

销售超级口才

训练与实用技巧

情景案例
图解版

汇智书源◎编著

没有好口才就做不好销售

在电话接通、预约客户的那一刻，你能设计出与众不同的开场白吗？

为客户介绍产品时，你能迅速吸引客户的注意力吗？

客户犹豫不决，对产品存在异议，你能把话说到客户心坎里吗？

与客户谈判时，你能准确抓住成交信号，巧妙促成最终交易吗？

.....

每天10分钟，教你快速成就好口才，一分机智，一分技巧

SALES SUPER ELOQUENCE

销售精英要这样说才对

电话销售、约见客户
开场寒暄、提问探询
产品介绍、异议解决
价格博弈、成交谈判

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE



销售超级口才

训练与实用技巧 | 情景案例
图解版

汇智书源◎编著

常州大学图书馆
藏书章

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

销售人员不但要能说,而且要会说,在交流中洞悉客户需求;不但要能讲,而且要会讲,在讲解中轻松说服客户。口才是销售人员获得成功的必备利器,只要具备精诚所至、金石为开的沟通技巧,就不愁商品推销不出去,不怕市场拓展不开。优秀的销售人员就像魔术师,能用绝妙的语言说服客户并赢得客户的信任,轻松拿下订单。

本书从销售人员的实际需求出发,针对销售工作中最常见的各种问题,结合实际案例场景,为刚刚进入销售行业和正在从事销售工作的朋友提供切实可行且简单高效的指导训练方法与技巧。

本书特别适合各行各业从事销售工作的人员阅读,能够帮助读者快速成为具有超强销售口才的顶尖销售人员,并在以后的销售生涯中无往而不胜。

图书在版编目(CIP)数据

销售超级口才训练与实用技巧:情景案例图解版 /
汇智书源编著. — 北京:中国铁道出版社, 2016.6
ISBN 978-7-113-21700-6

I. ①销… II. ①汇… III. ①销售—口才学—通俗读物 IV. ①F713.3-49 ②H019-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第079827号

书 名: 销售超级口才训练与实用技巧(情景案例图解版)
作 者: 汇智书源 编著

策 划: 武文斌
责任编辑: 苏 茜
责任印制: 赵星辰

读者热线电话: 010-63560056

封面设计: **MX** DESIGN
STUDIO

出版发行: 中国铁道出版社(北京市西城区右安门西街8号 邮政编码: 100054)
印 刷: 三河市兴达印务有限公司
版 次: 2016年6月第1版 2016年6月第1次印刷
开 本: 700mm×1 000mm 1/16 印张: 17.5 字数: 315千
书 号: ISBN 978-7-113-21700-6
定 价: 39.00元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社读者服务部联系调换。电话:(010) 51873174

打击盗版举报电话:(010) 51873659

前言

FOREWORD

销售是一项极富挑战性的工作，也是最有可能创造奇迹的事业。每位销售员都希望能销售行业闯出一片天地，做出一番成绩，但这并非易事，销售员除了要挖掘渠道、人际关系和平台之外，更重要的还是必须先要具备出色的沟通能力。

乔·吉拉德是世界上最伟大的销售员，他曾连续 12 年荣登世界吉尼斯纪录大全中世界销售第一的宝座，同时也是全球最受欢迎的演讲大师之一，曾向众多世界 500 强企业的精英传授他的宝贵经验，来自世界各地数以百万计的人被他的演讲所鼓舞，被他的事迹所激励。然而乔·吉拉德在 35 岁以前患有相当严重的口吃，那么他是怎样练就如此出色的口才的呢？虚心学习、努力执着、以勤补拙是乔·吉拉德获得成功的关键。

