

每一单成功的交易，都是一次完美沟通的过程
每一次成功的沟通，都是来自于对细节的把握



如何说 顾客才会听 如何做 顾客才会买



◎销售员与顾客的沟通圣经◎

新颖巧妙的沟通策略、实用有趣的沟通技巧、简单细致的沟通方案，销售人员轻松搞定客户、提升业绩的实用宝典。

张超◎著

陈静涛

搜狐搜索事业部
商业产品总监

管永胜

紫博蓝大客户部
销售总监

吴晓飞

新松地产开发有限公司
副总经理

**鼎力
推荐**



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

第一單元 如何說好話、第一單元 如何說好話
第一單元 如何說好話、第一單元 如何說好話

如何說 顧客才會聽 如何做 顧客才會買

如何說好話
如何說好話

如何說好話
如何說好話

如何說好話
如何說好話

如何說好話

如何說好話

每一单成功的交易，都是一次完美沟通的过程
每一次成功的沟通，都是来自于对细节的把握



 新世界出版社
NEW WORLD PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

如何说顾客才会听, 如何做顾客才会买 / 张超著. —北京: 新世界出版社, 2010. 7

ISBN 978-7-5104-1051-2

I. ①如… II. ①张… III. ①企业管理: 销售管理 IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 104936 号

如何说顾客才会听, 如何做顾客才会买

作 者: 张 超

责任编辑: 罗平峰 邓 婧

责任印制: 李一鸣 黄厚清

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京市西城区百万庄大街 24 号 (100037)

发 行 部: (010) 6899 5968 (010) 6899 8733 (传真)

总 编 室: (010) 6899 5424 (010) 6832 6679 (传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版权部: +8610 6899 6306

版权部电子信箱: frank@nwp.com.cn

印 刷: 北京中印联印务有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 710 × 1000 1/16

字 数: 270 千字

印 张: 17

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

书 号: ISBN 978-7-5104-1051-2

定 价: 27.00 元

版权所有, 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。

客服电话: (010) 6899 8638

序

在众多的销售类书籍中，张超老师的这本《如何说顾客才会听，如何做顾客才会买》以其独特的案例、生动的情景、实用高效的方法与技巧，让我眼前一亮。

“多听多看少开口”、“主动热情辨需求”、“简洁系统专业化”、“肯定认可加暗示”、“不卑不亢促双赢”、“胆大心细找时机”……一个个准确而简洁的销售沟通准则如醍醐灌顶，系统而专业地为每一个销售员指明了方向。

“五分钟和准客户成为朋友”、“要想钓到鱼，就要像鱼那样思考”、“不要又臭又长的谈话，有话请直说”、“嫌货才是买货人，尽量让客户说话”、“最简单的开场白——准确称呼客户”、“初次见面，可以不谈销售”……一个个实用而有效的建议让人感觉独特而又熟悉，这些就是我们的销售人员每天所进行的工作，但是，层出不穷的问题也恰恰是出现在这些日常工作中，张超老师就像一位称职的销售经理，站在一旁，对每一个情景案例、每一句沟通的话语都做出了中肯的利弊分析，使读者豁然开朗。

我阅读本书时，不但体会到了一个个完美销售的沟通过程的精彩，经历了一次次完整销售流程的洗礼。而且，读者能够将销售沟通分成若干个细化的知识点，通过每一个知识点的学习，将一个完整的销售沟通体系印入到自己的脑海中。

在市场化如此发达的今天，销售对于每一个企业都是至关重要的，而且，销售人员的数量也在与日俱增，因为大家都看到了拥有良好的销售技能对企业、对个人能产生巨大的利益。但为什么在如此好的大环境下，还有那么多企业为自己的销售团队担忧呢？其实追溯根源，还是在于销售团队中最基层的销售人员的业务技能有所欠缺造成的。毫无疑问，不论企业管理人员还是销售人员，都有着强烈的意愿去做好每一单生意，谈成每一项业务。我们从不怀疑销售人员对工作的专注度与高涨的热情，但很多时候他们往往忽略了一些在销售中应该掌握的沟通技能与方法。说到底，销售还是一个“说”和“做”的艺术，而在张超老师的这本书中，你可以找到最好的解答。

很荣幸能成为这本书的第一位读者，并且从中得到了很多启迪，我向大家推荐这本书，是因为借助这本书我们可以边学边练，学用结合，切实有效地解决销售沟通中的问题，为每一位销售员创造一流业绩打下扎实的基础。

法罗力集团商务总监 周旗

2010年初夏

前 言

很多销售员经常会遇到这样的问题：

刚刚说了一句“您好”，却遭遇冷言冷语；

我们热情招呼，顾客却沉默不语；

我们引导顾客体验，可他却无动于衷；

顾客很喜欢我们的东西，却拼命杀价；

眼看就要成交，却被一句话搞砸；

.....

