有些销售员会认为,购买我们产品的是对方的决策人,但在预约客户的时候,只有同接线人搞好关系,才有可能成功与决策人沟通。有时候,我们不妨和接线人套套近乎,赞美一番,以此来获得对方好感。比如,销售员:“你是我见过的最训练有素的接线员了,你的普通话说得也很好,声音很好听,一些播音员都没有你这么有水平呢。”

很多公司因为被一些推销电话困扰,造成了工作中的很多不便,对销售员自然有一些条件性的防备。而对销售员来说,电话预约客户也就有了一定的难度,要找到真正的决策者并不是一件容易的事,但是只要用心,一定能找到那个最关键的人物。

客户说“没时间”怎么办

很多客户在拒绝销售员时,总会用同样一种借口——“忙”,其实,客户



并不一定是真的忙,聪明的销售员会识破客户的借口,并采取一些措施,比如,连环发问。



销售情景:

王伟在一家公关公司担任市场专员,主要负责市场的推广工作,工作中,客户经常以没时间拒绝和他交谈,对于这个难题,他一般在电话中就予以解决了。

一次,他的朋友告诉他 A 时装公司要办一场下一季的时装秀。王伟心想,这家公司是时装界的新秀,拿下与这家公司的长期合作关系,会对公司效益有很大帮助,自己也多了一个稳定的客源,于是,他赶紧搜集了该公司的很多相关资料,然后设计了几种交谈方式,最终,他拨通了该公司负责人的电话。

王伟:“周总您好!”

客户:“你好!你是哪位?”

王伟:“我是 A 公关公司的市场专员王伟,您听说过我们公司吗?”

客户:“……好像听过,但也不是很清楚,你找我有什么事?”

王伟立刻说道:“我听说贵公司马上要办一场下一季的时装秀,是不是?”

客户:“嗯,是有这方面的打算,你们消息还真是快啊。”

王伟:“周总还真是幽默,可能您知道,我们公司在公关界还是很有地位的,另外,我们有很优秀的策划团队,在活动的策划方面有相当丰富的经验,能帮助贵公司做到最好的宣传效果,您看您这两天什么时候有时间,我们面谈一次好吗?”

客户:“真对不住,这些天太忙,没时间啊,秘书已经把我这些天的行程安排得满满的了!”

王伟:“没关系,您日理万机,肯定很忙。公关活动最重要的是品牌效应,我们公司在公关界还是有一定声誉的,也成功策划过很多公关活动,贵



公司规模这么大，肯定少不了公关活动。我们彼此认识一下，是没有坏处的，而且，您尽可放心，我不会打扰您太多的宝贵时间，给我 10 分钟就够了，您看，明后天，您哪天能抽出点儿空闲的时间呢？”

客户：“呵呵！你还真会说话，那就后天吧。”

王伟：“您过奖了，请问具体是什么时间呢？”

客户：“上午 9 点吧。”

王伟：“好的，那我们就后天上午 9 点见！祝您工作顺利，周总再见！”

客户：“谢谢，再见！”

细心的王伟在挂完电话后，为了让周总加深印象和敲定面谈的事，他给周总发了一条短信：“周总您好！非常感谢您能在百忙之中接听我的电话，祝您工作顺利，心情愉快！顺便确认一下您的地址是：××大厦 17 楼 1701 室，见面的时间是：后天上午 9 点。××公关公司市场专员王伟敬上！”

分析：

在这个销售情景中，市场专员王伟之所以能敲定和周总面谈的事，就是因为他善于运用连环发问的技巧，即使客户说没时间，他也能让客户收回这一借口，那么，我们不妨回味一下，王伟是怎样使用这一技巧的：

1. 开场避免了客户的反感

王伟一句“周总您好”运用得恰到好处：首先，避免了客户的反感。一般情况下，很多销售员为了达到销售目的，一拿起电话，就开始推销，而客户一听这些，便很自然地产生一些规避甚至反感、厌恶的情绪，因此，一般都以没时间为借口，接下来，无论销售员怎样挽回，都很难改变客户的这种负面印象。王伟的聪明之处，就是简单大方的开场让客户感觉亲切自然，避免这一问题的出现。再者，这一问候也起到了确认对方身份的作用。因此，在开场的时候，销售员万不可急功近利，简单、大方的开场即可。

2. 与众不同的自我介绍

可以说，王伟的自我介绍也是与众不同的，通常情况下，人们在自我介



绍的时候,总是遵循一定的惯性思维——“我叫什么,是哪个公司的”,而王伟恰恰相反,先介绍自己所在的公司,以公司为背景,无疑给自己的身份“镀了一层金”,客户自然也愿意与一个可信的销售员交谈。同时,这种介绍方式也是谦虚的表现,稍微细心的客户都会对你留下良好的印象。

3. 让客户自己做选择题

很多销售员,在遇到客户说“忙”的情况下,就显得束手无策,而王伟则根据客户的这一借口,让客户自己选择,“明后天哪天有空”“具体时间是几点”,这是一种思维设置方法,这样,无论客户怎样选择,都是在接受面谈的前提下。而对于销售员来说,只要客户开口回答,你就已经成功了,剩下的只是确认工作。

4. 恰到好处的“善后短信”

现代社会,每个人都忙忙碌碌,对于客户来说,有时候刚决定的事情可能过后就会忘记,同时,客户每天面临的推销人员很多,接到的类似电话也数不胜数,哪里记得住具体是哪个销售员,而且,即使记住了,也认为此事无关紧要,很快会抛之脑后。因此,王伟的这条短信,为他前期的努力做了一个很重要的善后作用,一条短信将此事板上钉钉:见面的时间、地点,加深了客户的印象,也主动留下了联系方式。

总之,销售员要明白,所谓的“忙”,只不过是客户的托词,你要做的就是连环发问,让客户主动收回这一借口,然后进一步确认具体面谈的时间,让客户明白,你能给他带来好处,从而激发他的兴趣,这样你的推销工作也就成功了一半了。

在电话里就听出客户额外的需求

诚然,销售的对象永远是产品,销售员一切的工作是为了获得利益,可