面对客户，有些销售人员口若悬河、滔滔不绝，客户却唯恐避之不及；有些销售人员惜字如金、三言两语就说服客户购买，并成为产品的忠实客户。这就是巧妙沟通的力量！

很多销售人员对口才的认识存在一些误区，他们认为销售人员应该八面玲珑、夸夸其谈，能把死的说成活的，把稻草说成金子，其实这是对销售人员口才认识的一种误区，因为成功的销售人员绝对不是忽悠成功的，而是因为他们在对自身产品抱有自信的前提下能够掌控与驾驭同客户沟通的主动权。

真正的销售精英通常是这样的：

在电话接通、预约客户的那一刻，他就设计出与众不同的开场白，激起客户的兴趣，不给客户一丝拒绝的机会……

为客户介绍产品时，他能迅速吸引客户的注意力，摸透客户的真实想法，满足客户的需求，让客户产生强烈的购买欲……

如果客户犹豫不决，对产品存在异议，他会站在客户的角度，为客户考虑，把



话说到客户心坎里……

与客户谈判时，他才思敏捷，能准确抓住成交信号，巧妙促成最终交易……

哲学家在谈及口才的重要性时说：“有时一张嘴可以化解一场足以让你窒息的危机。它胜过千军万马，更胜过智慧与狡诈。”

从某种意义上说，销售员就是靠嘴吃饭的，一个具有语言魅力的销售员对客户吸引力是不可估量的。一名优秀的销售员，也必定深谙语言艺术，一句话点石成金，两句话心花怒放，三句话绝对成交！可以说，没有好口才就做不好销售。

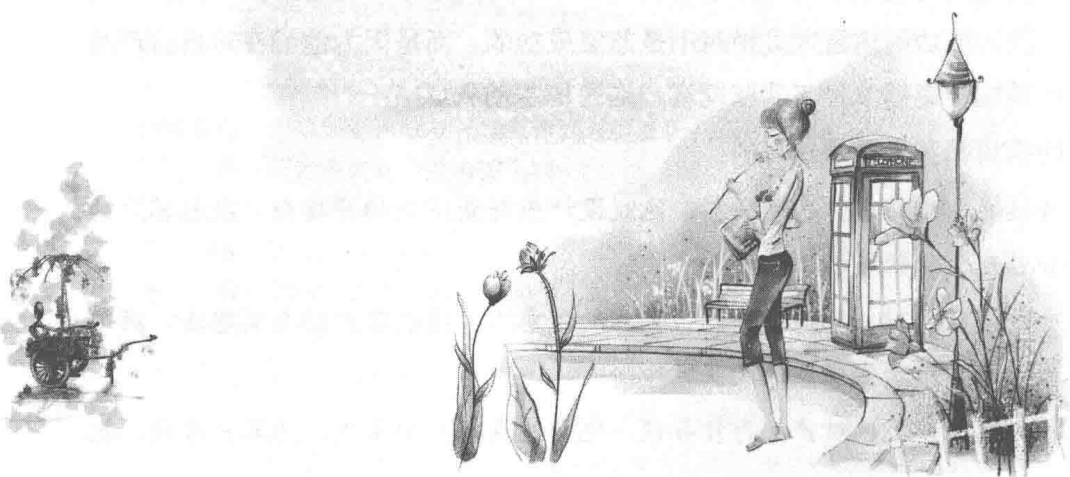
在完整的销售活动中，包括电话销售、约见客户、开场寒暄、提问探询、产品介绍、异议解决、价格博弈、成交谈判等各个环节，都是销售口才在发挥着举足轻重的作用。但令人艳羡的销售口才并不是天生的，更不是一朝一夕就能做到的，而是要经过努力的口才训练及不断地实践才能磨炼出来。

本书正是从销售人员的实际需求出发，针对销售工作中最常见的各种问题，结合实际案例场景，为刚刚进入销售行业和正在从事销售工作的朋友提供切实可行且简单高效的指导训练方法与技巧。

