

第一次
做销售就上手



冠军销售员的口才真经，顶尖销售人才的成功之道

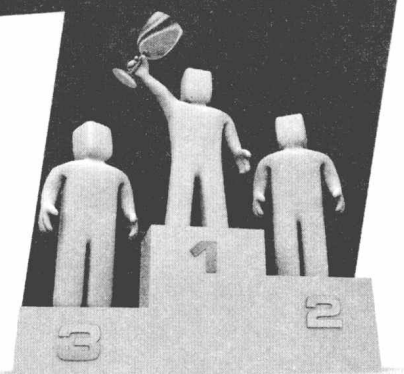
销售员人手一册的口才指导枕边书
练就无往不胜的口才技能，摘取不容置疑的销售桂冠

销售冠军 的说话之道

王宝玲·编著

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

第一次
做销售就上手



销售冠军 的说话之道

王宝玲·编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

销售冠军的说话之道 / 王宝玲编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2013. 3
(第一次做销售就上手)
ISBN 978-7-115-30581-7

I. ①销… II. ①王… III. ①销售—语言艺术 IV.
①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第319846号

内 容 提 要

做销售, 口才首当其冲! 一个销售员的口才如何不但决定着自已的业绩的好坏, 更关系着公司事业的发展。所以, 培养优秀口才不仅是销售员完善自我人生职业生涯必须兑现的一个承诺, 也是提高公司业绩、实现公司规划的重要途径。一个销售员拥有一副好口才, 就是为自己步入辉煌的职业人生加上了一个优质砝码。本书通过经典的案例和实用的方法, 从八个方面向读者介绍了销售员提升口才的方法和措施, 销售员读后一定会业绩倍增。

第一次做销售就上手

销售冠军的说话之道

◆ 编 著 王宝玲
责任编辑 任忠鹏
执行编辑 张婷婷

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 14.5 2013年3月第1版
字数: 200千字 2013年3月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-30581-7

定价: 36.00元

读者服务热线: (010) 67172489 印装质量热线: (010) 67129223
反盗版热线: (010) 67171154

前言

股神巴菲特说过：“有一件事你是必须做的，不管你喜欢与否，那就是轻松地当众演讲，这可能得花些工夫，但这是一种财富，将伴随你五十年到六十年之久。如果你不喜欢这样做，那就是你的不利条件，同样会伴随你几十年。这是一项必备技能。英国首相丘吉尔也曾经说过：“你能面对多少人讲话，你的成就就有多大！”由此可以看出说话之道在人们生活中的重要性。

很多销售员在工作中会忽视说话之道，他们认为：“不会说话没什么要紧的，只要能赚钱就行”、“话说得再好听，完不成销售任务也等于没说”、“病从口入，祸从口出，话说多了，必有一失”……这些错误的看法都会影响销售员对说话之道的重视程度，进而对他们的销售业绩产生影响。

销售员在面对客户时，不能总是把底牌和盘托出，也不能言而无信，既然话是说给客户听的，只有把话说到客户心坎里，才能博得客户的好感。这就像我们在垂钓时，必须以鱼儿最爱吃的蚯蚓、虾肉、螺肉等作为鱼饵，这样鱼儿才有可能上钩；反之，如果用的是鱼儿不爱吃的东西，无论你做何努力，鱼儿都是不会上钩的。如果销售员在销售过程中不顾及客户心理，只管自己滔滔不绝地说，那么客户当然不会愿意听。

在竞争激烈的现代社会，客户具备了越来越专业的知识，他们看待产品或者服务的角度有了新的变化，而且向销售员提出的问题也更加深刻、更有见解。同时，市场上产品的种类也越来越多，客户在购买时有了很大的选择余地，销售员作为主要的推销者，为了让客户正确理解自己的意思，不仅需要专业的知识来满足客户的需求，而且还需要具备一定的表达技巧，使自己的产品从众多产品中脱颖而出。