销售是一个与人打交道的过程，销售员的沟通技能决定销售的成败，可以这样说，每一个成功的交易都是一次完美的沟通过程，每一个失败的交易必定是在沟通中产生偏差！

人们往往认为，商品市场中的销售者只是在销售商品。其实，从沟通学的角度，从更高的层次来分析，销售者销售的其实是“人”。这才是买卖成功的秘诀，也是商品销售的最高境界。因为买卖双方如果认可了对方的“为人”，才更会在欲望的基础上形成动机，采取行动，完成买卖。古今中外，莫不如此。

所谓“沟通”就是：人们分享信息、思想和情感的任何过程！

所谓“销售沟通”就是：把销售看成销售方和顾客的沟通过程，销售方要主动捕捉顾客的信息，研究顾客的需求，有针对性地发布相关信息，促使顾客产生购买的欲望，促成销售的成功。

然而，沟通远不是一沟就通的，所以就有“有效沟通”与“无效沟通”之分。

有效沟通是将有意义的信息，通过适当的方式和必要的沟通渠道，由一个主体送达至另一个主体，并为对方所接受的过程。非真实的信息自然不能进行有效沟通。有了真实的信息也需要沟通，也有选择渠道、选择方法的问题。信息的真实性，并不能保证沟通的有效性，以至沟通中出现“一只耳朵进、一只耳朵出”，甚至“充耳不闻”的现象，这就是无效沟通。其原因是不同的信息对于传递信息的方式、传递渠道的选择有要求，就是“一把钥匙开一把锁”。真实的信息，选择了不恰当的传递方式、不恰当的传递渠道进行传递，就会产生信息误解或扭曲，导致沟通受挫或受阻，有时甚至产生沟通障碍，产生“对牛弹琴”，更可能产生“逆反心理”，形成“顶牛”状态。

而且销售中的沟通，不是一成不变的，更没有固定的模式可以遵循。销售中的沟通必须根据不同消费者的不同需求，根据市场变化乃至细分市场的变化，创新不同的销售沟通方法。可以说，销售沟通蕴涵高度技巧，是一种艺术。

而真正的沟通，并非“花言巧语”“巧舌如簧”之类的吹嘘和欺骗，它是指销售员以诚实而科学的态度，向顾客介绍或解说产品的一种语言表达能力，从而得到客户的认同。而“如何说”和“如何做”是沟通技能中最为重要的两个方面，这也是一个人语言积累运用和处理能力的体现。

本书以“如何说顾客才会听，如何做顾客才会买”为核心理念，分上下两篇，分别从“销售沟通实务”与“销售沟通素养”两方面向读者阐述销售沟通的实用技能，书中引用了大量真实的销售案例，向读者展示了在每一个完整的销售过程中，每一个步骤要培养的沟通技能；为读者提供日常的沟通技能修炼的基础学习理论。

全书内容主要以方法、技巧、案例为主，通过案例的形式，向读者展示了最为实用的行之有效的技巧与方法，力求让每一位销售员做到“看即能懂——懂即能用——用即有效”。

上篇 销售沟通实务篇

——伴随销售的八组七字箴言

第一章 多听多看少开口

——开拓客户必备的沟通技巧

1. 让老客户与“局外人”为你宣传 / 003
2. 五分钟和准客户成为朋友 / 006
3. 要想钓到鱼,就要像鱼那样思考 / 008
4. 不要又臭又长的谈话,有话请直说 / 011
5. 嫌货才是买货人,尽量让客户说话 / 015
6. 不要希望所有人都是你的客户 / 017

