

把僵硬的语言变成婉转 把黑白的语言变成彩色

Ba Hua Shuo Dao Xinkan Shang

把话说到心坎上



李 雯/编著

说话，要懂得什么时候说什么话
说了，就一定要说到人的心窝里

一言之辩重于九鼎之宝
三寸之舌强于百万之师

教你“谋定而后言”的攻心说话关键策略



 企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

Ba Hua Shuo Dao Xinkan Shang



把话说到 心坎上

李 雯 / 编著

企业管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

把话说到心坎上/李雯编著. —北京: 企业管理

出版社, 2010. 5

ISBN 978 - 7 - 80255 - 508 - 2

I. ①把… II. ①李… III. ①语言艺术 - 通俗读物

IV. ①H019 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 072541 号

书 名: 把话说到心坎上

作 者: 李 雯

责任编辑: 梦 醒

书 号: ISBN 978 - 7 - 80255 - 508 - 2

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 **邮编:** 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68467871 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 北京东海印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170 毫米×240 毫米 16 开本 14.5 印张 220 千字

版 次: 2010 年 7 月第 1 版 2010 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 28.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

>> 前言

foreword

你滔滔不绝的介绍却换来了顾客不耐烦的表情，你是不是不明白为什么你的话语竟像座大山一般挡在了你与顾客之间？

当你洋洋洒洒地做完了一番自我介绍，却发现考官没有在意你说话时，你会不会对面试失去了信心？

一周忙碌的工作结束了，办公室里其余人都在一起商量着周末的聚餐，你是不是发现自己根本插不上话？

即将签约的合作伙伴突然改变了主意，你是不是瞬间发觉自己竟找不到力挽狂澜的辞藻？

在日常生活中，要想把话说到对方心坎里，就必须学习和掌握一些基本的技巧。打动人心的说话方式，是让双方从陌生到熟悉，是双方顺畅交流的开始，也是人们在社交场合中脱颖而出、左右逢源、顺利地成就事业的关键。

著名成功学家林道安曾说：“一个人不会说话，那是因为他不知道对方需要听什么样的话；假如你能像一个侦察兵一样看透对方的心理活动，你就知道说话的力量是多么巨大了！”

在武侠世界里，侠客们依靠刀枪拳脚行走江湖；在现实世界里，大人物们则靠说话功夫纵横天下，叱咤风云，一句话抵得上千军万马，可以翻江倒海，完成一些看似不可能完成的使命。

本书以简洁流畅的语言，通俗易懂的小故事，实际有效的例证，将语言的无穷魅力及口才技巧的可模仿性和可操作性呈现给每一位读者。掌握了本书中的说话方法和技巧，你就能在社交活动中如鱼得水，受人瞩目；在职场中游刃有余，应付自如；在营销面前无往不利，妙语生花；在面试中，一语中的，挥洒自如；在辩论论坛上巧舌如簧，雄智多辩。无论是面对各式各样的人，还是亲临不同的场合时，都能应对自如。

鉴于作者的水平有限，书中或有疏漏之处，还望读者朋友予以谅解并多多指教。

李 雯

2010年5月于北京

目 录

CONTENTS

第一章 让营销无往不利的制胜语言 1

1. 把话说到客户心坎上,成功突破对方的心理防线 / 002
2. 打电话预约客户时,只需闻其声不必见其人 / 005
3. 初次见面说好开场白,可以消除彼此的陌生感 / 008
4. 距离不是问题,相隔电话两头也能成交的秘密 / 013
5. 用煎牛排的“滋滋”声引起对方吃牛排的欲望 / 016
6. 有时候不能心直口快,接听客户打进来的电话之前悄悄考虑三秒 / 019
7. 怎样将推销过程中吸引顾客注意力的提问说到对方心坎上 / 021
8. 当客户说价格太高时,怎么说才能让成交看到希望 / 024
9. 当客户说考虑考虑时,怎么说才能让生意有了保障 / 026
10. “赞美作料”给推销产品加味 / 028
11. 巧妙化解顾客异议,提高营销成功率 / 031
12. 说服愤怒买主,创造“不吵不相识”的机会 / 033
13. 在公共场合进行业务推广时,如何让别人一听就愉快地接受你的产品 / 035
14. 向客户催收账款时,这样说就能顺利收回客户欠你的账 / 038