本书特别适合各行各业从事销售工作的人员阅读，能够帮助读者快速成为具有超强销售口才的顶尖销售人员，并在以后的销售生涯中无往而不胜。

编者

2016年5月



CONTENTS

目 录

第 1 章 让销售从此更简单——顶尖销售人员的沟通诀窍

对于销售人员来说,说话是否有魅力,与销售的成败有着很大关系。好的口才不仅能够展示出销售人员的个人魅力,还可以带给客户愉悦的享受。

一、销售成败的核心:恰当地提问 / 2

- (一) 提出启发性的问题 / 3
- (二) 问题切中实质,不要无的放矢 / 3
- (三) 巧妙反问,把问题踢给客户 / 5

二、销售精英的诀窍:不仅会问更要会答 / 6

- (一) 拒绝一:“这个价格太贵了!” / 6
- (二) 拒绝二:“我再考虑考虑!” / 7
- (三) 提问一:“一样的东西,为什么别人家卖得比你的便宜!” / 7
- (四) 提问二:“你们这个款式好像已经过时了吧?” / 7
- (五) 提问三:“这些为什么打折,卖这么便宜?” / 7
- (六) 提问四:“这个款,没有我要的颜色了吗?” / 7

三、倾听:你能听出客户话中的玄机吗 / 9

- (一) 获得充分、准确的信息 / 10
- (二) 体现出销售人员对客户的尊重和关心 / 10

（三）创造和寻找成交时机 / 11

四、有力的说服：让客户产生想要立即购买的冲动 / 13

（一）正面暗示让客户跟着你的思维走 / 13

（二）第三者干预，消除客户戒心 / 14

五、想要语言出彩，口才+技巧 / 16

（一）运用修辞，让客户听得明白尽兴 / 16

（二）配套效应，利用“全面服务”让客户“上钩” / 17

六、说些软话来填满客户的虚荣心 / 19

七、借助真实的销售案例，让客户放心 / 23

（一）养成搜集公司案例的习惯 / 24

（二）合作成功之后及时整理成案例 / 25

（三）从不同的方面来展示案例 / 25

八、嘴巴就是“生产力”：这样说肯定有人买 / 26

（一）What——“说什么” / 27

（二）How——“怎么说” / 29

第2章 永远不要对客户说这些话——不可触犯的销售语言禁区

销售人员成不成功全看一张嘴，但是与客户交流时并不是肆无忌惮地谈天说地，销售语言也有禁忌，把握不好说话的尺度只会适得其反。

一、这七句话一旦出口，必定前功尽弃 / 33

（一）不可以 / 33

（二）这不归我们管 / 34

- (三) 你确定吗 / 34
- (四) 你懂吗 / 34
- (五) 这个我们是不允许的 / 35
- (六) 我们的产品是最好的 / 35
- (七) 我试试看 / 36

二、不懂这些语言技巧，面对面照样卖不出货 / 36

- (一) 不要下命令，要使用请求语气 / 37
- (二) 少否定多肯定，增强客户购买的信心 / 38
- (三) 随时注意客户的反应，把握成交机会 / 39
- (四) 利用生动的语言、富有感情的声线感动客户 / 40
- (五) 看语境说话，让销售事半功倍 / 40

三、销售人员千万不可使用的语言风格 / 41

- (一) 语言表达模糊多义 / 41
- (二) 使用浮夸的语言 / 42
- (三) 使用争辩、质疑的语言 / 42
- (四) 过于随意或慵懒的状态 / 43