墨子的学生曾经问过墨子：“话是说得多好，还是说得少好？”墨子回

答说：“你看田里的青蛙，整天叫个不停，却没有谁理会它，而公鸡每天只在天快亮的时候才叫一两下，人们都很注意它。”可见，话不在说得多少，而在说得有用。

销售是一个靠嘴吃饭的职业，作为销售员，不会说话就做不好销售。良好的说话技术与沟通能力，是成为出类拔萃的销售员的关键因素。

说话之道是销售员必须掌握的重要技能，同时也是销售员在工作中开拓客户、提升业绩的必备素质。由于客户的喜怒哀乐很容易被听到的话左右，因此我们在与客户接触时所说的话是至关重要的。只有掌握了说话之道，销售员的才干才可以通过语言充分地展示出来，使客户更深入地了解并且信任销售员，从而达成交易。

顶尖的销售员都有自己的说话之道，本书从如何作拜访准备、洞察客户心理、接近客户、对付难缠的客户、准备成交话术、售后服务、客户回款、远离陷阱八个方面进行了详细的讲解，并通过案例以及案例分析给出了指导方法，告诉销售员各阶段有效的说话之道，来帮助普通销售员早日提升为销售冠军。

本书综合了销售、口才、说话、心理等方面的知识，辅以大量实用性案例，有很强的针对性和学习性，希望能够给立志在销售领域里成为顶尖人才、获得高效业绩的销售员带来具有启示性和指导性的帮助。



目 录

第①章 ■ 要想说得到位，就要充分准备

有自信，才不会恐惧，才能侃侃而谈	2
会交谈，先要会应变	5
熟知产品，才能推销产品	8
随时随地积累谈话素材	11
不妨把热情当成习惯	14
加点幽默，你的话更有味道	17
不怕拒绝，才能赢	20

第②章 ■ 洞察心理，把话说到客户心窝里

了解客户心理的四种途径	26
五种心理让客户更乐于购买	29

不是所有的客户都喜欢免费的午餐	33
客户心理负担越重，就越难成交	36
如何快速与客户拉近距离	40
先交朋友，再谈销售	43
第一印象往往是最终印象	46
给客户提建议，而非帮客户作决定	49

第③章 ■ 接近客户，走好成交第一步

开场白里有机会，一定要抓住	54
激发客户兴趣，吊起客户胃口	57
善言，更要善听	61
巧妙化解客户的成见	64
含蓄和委婉都不可少	67
初次见面，言谈要有针对性	70
赞美听着舒服，奉承听着反感	74
察其言，观其色	77

第④章 ■ 瓦解障碍，难缠的客户不可怕

- 不怕客户有异议，就怕销售没方法82
- 无论如何，绝不与客户争执86
- 细心打探沉默客户的内心89
- 用妙言来应对刻薄的客户92
- 诚恳地聆听怪癖客户的言论95
- 迂回委婉地应对圆滑的客户99
- 不给暴躁的客户发怒的机会102
- 用真诚揭开虚伪客户的面纱106

第⑤章 ■ 巧言妙语，成交其实并不难

- 共同的兴趣能拉近彼此的距离110
- 说服客户，首先要取信于客户113
- 识别客户的成交信号116
- 不卑不亢地实现成交119
- 在客户左右为难时帮他下决心122
- 学会报价，成交更容易126

抓住客户心动的那一刻	129
在不知不觉中实现成交	132

第⑥章 ■ 做好售后服务，不怕客户来找茬

售后服务中蕴涵着无限的成交机会	138
正确处理客户投诉	141
用你的“软语”磨去客户的“棱角”	147
销售员的真心能融化客户的坚冰	151
跟着客户心情消除抵制	154
小抱怨，大处理	157
让客户对产品充满期待	160