第二章 妙语连珠,让你在社交场游刃有余 043

1. 和陌生人初次见面,“一见如故”的说话方式迅速拉近距离 / 044
2. 突破尴尬,巧用寒暄话活跃气氛 / 046
3. 在言语中旁敲侧击维护朋友的自尊 / 048
4. 与其赞美他最大的优点,不如称赞他即将实现的梦想 / 050
5. 鼓励的话说到心坎上才能有效果 / 055
6. 真诚说出感谢的话,让对方感觉舒服 / 057
7. 驱走黑暗的不一定是阳光,安慰对方不能太激进 / 059

8. 承诺的话不可成为“空头支票” / 063
9. 一语双关,说话的最高境界 / 066
10. 道歉的魔力在于不只为让对方赚话头 / 068
11. 忠言未必逆耳,以曲为直,委婉的批评更易被他人接受 / 070
12. 巧妙插话,勿妄加评论 / 076
13. 善意的谎言要说得得心应手 / 078
14. 这么说,那么听有助于摆脱窘境 / 082
15. 千万别说“马后炮”的话 / 088
16. 陷入僵局时,你该怎么说 / 089
17. 面对攻击你的人,用舌头代替拳头 / 092

第三章 一语中的,脱颖而出成为面试场的“面霸” 097

1. 得体的自我介绍,可以迅速扩大人脉圈 / 098
2. 当被问及“怎么不在原公司干了”时,慎重描述离职原因 / 101
3. 在主考官询问个人兴趣时,把话说到点子上间接打动对方 / 103
4. 在求职过程中想成功地进行自我推销需要扬长避短 / 105
5. 在众多求职者中脱颖而出就不能过分说谦卑的话 / 108
6. 掂量轻重,凭实力探问薪金 / 110
7. 当被问及“是否有能力胜任该职位”时,要把话说到考官心坎里 / 112
8. 巧提特殊要求,掌握求职先机 / 114
9. 涉及个人隐私问题时,随机应变,突破主考官问话限制 / 116
10. 面对主考官的刁钻问题时,一一对应的说话术 / 118
11. 当被问及对“工资、加班、福利”的看法时,不能顺着对方引导往下说 / 123
12. 化解面试危机,小心谨慎,巧破求职中语言陷阱 / 125
13. 当主考官及有何问题需要询问时,你的提问要出奇制胜 / 128
14. 面谈结束时,让总结的话完美收场 / 130
15. 主动询问面试结果,这么说能给自己加分 / 132

第四章 拿捏到位,让你在职场左右逢源 / 135

1. 向老板汇报工作要说重点 / 136
2. 向老板提建议,迂回话术比单刀直入效果更好 / 138
3. 向老板讨公道时,说话说到点子上 / 140
4. 用得体的语言为自己争取加薪 / 142
5. 当老板犯错时,巧送台阶的说话法 / 144
6. 拒绝老板,同时获得谅解的语言 / 146
7. 老板盛怒时,学会见招拆招的攻心说话术 / 149
8. 把话说到老板心坎上,才能在冒犯老板后成功补救 / 152
9. 怎么面对年终与老板“大谈特谈”的场面 / 154
10. 与同事意见产生分歧时,怎么说才能减少不必要的麻烦 / 156
11. 给对方体面的借口来拒绝同事的无理要求 / 158
12. 学会“打圆场”,消除障碍解除争端 / 160
13. 胡萝卜加大棒,让下属愉快地接受批评的说话秘籍 / 162

第五章 字字珠玑,在商务谈判中让对方无力反击 165

1. 对于不好直接询问的话题,在谈判中巧言试探 / 166
2. 主动出击,迅速捕捉有利信息 / 169
3. 营造良好的谈判说服气氛是谈判成功的关键 / 170
4. 在充满不确定因素的谈判环境下,如何把话说到心坎上 / 173
5. 善于在谈判中运用迂回术,让对方无从捉摸 / 175
6. 抛出问题,摸清对方底细 / 177
7. 投其所好,方能主导谈判 / 179
8. 谈判中,通过“欲擒故纵”来占据上风 / 181
9. 巧说拖延的话能使自己有时间理清头绪 / 183
10. 谈判中以退为进,做高明的让步 / 185
11. 破解对方诡辩的话,绵里藏针巧妙应对 / 187
12. 有的放矢地说,利于打破僵局 / 190