四、对待客户疑问不必一一作答 / 44

- (一) 对产品感兴趣，却故意提出一些小问题 / 45
- (二) 客户说：我没钱 / 46
- (三) 客户说：我只是看看，不想买 / 47

五、语言拖沓、毫无逻辑，浪费客户时间 / 47

- (一) 与客户进行有针对性的沟通，了解客户需求 / 49
- (二) 有效沟通，表达尊重 / 49

六、强扭的瓜不甜，销售人员不可太强势 / 50

- (一) 少让客户做“判断题”，尽量让客户做“选择题” / 51
- (二) 先了解客户的需求，不要盲目进行推销 / 52

（三）多一些倾听，少一些讲述 / 52

（四）让客户有说话的机会 / 53

七、非语言沟通同样有禁忌 / 54

（一）“无表情”沟通，让客户丧失购买欲望 / 54

（二）慵懒随意，客户体会不到你的诚意 / 55

（三）销售须注意环境场合 / 56

八、销售沟通中应禁忌的“七嘴” / 56

（一）闭嘴 / 57

（二）插嘴 / 57

（三）脏嘴 / 58

（四）油嘴 / 58

（五）贫嘴 / 58

（六）争嘴 / 59

（七）刀子嘴 / 59

第3章 掌控首次见面——高效沟通快速获得客户信赖

销售人员首次与客户见面交流时应掌握销售的禁忌，把握说话尺度，快速、高效的沟通以获得客户信赖。

一、初次见面要做客户的朋友而不是销售 / 62

（一）遵守诺言，不谈销售 / 63

（二）说话速度不宜太快 / 64

（三）不占用客户太多时间 / 64

（四）让客户说话，多了解有用的信息 / 64

（五）保持良好的心态 / 65

二、这样的开场白，还怕没人听 / 65

- (一) 利用好奇心 / 65
- (二) 提出问题 / 66
- (三) 向客户提供信息 / 66
- (四) 利用产品 / 67
- (五) 提及有影响的第三人 / 67
- (六) 表演展示 / 68

三、做好铺垫，为下次拜访留好话茬儿 / 68

- (一) 接触阶段善用谈话的间隙 / 69
- (二) 掌控谈话时间，话不要一次讲完 / 71

四、适当“留白”，吸引客户的注意力 / 71

- (一) 从客户感兴趣的话题入手，抛出一条主线 / 72
- (二) 控制好悬念产生和解答的时间 / 73

五、动情开场，打消客户对产品的疑虑 / 74

第4章 巧舌赞美客户——将潜在客户变成忠实粉丝

赞美不仅有“过”和“不及”，还要根据不同的客户选择不同的赞美方式。正确选用和把握赞美的程度，是对客户的赞美能否达到实效的重要衡量标准。

一、向客户请教，效果极佳的侧面赞扬 / 78

- (一) 赞美式开场，赢得客户的认同和好感 / 78
- (二) 放低姿态，适当使用请教的语气 / 79

二、寻找客户的闪光点，让客户感受到你的真诚 / 80

三、赞美优点要准确挠到客户的“痒处” / 82

四、对客户的赞美要说给第三个人听 / 85

五、在恰当的时机说出对客户的赞美 / 87

第5章 聆听客户期待——做销售 80%靠耳朵, 20%靠嘴巴

倾听是与人交流最大的尊重，连最基本的倾听都不给予对方的话，接下来的交流就没有必要了。销售人员与客户交流时，懂得如何倾听是非常重要的。

一、倾听的两个层次：听到和听懂 / 91

二、听懂客户的暗示，才能搭上销售的顺风车 / 93

三、倾听不是客户的“独角戏”，要适时给予回应 / 95

四、听出客户的问题，才能找到成交的信号 / 97

五、倾听客户的心声，你该听的是什么 / 99

（一）问题点 / 99

（二）兴奋点 / 100

（三）情绪性字眼 / 100

六、倾听：借助肢体语言和礼仪细节 / 102

第6章 提问销售法——通过话语诱导出客户真心话

销售不仅要提高成功的可能性，更要降低失败的风险。如何实现这点？提问！通过提问诱导客户说出真心话，激起客户的兴趣，赢得客户的信任与好感。

一、推销员最有效的五大提问法 / 105

（一）单刀直入法 / 105

（二）连续肯定法 / 106

- (三) 诱发好奇心 / 106
- (四) 照话学话法 / 107
- (五) 刺猬效应 / 108
- 二、请教式提问：满足客户的虚荣心 / 108
- 三、建议式提问：探求客户的真实反应 / 110
- 四、询问式提问：激发客户的交流欲 / 111
- 五、“圆圈”式提问：客户在选择中参与到沟通中 / 113
- 六、“核心”式提问：打消客户的顾虑 / 115
- 七、“开放”性提问：让客户表达自己的需要和观点 / 117
- 八、提问有所忌讳，有些问题不可问 / 119
 - (一) 忌频繁提问 / 120
 - (二) 忌无礼质问 / 120
 - (三) 忌没情感的提问 / 121
 - (四) 忌不合时宜的提问 / 121