第⑦章 ■ 能言善辩，回款快业绩才好

早做防备，不给客户拖欠账款的借口	166
不要被客户牵着鼻子走	169
用晓之以理来打动客户	172
多一些抚慰，少一些刺伤	176
山顶滚石头战术	179

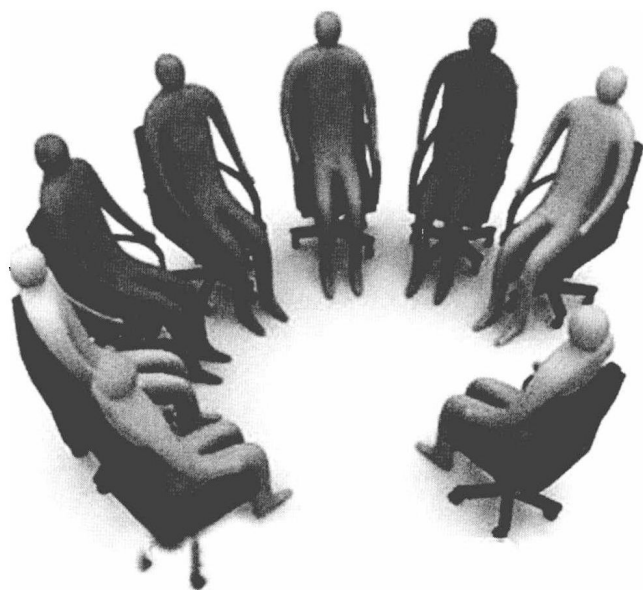
催款也要像销售一样勤快	182
找对关系巧收账	185

第⑧章 远离陷阱，让你的口才更完美

不要轻易满足已得成绩	190
沟通不能没有重点	193
千万别把推销当演讲	196
注意自己使用的每一个词语	199
销售中，要学会感情营销	203
口才要勤练，别学呆鸟不先飞	206
任何时候都要避免无谓的争辩	210
没有目标就没有方向	213
有时无声胜有声	217
沉默也要恰到好处	219

第①章

要想说得到位，就要充分准备



有自信，才不会恐惧，才能侃侃而谈

销售是一项高尚、有意义的职业，是一项可以为客户谋福利、提供方便的职业。正是因为销售员的努力工作，人们才有更多的时间去享受生活、享受生活。但是对于销售员，尤其是一些年轻的销售员来说，在工作中时常会遇到许多问题：由于对产品、对销售缺乏了解，以至于在第一次拜访客户时，犹犹豫豫不敢进门；终于做好准备，与客户见面时，心中忐忑不安：客户会不会看不上我的产品？客户提出的异议若我不能解答该怎么办？客户如果拒绝了我的产品或是服务该怎么办……这些“怎么办”一直缠绕着自己，即便是客户提出的问题自己能够解答，常常也会由于自己的这种恐惧心理作怪，让自己的回答结结巴巴。

试想，一个说话结结巴巴，对自己的产品有所怀疑的销售员，客户会愿意相信他吗？答案肯定是客户绝不会向没有自信的销售员购买任何东西，这样的销售员只会令人讨厌，让顾客觉得是在浪费自己的宝贵时间。

因此，想要成为一名优秀的销售员，成功推销出自己的产品，那么就要不怕遭遇客户的拒绝，克服恐惧，树立自信心。

美国著名的销售员麦克，曾经是一家报社的广告销售员。他常常将自己要拜访的特殊客户罗列在一个名单之中。在邻近拜访之前，麦克习惯性地走到公园，把名单上的客户念100遍，然后对自己说：“在本月之前，你们将向我购买广告版面。”

第一周，他仅仅和12个“不可能”的客户中的3人做成了交易；第二周，他的成交量增加到5个客户；到月底，12个客户中只有1个没有购买麦克的产品。但是麦克并没有放弃这一位客户。在第二个月内，麦克没有去开

发新客户，而是一直拜访这位“执著”的客户。每天只要这位客户的公司刚一开门，麦克就立马去推销自己的广告业务，但是得到的都是这位客户毫不留情的拒绝。可麦克就好像什么都没听到一样，每天坚持拜访，直到这个月的最后一天。

这一天，客户很不解地问麦克：“你已经浪费了一个月的时间说服我买你的产品，但是都被我拒绝了，我想知道究竟是什么支撑你这样做的。”麦克笑着说：“那是因为我相信我的产品是非常棒的，绝对可以为您带来益处。同样，我并没有觉得自己是在浪费时间，实际上我倒觉得自己是在上学，而您就是我的老师，您正在一步步地训练着我的自信。”客户似乎很满意，点了点头说：“在我看来，我也是在上学，你就是我的老师，你教会了我‘坚持到底’。对我来说，这是无价之宝。当然，你也让我相信了你的产品。为了表示我的诚意，我准备买你一个广告版面，作为付给你的学费。”