第二章 主动热情辨需求

——接近顾客必备的沟通技巧

1. 最简单的开场白——准确称呼客户 / 020
2. 初次见面,可以不谈销售 / 022
3. 在第一时间巧妙对客户进行询问 / 025
4. 做到有效提问的几种方法 / 027

5. 划着的火柴才能点燃蜡烛,客户只买“热情”的单 / 029
6. 枪打出头鸟,客户想知道还有谁买过 / 031

第三章 简洁系统专业化

——产品介绍时的沟通技巧

1. 客户喜欢顾问、专家式的销售人员 / 033
2. 最大限度地把产品的优势充分展现出来 / 035
3. 必须承认,产品既有优点也有不足的地方 / 038
4. 良好的产品介绍更需要专业的语言 / 040
5. 介绍产品前吸引客户的注意 / 043
6. 学会让数字为你说话 / 046

第四章 肯定认可加暗示

——客户异议处理必备的沟通技巧

1. 仔细观察并思考,对客户不同反应做出应对 / 050
2. 抓住客户情感的心结 / 053
3. 异议不可怕,关键是找出真实意图 / 055
4. 处理客户疑议时的五大技巧 / 057
5. 直接否认客户的异议要把握好度 / 060
6. 引导客户向你设定的预期方向转化 / 062

第五章 不卑不亢促双赢

——谈判磋商必备的沟通技巧

1. 谈判是一场以双赢为目的的生意 / 066
2. 谈判桌上五种话不要说 / 068
3. 要有洞察先机、先发制人的能力 / 071
4. 退一步不是宣告失败,也不是退出竞争 / 072
5. 扬长避短,以产品的核心卖点为销售重点 / 074
6. 声东击西之计,用长远的基本问题来代替眼前的要求 / 076
7. 把握僵局的人,才能最后胜出 / 079

第六章 胆大心细找时机

——促成交易必备的沟通技巧

1. 成交前最重要的语言艺术——积极的字眼 / 082
2. 切中客户的要害进行说服 / 084
3. 给客户一个购买的理由 / 086
4. 促成交易的口才技巧 / 088
5. 促使客户做出最后的购买决定 / 090
6. 达成成交协议后,有效地巩固销售成果 / 092
7. 必要时对客户欲擒故纵 / 095

第七章 温馨礼貌表谢意

——售后服务中必备的沟通技巧

1. 抱怨是最好的礼物,意见是进步的动力 / 098
2. 处理客户抱怨的七个黄金步骤 / 100
3. 处理客户抱怨时的四种基本语言技巧 / 102
4. 不要用那些让客户火冒三丈的语言 / 104
5. 争执和批评只能使问题更加恶化 / 106
6. 最好的潜在顾客就是目前的顾客 / 109
7. 最简单的获得认可的语言——谢谢 / 110

第八章 专业诚恳重逻辑

——电话销售必备的沟通技巧

1. 电话不简单,一线万金全凭沟通艺术 / 113
2. 掌握电话销售的基本流程 / 115
3. 电话销售要掌握娴熟的语言技巧 / 117
4. 要不想被人挡驾,就学会巧妙地越过接线人 / 121
5. 电话接通后的 20 秒决定你的成绩 / 124
6. 销售从被拒绝开始,陌生电话怎么打 / 127
7. 想不被人烦,要知道什么时候打电话最好 / 130

下篇 销售沟通素养篇

——一流销售员的八大沟通基本功

第九章 一流的口才带来一流的业绩

——销售其实就是一个完美沟通的过程

1. 一句话能把人说笑,一句话也能把人说跳 / 135
2. 成功预约:金口才让你走出成功的第一步 / 138
3. 打开局面:不再受冷遇的语言艺术 / 141
4. 取得突破:销售口才助你更上一层楼 / 143
5. 激发欲望:让不买的人也想买 / 146
6. 说服艺术:促使顾客做出购买决定 / 149

第十章 一分钟读懂对方心理

——销售沟通离不开心理学

1. 察言观色,了解客户的内心世界 / 153
2. 眼睛就是客户赤裸的内心 / 158
3. 学习心理学,看穿顾客的十一种消费心理 / 159
4. 察言观色,从肢体语言洞悉几种客户心理 / 163
5. 把痛苦说透,把好处说够 / 166
6. 小动作“出卖”客户大心理 / 170