第六章 口吐莲花,你的圆满说服引人入胜 193

1. 情之所至,才能让被说服者信服 / 194
2. 寓理于喻,委婉表达 / 196
3. 情理交融的说话术更能打动人心 / 198
4. 以德服人,让对方心服口服 / 200
5. 诱其深入,把话说到点子上便能请君入瓮 / 203
6. 以柔克刚,走曲线战略,多用建议的口吻说 / 205
7. 对症下药,投其所好说给对方听 / 207
8. 摹行拟象,恰当的比喻更具说服力 / 211
9. 怎么说就能把梳子卖给和尚 / 213
10. 关键时刻,忍耐求全,用无声代替有声 / 215
11. 正话反说,反语规劝 / 218
12. 见好就收,说话要把握好尺度,才能说到对方心坎上 / 220

让营销无往不利的制胜语言



1. 把话说到客户心坎上,成功突破对方的心理防线
 2. 打电话预约客户时,只需闻其声不必见其人
 3. 初次见面说好开场白,可以消除彼此的陌生感
 4. 距离不是问题,相隔电话两头也能成交的秘密
 5. 用煎牛排的“滋滋”声引起对方吃牛排的欲望
 6. 有时候不能心直口快,接听客户打进来的电话之前悄悄考虑三秒
-

 1. 把话说到客户心坎上，成功突破对方的心理防线

销售商品前先销售自己。自信是任何从事销售人员的必备素质，要有勇气展现自己的沟通能力和销售信心。在初次接近客户时，往往无法迅速打开客户的心理防线。与其直奔主题直接说明商品，不如谈些有关客户小孩、球赛、天气等话题或谈些街坊邻居的事情，有时先让客户喜欢自己比喜欢产品更重要，这甚至关系着产品销售的成败。因此，接近客户并成功说服他的重点是，让客户对销售人员产生好感。

一个收银机销售人员在观察一个超市后，发现其有购买收银机的需求，同时也发现超市负责人刘老板是个足球爱好者，于是去超市买小东西借机和老板闲聊足球赛事，闲话当中给老板一些经营建议，先让老板对自己有好感，消除距离感。然后，根据自己的调查，为老板分析问题，引发老板的需求。销售人员可以有针对性地提出中肯建议，诸如：“我发现超市每天有三个时段的客户特别多，排着长长的行列等待结账，若以营业时间来看，虽然只有百分之二十的时间非常拥挤，但以客户数量来看，却有百分之八十的人都要排很久的队等待结账，如果改善这种状况经营会更好。”之后又选择老板和老板娘都在的时候走进超市，对他们的经营大加褒奖。

销售过程永远是抛物线，两点之间未必直线最短。销售人员留下名片和产品资料后，买了些日用品就离开了。柔性的服务态度比强行推销要有效果，第二天，老板娘的电话追踪而至。



还有一个策略是换种方式，给对方出道选择题，引起他的注意，并让他觉得你足够重视他，然后再进行说服工作。

亚伯特·安塞尔是铅管和暖气材料的推销商，多年以来一直想跟布洛克林的某一位铅管商做生意。那位铅管商业务极大，信誉也出奇的好。但是安塞尔一开始就吃足了苦头。因为那位铅管商是一位喜欢让人感到窘迫的人。他坐在办公桌的后面，嘴里衔着雪茄，每次安塞尔打开他办公室的门时，他就咆哮着说：“今天什么也不要！不要浪费你我的时间！走开吧！”

有一天，安塞尔先生尝试了另一种方式，因此和铅管商建立了生意上的关系，并成为了朋友，得到了可观的订单。

安塞尔的公司正在商谈，准备在长岛皇后新社区办一家新的公司。那位铅管商对那个地方很熟悉，并且做了很多生意，因此，安塞尔去拜访他时就说：“先生，我今天不是来推销什么东西的。我是来请你帮忙的。不知道你能不能拨出一点时间和我谈一谈？”

“嗯……好吧，”那位铅管商说，嘴巴把雪茄转了一个方向。“什么事？快点说。”

“我们的公司想在皇后新社区开一家分公司，”安塞尔先生说，“你对那个地方了解的程度和住在那里的人一样，因此我来请教你对那里的看法。是好还是不好呢？”

情况有些不同了！多年以来，那位铅管商向推销商吼叫、命令他们走开，今天这位推销员进来请教他意见，一家大公司的推销员对于他们应该做什么还不清楚，居然跑来请教他，使他觉得自己很重要。