就这样，麦克终于全额、圆满地完成了任务。

事实上，产品卖不出去并不在于产品本身，而主要是看销售员是否有把产品卖出去的坚定信念以及切实可行的推销方案。案例中的销售员麦克就是利用自己对产品的自信征服了客户，让客户主动购买自己的产品。可见，对于销售员来说，自信是你赢得客户好感、实现成交的前提。

没有自信，就没有魄力；没有魄力，就生意冷淡；生意冷淡，就更加没有自信。如此一来，便形成一个恶性循环，实现成交自然也就变成天方夜谭。为了避免这种情况的出现，销售员首先要树立自信心，同时对产品、公司充满信心。唯有自信，才能让你的销售更顺畅。

基于此，销售员应该怎样做才能增强自己的自信，以自信感染客户呢？

(1) 全面了解产品，才能对产品充满自信

在销售中，大多数销售员常常会将自己业绩提不上去的重要原因归结为产品不好。只要客户对自己的产品提出意见或是抱怨产品质量，销售员就会马上抱怨自己的产品质量。其实，这是非常不利于销售的。

归根到底，最终原因还是销售员对自己的产品不够了解。要知道，只要产品符合国际、行业或是企业标准，都是合格的产品，同样也是企业最好的产品。不论客户对产品产生什么样的怀疑，只要你相信自己的产品，你就拥有了说服客户最有力的武器。

除此以外，有的客户还会觉得产品价格不合理，存在偏高现象。“一分钱一分货”，销售员也只有通过了解产品，找到产品的优点，才能帮助客户理清产品价格偏高的原因，达到让客户信服的目的。

（2）充分的准备，是你保持自信的前提

多一手准备，就会少一分担心，进而就会减少一分自己的恐惧心理。绝大多数销售员在面对客户时，总是由于准备不足，致使自己在销售过程中或是签约环节，面对突如其来的事件，常常手忙脚乱，一旦处理不当，就会导致销售失败。

这种情况让人感到非常惋惜，所以销售员一定要在拜访客户前，做好充分的准备。这样，你才能在销售中游刃有余，给客户留下专业的形象，更能增加客户对你的信任。

（3）得体的外表也会增加自信

得体的着装有助于增强人们的自信，也可以使自己的形象更容易得到他人的认同，而他人的认同和赞赏与人们的自信心又是相辅相成的——自信的人更容易得到他人的认同，而他人的认同又可以进一步增强一个人的自信心。

对于推销员而言，一套令自己产生充分自信心的行头自然是拜访客户的必备道具。这一道具除了可以起到增强自信心和引起客户好感的作用，也是一种身份和品位的象征，如果穿着不够得体，那就会使你代表的公司和产品形象大打折扣。

（4）自信还需要进取心做支撑

优秀的销售员需要有积极的进取心，当一个个目标实现的时候，自信

心便会逐渐增强。进取心可驱使一个人在未被吩咐做某事之前就主动去做应该做的事。推销员必须克服拖延的恶习，把它从你的个性当中抹掉。如果把今天的事情拖到明天去做的恶习正侵蚀着你的意识，除非你除掉它，否则你将难以有任何成功。拖延是你取胜的致命大敌，你必须除掉它。

推销员应牢记：不管你是替谁工作，推销什么，这是“你”的生意。你做得越好，就有越多的人变成你的客户。只要你有一分钟不工作，这一分钟就浪费了你的能力和金钱。

恐惧是自信的敌人，反过来讲，自信又是恐惧的克星，它能帮助你顺利完成计划，实现目标。所以，销售员应该时时建立自信，用自信扫除成功路上的一切障碍——这是战胜一切的诀窍。拥有自信的心态，胜过拥有一座金矿。

会交谈，先要会应变

在销售过程中，销售员总是会遇到形形色色的客户，各式各样的突发事件，如面对刁钻客户的故意发难，面对客户的假意拒绝，或是排除第三者的意外干扰等。当然，销售员在商场中遇到的意外情况还有很多。如果在面对这些问题时，销售员不懂变通，仅仅拘泥于一般的原则，找不到一套有效的应对方法，就会措手不及，导致销售的最终失败。

事情真的会这么严重吗？的确如此。商场如战场，市场是瞬息万变的，况且销售员在遇到一些突发状况时，根本就没有时间去请示领导，如果自己不会应变，不懂应变，那么迟早会失去客户，失去交易。相反，只有销售员具备了应变的口才，那么，他才能够销售中以不变应万变，顺利实现交易。