第十一章 说该说的话,说有用的话

——销售沟通的黄金定律

1. 唤起注意:学会与人套近乎 / 173
2. 换位思考:从客户的立场出发 / 176
3. 直接准确:销售语言要有针对性 / 178

4. 幽默风趣:让客户笑了就好办 / 180
5. 诚挚真诚:发自心底地去关爱别人 / 183
6. 委婉含蓄:绕个圈子说话有时也有效 / 185

第十二章 把话说到客户的心坎儿上

——销售语言的表达技巧

1. 不说批评性话语,人们都喜欢听好话 / 187
2. 多说“我们”少说“我” / 189
3. 将对方和你的“一些相同点”加以扩大 / 191
4. 不要把客户当上帝,要把客户当朋友 / 192
5. 枯燥的话题,束之高阁比和盘托出更高明 / 194
6. 专业性术语,让客户如坠五里云雾中 / 197

第十三章 让声音充满感染力

——销售沟通中语速语调的控制

1. 语气不同,说话的效果大不一样 / 199
2. 嗓音是决定一个人说话效果的关键 / 201
3. 要想打动对方,声音必须有感染力 / 203
4. 高低轻重有讲究,熟练控制说话的语调 / 205
5. 说话快慢有艺术,把握好说话的节奏 / 206
6. 别把话一起说完,恰当地运用停顿 / 208

第十四章 会说的不一定比会听的强

——销售沟通中倾听的艺术

1. 雄辩是一门艺术,沉默也是 / 212
2. 倾听不是犯傻,互动才是王道 / 215
3. 全神贯注地去倾听,用心地去倾听 / 217
4. 打断客户的谈话是最愚蠢的行为 / 220
5. 学会去倾听客户的诉求 / 222
6. 用倾听来化解客户的抱怨 / 224

第十五章 千万不能吝啬你的赞美

——销售沟通中赞美的艺术

1. 赞美是接近客户的有效方法 / 227
2. 真诚的赞美没人会拒绝 / 230
3. 真实的,才是人们喜欢的 / 233
4. 赞美并不是拍马屁,也不等同于阿谀奉承 / 236
5. 陈词滥调或者不着边际的赞美只会惹人生厌 / 239
6. 赞美贵在贴心,让人感觉如沐春风 / 243

第十六章 迂回巧妙也要滴水不漏

——销售沟通中的语言策略

1. 说赢客户不是赢,争辩不是个好办法 / 247
2. 每隔 30 秒,你就要有所变化 / 249
3. 暗示语言,来自心灵的力量 / 251
4. 想说服客户购买你的产品,最好能让客户不停地对你说 YES! / 254
5. 销售员打死也不能说的 5 句话 / 255
6. 把握巧妙话的分寸和尺度 / 257



上篇 销售沟通实务篇
——伴随销售的八组七字箴言



中国书画函授大学

中国书画函授大学
肇庆分校建校八周年纪念册



第一章 多听多看少开口

——开拓客户必备的沟通技巧

1. 让老客户与“局外人”为你宣传



每一位销售员都知道，在销售过程中最大的障碍是什么？是信任！在中国的传统文化中，信任是做人处世的最基本法则，而信任的来源很大程度上是因为人们的心理存在敬畏。孔子说：“君子有三畏——畏天命，畏大人，畏圣人之言。”而在今天的商业社会中，人们最相信的商业信息来源主要有两个：一是权威、专家；二就是朋友或关系密切的人。前者因为敬畏而产生信任，后者因为亲密而产生信赖。这两个方面都是在销售工作中，尤其是在销售沟通中必须合理运用的关键因素。

有很多销售员认为，任何人只要肯介绍客户，他就是好的推荐人。从理论上来看这确实没有错，可是惟有本身也是合适客户的人士，才会更具有说服力。强有力的推荐人，对销售员来说，具有很高的价值。可是通常只有以下两种理由，客户才愿意为销售员做郑重的推荐：

第一种，推荐人跟销售员之间有非同一般的友谊，以至于推荐人可以不计后果，而且不管结果会怎样，都愿意鼎力推荐。客户多半来自销售员个人亲密的亲朋好友，或者是曾经有恩于他，基于报恩，所以愿意