第7章 这样介绍产品，客户果断就买了——产品解说

向客户介绍、展示产品是销售的必经阶段，也是让客户拿主意的关键阶段。销售员在这个过程中语言表达能力如何，关系到客户的最终抉择。

- 一、有效的产品解说，用专业眼光解读产品 / 124
 - (一) 用专业、精练的语言说服客户 / 124
 - (二) 展现自信心，给予客户专业的解答 / 125
- 二、让产品说话，卖产品就是卖“效果” / 126

- （一）多做产品使用示范 / 126
- （二）强调产品的独特性能 / 128
- （三）巧妙引导，带动客户亲身体验 / 129

三、让客户感觉价值所在的产品解说 / 129

- （一）对比法 / 130
- （二）举例说明法 / 131
- （三）借助名人效应 / 131

四、叫卖学问：用产品卖点激发客户购买欲望 / 132

- （一）好货也可以很便宜 / 132
- （二）让客户觉得“物有所值” / 134
- （三）解说产品附加值，让客户觉得“物超所值” / 134

五、打好与客户的销售心理战 / 135

- （一）让客户说出拒绝的原因，一一应对 / 136
- （二）摸透客户心理，时刻为对方着想 / 136
- （三）找到客户群中的关键人物 / 138

六、不要为了销售而销售，产品介绍应不偏不倚 / 138

- （一）实事求是，不要神化自己的产品 / 139
- （二）巧妙地提及产品的缺点 / 140
- （三）不要贬低对手，给予客观评价 / 141

第8章 怎样说让客户爽到不想挂机——电话销售并不难

电话销售与其他销售方式相比具有更多明显的优势：节省企业资源，不浪费金钱、时间、精力等。因此，掌握电话销售技巧已成为企业营销人员的当务之急。

一、电话销售别蛮干，6种开场白抓住客户的耳朵 / 144

- (一) 请求帮忙法 / 144
 - (二) 第三者介绍法 / 145
 - (三) 牛群效应法 / 145
 - (四) 激起兴趣法 / 146
 - (五) 巧借“东风”法 / 146
 - (六) 老客户回访 / 147
- 二、会打电话，让客户乐于与你沟通 / 148
- (一) 语速轻快，充满活力 / 149
 - (二) 表达清晰，条理清楚 / 150
 - (三) 语气委婉，善解人意 / 150
 - (四) 音调自然，富于变化 / 150
 - (五) 设计好节奏，循序渐进 / 150
 - (六) 用语专业，给出“专家式”建议 / 151
- 三、电话销售攻心术：客户怎么购买，你就怎么说 / 151
- (一) 熟练使用专业术语 / 152
 - (二) 使用发音规范的普通话 / 152
 - (三) 永不消失的微笑 / 153
 - (四) 有理有节的礼貌用语 / 153
 - (五) 必要的恭维 / 153
 - (六) 真诚地提问 / 154
 - (七) 耐心地聆听 / 154
 - (八) 适当地关心 / 155
 - (九) 肯定简洁的语气 / 156
 - (十) 永远不要带口头语 / 156
- 四、客户为什么拒绝接听你的电话 / 156
- (一) 电话内容无法激起客户的兴趣 / 157
 - (二) 你的电话给客户带来了压力和麻烦 / 158