有一位小伙子跟着自己的师傅学手艺，眼看就要出师了，小伙子非常高兴。第一个月他接下了4单生意，分别为中年农夫、屠夫、樵夫、老人打造四把斧头。最后，终于成功完成任务，小伙子对自己的表现感到很满意。

第一天，中年农夫来取斧头。可是他掂量掂量斧头之后说：“不行，你给我打的斧头太重了，我可不要。”小伙子听后，不知道该怎样应对。站在一边的师傅说：“您正处壮年，年轻有为，斧头重点您干活才能够得心应手呀！”中年农夫听了之后，非常满意地付过钱离开了。

第二天，屠夫进门之后，看到为自己打造的斧头，很不满意地说：“这把斧头这么小，我还得用它来砍骨头呢，但是太小了，根本就用不上力。你重新给我打造一把大点的吧！”小伙子顿时脸发红，这时旁边的师傅赶紧替他解围：“您经常砍骨头，臂力比较大。再说，您砍骨头的时候，胳膊还得往上举点。如果斧头太大的话，相应重量就会重一点，那么您举着一定会手腕发酸的。我徒弟考虑得很周到。”屠夫感觉很有道理，拿着斧头就离开了。

接下来，是一位年轻气盛的樵夫，一进门就劈头盖脸地问：“我打一把斧头，怎么就那么久呀，是不是看不起我砍柴的呀？”这让小伙子更是无言以对。师傅又开口说话了：“瞧您说到哪了，慢工出细活呀，给您打造出锋利的斧头，您才能够砍更多木材，是吧？”樵夫听了，立刻转怒为喜，满意地提着斧头回家了。

三位挑剔的客户终于被师傅轻而易举地说服了。最后一位老人满头大汗地踱进门，皱着眉头问小伙子：“你是不是偷工减料了？怎么这么快就打造好了斧头？”这顿时又让小伙子无以应对。师傅赶紧上来解释：“老人家，我们为了怕您久等，连夜赶工打造出来的。质量绝对包您满意。”最后，老人也乐呵呵地离开了。

有人说销售员要具备狐狸的狡猾、猎鹰的机敏。的确，本案例也说明了这样一个道理。小伙子虽然学会了技艺，但是由于缺乏随机应变的口才，如

果不是自己师傅的帮忙，可能早就已经与成交失之交臂了。

因此，销售员在实际销售中，要善于发现周围的每一个有用的信息，对周围每一个细小的变化都要快速做出反应，思维敏捷，比客户技高一筹，这样才能最终实现销售。

那么，销售员应该怎样练就这一项随机应变的口才技能呢？

（1）把话说到“点子上”

世界上没有两片相同的树叶，不同的客户，在购买动机、性格习惯、收入水平、文化水平、年龄、性别等方面也有所不同。某种语言风格和内容可能适合于某一类或某几类客户，但不可能适用于所有的客户。所以，销售员说话一定要有选择性，切记不要千篇一律。

除此以外，销售员还要注意不同的时间和场合，由于顾客的需求强度不同、要解决的问题不同、洽谈环境不同、洽谈气氛不同，自然会有不同的谈话方式和内容，需要使用不同的语言艺术。只有根据这些因素考虑推销语言的使用，你才能最大限度地发挥出语言艺术的作用，才能真正对症下药，说服客户。

（2）把握客户的心境，牵着客户的鼻子走

到什么山上唱什么歌，见什么客户说什么话，良好的应变能力常常是以把握好客户的心境为前提的。“出门看天色，进门看脸色”说的也是这个道理。

所谓“心境”，就是我们通常所说的心情、情绪。人们的情绪常常表现为两个方面，即激动或是平静，这就要求销售员能够区别对待。

★激动型。通常表现为强烈的、短暂的、爆发式的情绪状态。所以你在与这类客户交流时一定要考虑这个情绪特点。在对方愤怒、反感、焦虑、狂热的时候，首要的任务是让他安静下来，即从激情状态回复到安静的情绪状态中，这样才可以使客户的理智能够持续活动。此时不妨将实质性的话题撇开，转换为一些能使对方心境恢复平静的话题。比如说一些赞美的话，或是