“请坐请坐。”他说，同时拉了一把椅子。接着用一个多小时，他详细地解说了皇后新社区铅管市场的特性和优点。他不但同意那个分公司的地点，而且还把他的脑筋集中在购买产业、储备材料和开展营业等全盘方案上。他从讲述一个批发铅管公司如何去展开业务，因而得到了一种重要人物的感觉开始，再扩展到私人方面事情，他变得非常友善，甚至连家务的困难和夫妇

不和的情形也向安塞尔先生诉苦一番。

“那天晚上当我离开时，”安塞尔先生说，“我不但口袋里装了一大笔初步的装备订单，而且也建立和奠定了坚固业务友谊的基础。这位过去常常吼骂我的家伙，现在常和我一块儿打高尔夫球。这个改变，都是因为我请教他帮个小忙，而使他有一种重要人物的感觉。”

销售过程中的说服技巧是灵活多变的，你可在实践中不断总结，寻找出一种最恰当的说服客户的方法。



2. 打电话预约客户时，只需闻其声不必见其人

作为销售员会经常给预期客户打电话，要求特别注重电话礼仪，那么打电话预约客户时需要注意什么，又怎样把话说到客户心坎上呢？

(1) 打预约电话要牢记三件事。

第一件要记得的事情是，不要在中午午睡时间打电话给预期客户，那绝对不是所谓的勇气或有效的杰出表现。你会总是说：“对不起，我打扰你了！”“再见。”

第二件要记得的事情是，你必须设定成功的目标。写下这个目标：我明天早上九点开始要打十五个预期电话。成功的目标还有如：明天早上九点，我开始电话预约，这项预约电话会持续到我得到三个会面机会来证明我的产品，使人们能够相信并购买它为止。

第三件要记得的事情是，在你开始打电话之前，你必须有一个有效的打电话的方式及有潜力的客户名单和他们的电话号码。如果你在打完十个电话之后得不到任何激励，那么暂停下来，看看你的名单和公式，考虑做些改变。

(2) 打电话行销要具备的信念。

一般销售员对电话行销的误解是：电话是和预期客户面对面会谈的代理者。然而在顶尖的推销员眼中，电话线那头生疏的声音，是不能与有效的面对面的表现相比较的。

下面是一些非常有效的电话行销信念。拥有这些信念，你的电话行销就一定会成功。

第一，我一定要和跟我通电话、我确认要见面的人会面。

第二，我所接听到的每一个电话都可能是一次宝贵的交易机会。

第三，我所拨出的每一个电话，都可能为客户带去巨大的帮助。我从事的是一种崇高的帮助人的行业。我的客户需要帮助，而我提供的咨询恰恰是我的客户所需要的。

第四，我的每一个电话不是要获得交流，而是为了获得与客户见面的机会。

一有时间你就默念它们，牢记它们，重复的次数越多，越能深入到你的潜意识中去。

(3) 电话行销突破接待人员阻碍的八个说话策略。

销售人员在电话行销中总是遭受对方接待人员阻拦，在这里提供一些诀窍，让你利用人性和心理学，增加突破的机会，获得见面的机会。你还可以选择你个人风格的方法，或者根据对方的反应随机应变。

① 克服你的内心障碍。

不妨了解你为什么对于没法突破接电话的接待人员的阻拦，会觉得心里很惶恐。

是否因为过去的经验造成的心理障碍，必须突破这种心理障碍。

是否从小就被教导：跟陌生人通电话要客气。

是否觉得买方客户是你的衣食父母，你不敢轻易冒犯。

你是否站在接电话者的角度思考，想象他将如何拒绝你。

如果你这样想，就变成了两个人在拒绝你。

② 注意你的语气。

“早安，请问张先生在吗？”不要说“我是……”如果接电话的人说出他自己的名字，就说：“嗨，李小姐，请问张先生在吗？”

③ 将接待人员变成你的朋友。

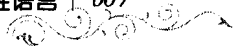
你以平常的开场白说：“早安！我是××单位的，想跟张先生谈谈，请问您尊姓大名？”

接电话的人说：“我是他的秘书，李小姐。”

你说：“假如你是我，而你必须跟张先生谈谈，你要怎么办呢？”