（三）你的电话没有给客户带来切实利益 / 158

（四）打电话的时间不对 / 158

（五）你的电话毫无创意 / 159

五、七个技巧让客户乐意接听你的电话 / 159

（一）先取得客户的通话许可 / 160

（二）巧妙运用登门槛策略 / 160

（三）每次与客户接触都为下一次的联系埋下伏笔 / 161

（四）打电话前先给客户发一条短信 / 162

（五）在合适的时间打电话 / 162

（六）电话内容出乎客户的意料 / 162

（七）退而求其次——发一条令人感动的短信 / 162

六、当电话销售遭遇拒绝，该怎么办 / 163

（一）不，那时我有事要做 / 164

（二）我有个朋友也在从事这种服务 / 164

（三）我没钱 / 164

（四）我对你们的服务没兴趣 / 165

（五）你这是在浪费我的时间 / 165

（六）你就在电话里说吧 / 165

（七）我不需要 / 165

第9章 巧妙应对客户推托——销售都是从被拒绝开始的

销售人员都有被拒绝的经历，但不要因为一时的被拒绝就否认自己。而是要正确看待被拒绝，一时被拒绝并不代表没有人欣赏你的产品，贵在持之以恒。

一、客户需要“考虑”？制造难题让他产生紧迫感 / 168

（一）暗示客户不购买，他会有所损失 / 168

- (二) 客户的利益会受到威胁 / 169
- (三) 让客户知道你在为他着想 / 170
- 二、想去别家看看? 陈述卖点让他留住脚步 / 171
 - (一) 赢在卖点, 让客户看到产品优势 / 171
 - (二) 用舒心的服务留住客户的脚步 / 172
- 三、客户只认牌子? 用事实打消客户的错误想法 / 173
 - (一) 先试用, 用质量打败客户的“牌子”心理 / 173
 - (二) 用客户的反馈消除客户的危机意识 / 174
- 四、想先与家人商量? 给点建议帮客户果断做决定 / 175
 - (一) 认同客户的顾虑, 表达同理心 / 175
 - (二) 让客户认识到不与家人商量的好处 / 175
 - (三) 施加压力, 加速客户的购买节奏 / 177
- 五、客户以“没钱”做借口? 大胆运用拒绝处理技巧 / 178
 - (一) 客户确实没钱 / 178
 - (二) 客户的推托之辞 / 178
- 六、客户说“没兴趣”? 先让客户看到利益, 再寻谈话时机 / 180
- 七、应对“随便看看”的拒绝? 设法减轻客户心理压力 / 182

第 10 章 正视客户异议——要“灭火”，切勿“点火”

在销售工作中, 销售人员总是会面对客户各种各样的异议, 但是要明白“嫌货才是买货人”, 要学会正视客户的异议, 把握好不同客户的异议处理技巧, 逐一击破。

- 一、客户存在价格异议? 十大技巧来解围 / 186
 - (一) 实话实说法 / 187

（二）优势凸显法 / 187

（三）利益共有法 / 188

（四）预先设计法 / 188

（五）自信商品法 / 189

（六）收集证据法 / 189

（七）以退为进法 / 190

（八）迂回补偿法 / 190

（九）借用外力法 / 191

（十）先紧后松法 / 191

二、客户异议也有真假之分，你会辨别吗 / 191

（一）真异议 / 192

（二）假异议 / 193

（三）隐藏的异议 / 194

三、面对异议：切勿不置可否和埋怨客户 / 194

（一）错误 1：不置可否 / 195

（二）错误 2：埋怨客户 / 196

四、打好“太极拳”，客户异议即可迎刃而解 / 197

（一）强化产品优势太极拳 / 197

（二）有声有色解析产品太极拳 / 198

（三）同理关心客户太极拳 / 199

（四）借用内疚心理太极拳 / 200

（五）面对价格异议太极拳 / 201

（六）独辟蹊径太极拳 / 202

五、面对异议：态度诚恳+不争辩+留面子 / 203

（一）态度诚恳 / 203

（二）切勿争辩 / 204

（三）给客户留“面子” / 204