④ 避免直接回答对方的盘问。

接电话的人通常会盘问你三个问题：你是谁？来自哪家公司？有什么事情？



如果你不直接回答这些问题，他们就不知道该怎么办。

你该这样回答：“我很想告诉你，但是这件事情很重要，我必须直接跟他说。”或说“我也不确定。”

⑤ 使出怪招，迂回前进。

让接电话的人措手不及，不要让自己听起来就像推销员，要使出些怪招让对方失去戒心。

⑥ 摆高姿态，巧过难关。

“你不转这个电话，公司将会因此而失去赚钱的机会，你愿意冒这个风险吗？”

“既然你不愿意接电话，能不能告诉我你的名字？如果贵公司还有人打电话来询问，我就可以告诉他，我曾经跟谁谈过了。”

⑦ 别把你的名字跟电话号码留给接电话的人。

如果买方不在或是没空，再找机会试试。“如果你是我，你会再打电话来吗？”

“我想我再打电话过来，什么时间比较恰当？”

⑧ 对于语音信箱。

如果是语音信箱，通常不必留下任何讯息。

不过要仔细听他的声音，想象以后如何沟通比较好。

如果在语音信箱留话，务必令人印象深刻。你可以这么说：

“有三个理由你一定要打电话给我。”

“将这个留言消去，并不能消去你的问题。”

“将这个留言消去，你可能付出很高的代价，你愿意冒这个风险吗？”你还可以先留下你的名字和电话号码，然后在重要事项讲一半时切断电话，好像是电话线突然中断一样。

3. 初次见面说好开场白，可以消除彼此的陌生感

推销员与准顾客交谈之前，需要适当的开场白。开场白的好坏，几乎可以决定这一次访问的成败，换言之，好的开场白，就是推销员成功的一半。推销高手常用以下几种创造性的开场白：

(1) 直接告诉对方会让他省钱和赚钱。

几乎所有的人都对钱感兴趣，省钱和赚钱的方法很容易引起客户的兴趣，如：

“张经理，我是来告诉你能让贵公司节省一半电费的方法的。”

“王厂长，我们的机器比你目前的机器速度快、耗电少、更精确，能降低你的生产成本。”

“陈厂长，你愿意每年在毛巾生产上节约5万元吗？”

(2) 真诚的赞美。

每个人都喜欢听到好听的话，客户也不例外。因此，赞美就成为接近客户的好方法。

赞美准顾客必须要找出别人可能忽略的特点，而让准顾客知道你的话是真诚的。赞美的话若不真诚，就会成为拍马屁，这样效果当然不会好。

赞美比拍马屁难，它要先经过思索，不但要有诚意，而且要选择既定的目标。

“王总，您这房子真漂亮。”这句话听起来像拍马屁。“王总，您这房子



的大厅设计得真别致。”这句话就是赞美了。

下面是如何赞美客户的开场白实例。

“林经理，我听××服装厂的张总说，跟您做生意最痛快不过了。他称赞您是一位热心爽快的人。”

“恭喜您啊，李总，我刚在报纸上看到您的消息，祝贺您当选十大杰出企业家。”

（3）利用好奇心。

现代心理学表明，好奇是人类行为的基本动机之一。美国杰克逊州立大学刘安彦教授说：“探索与好奇，似乎是一般人的天性，对于神秘奥妙的事物，往往是大家想要关注的对象。”那些顾客不熟悉、不了解、不知道或与与众不同的东西，往往会引起人们的注意，推销员可以利用人人皆有的好奇心来引起顾客的注意。

一位推销员对顾客说：“老李，您知道世界上最懒的东西是什么吗？”顾客感到迷惑，但也很好奇。这位推销员继续说，“就是您藏起来不用的钱。它们本来可以购买我们的空调，让您度过一个凉爽的夏天。”

某地毯推销员对顾客说：“每天只花一毛六分钱就可以使您的卧室铺上地毯。”顾客对此感到惊奇，推销员接着讲道：“您的卧室12平方米，我厂地毯价格每平方米为24.8元，这样需要297.6元。我厂地毯可铺用5年，每年365天，这样平均每天的花费只有一毛六分钱。”

推销员制造神秘气氛，引起对方的好奇，然后在解答疑问时，很技巧地把产品介绍给顾客。

（4）提及有影响的第三人。

告诉顾客，是第三者（顾客的亲友）要你来找他的。这是一种迂回战术，因为每个人都有“不看僧面看佛面”的心理，所以，大多数人对亲友介绍来的推销