

/ 一 / 切 / 成 / 交 / 都 / 源 / 于 / 能 / 言 / 善 / 辩 / 的 / 口 / 才 /

用语言打开 销售的大门

YONG YUYAN DAKAI
XIAOSHOU DE DAMEN

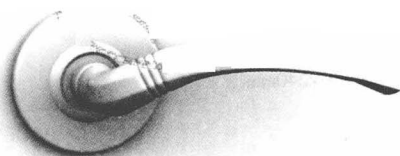
语言是打开销售大门的金钥匙

刘洪涛◎编著

语言具有一股神奇的力量，它可以让两个陌生的人变得亲密无间，可以让消极的人重燃斗志，也可以让一支没落的军队重振旗鼓……一个人一定要有运用语言的力量，尤其是一名推销员，语言就是你战场上的武器，就是你打开他人心扉的钥匙，就是你获得成功的捷径。

沈阳出版社

用语言打开 销售的大门



沈阳出版社

图书在版编目(CIP)数据

用语言打开销售的大门 / 刘洪涛编著. —沈阳:
沈阳出版社, 2012.7

ISBN 978-7-5441-5036-1

I. ①用… II. ①刘… 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 169482 号

出版者: 沈阳出版社

(地址: 沈阳市沈河区南翰林路 10 号 邮编: 110011)

网 址: <http://www.sycbs.com>

印刷者: 三河灵山装订厂

发 行 者: 沈阳出版社

幅面尺寸: 170mm×240mm

印 张: 17.5

字 数: 242 千字

出版时间: 2012 年 12 月第 1 版

印刷时间: 2012 年 12 月第 1 次印刷

策划编辑: 张 艳

责任编辑: 籍 莉 张 艳

封面设计: 青华视觉

版式设计: 张梦凡

责任校对: 陈丹桦

责任监印: 杨 旭

书 号: ISBN 978-7-5441-5036-1

定 价: 29.80 元

联系电话: 024-24112447

E-mail: sy24112447@163.com

前言

生活中处处充满推销。从街市里沿途叫卖的小贩，到街头色彩艳丽的路牌广告，从各种宣传媒体的发行与播放；或从婴儿对母亲的微笑，人们无处不感觉到推销的存在。从广泛的含义来理解，不同职业的人也可理解成各类型的推销员。例如：演员推销艺术，政治家推销政见，传教士推销教义；在此看来以上都是生活中推销的表现形式。人只要生活在世上就要和各种各样的人发生种种联系，产生各种交往。你要取得成功，你就要不断推销自己，用你的推销技巧博得别人的理解、好感、友谊和爱情。综上所述，推销定义为：使自己的意图和观念能获得对方认可的行为。简言之，就是获得他人理解的行为。而推销总之离不开一个字：说。

语言具有一股神奇的力量，它可让两个陌生的人变得亲密无间，可以让消极的人重燃斗志，也可以让一支没落的军队重振旗鼓。一个人一定要有运用言语的力量，尤其是一名推销员，言语就是你战场上的武器，就是你打开他人心扉的钥匙，就是你获得成功的捷径。

做事是检验我们心志的一种最好方式。不要抱怨生活中遇到的困难与挫折，这正是历练自己的机会。人生的道路充满了荆棘，有着各种各样的挫折。走在这条崎岖的人生道路上，如果没有非凡的心志，自己的一生将会是多么的平庸。

当我们在经验、阅历和修养等方面不断地得到提升时，我们就能对自己的人生方向和前景有更加清晰和美好的规划，时刻保持着健康阳光的人生基调，为自己的高标准做事提供坚实有力的储备。

一位哲人说过：“无论做什么事情，你的心志决定了你人生成就的高度。”成功的荣耀永远属于那些果敢进取、百折不挠、机智从容、勇于挑战的人。

本书提出了现实生活中几乎人人都会遇到的问题：如何才能提高你的语言表达能力，从而提高销售能力，使得工作更有成效。无论在会议或是电话中，以至于在日常生活里和别人面对面打交道时，如何讲话都将极大影响你在别人心目中留下的印象。书中每一个章节都涵盖了一个领域，精通掌握该领域能增强你处世的能力。认真读完本书，再按照书中叙述的方法做有针对性的练习，不久你就会发现，你也可以能说会道，独领风骚了。

目 录

第一章 好口才从自我修炼开始

口才训练基本方法	003
对待客户，言语要得体	006
用知识丰富语言	009
不要让说话成为你成功的绊脚石	011
说话在精不在多	013
说话的禁忌	015
掌握对方的交谈特点	018
电话礼仪不可忽视	022
好口才从增加幽默开始	025
你也可以成为说服大师	030

第二章 销售沟通离不开过硬的心理素质

时常面带微笑	035
热情是连接心灵的纽带	039
守信是成事的基础	041
机智是高超推销的前提	045
永远保持积极向上的心态	047
会说，更要懂得倾听	049
销售中的“墨菲定律”	053

客气话也不要多说	058
与客户沟通从心灵开始	060
十一招教你搞定潜在客户	062
诽谤竞争对手并不能给你带来客户	065

第三章 与客户沟通前的准备工作

永远保持自信心	073
勤奋才是成功的保障	077
了解你自己的产品	080
合理制订拜访计划	084
面见客户形象很重要	087
准备好必要的销售道具	091
关键时刻善于表现自己	094
拥有客户其实很容易	100
掌握好沟通的时机	105
学会察言观色	111
紧紧抓住消费者的心理动态	116

第四章 销售沟通中的禁忌

产品介绍千篇一律	123
对客户不能以貌取人妄下定论	124
推销不能“抓大放小”	126
职业腔调太浓郁	129
与客户争吵占上风	131
沟通时东拉西扯没有重点	136
认为说赢客户就能够成交	139
口无遮拦会使你失掉客户源	141

推销切勿急于求成	144
推销过程中的十大禁忌	148

第五章 好的开场白是成功销售的一半

如何说好第一句话	157
别小瞧了称呼	158
怎样才能与陌生人交谈甚欢	160
开场白要有创意	161
引起他人的注意的小方法	164
问候式开场白	170
电话业务的开场白	171
借助专业性完成开场白	173
拉家常式的开场白	176
开场就抓住客户的心	179
不要循规蹈矩地去接近顾客	180

第六章 赞美是销售成功的催化剂

赞美需要真诚	185
赞美不是夸张、夸大事实	187
怎样让赞美拉近与客户的距离	191
赞美不是拍马屁	193
赞美要掌握分寸	199
常用的赞美技巧	202
好的赞美能提升客户的购买欲	204

第七章 用语言打动客户的购买心

推销洽谈有技巧	211
---------------	-----



时刻站在客户的角度	213
抓住客户感兴趣的东西	215
怎样做到与客户“交谈甚欢”	219
激发客户的需求欲望	220
电话中与客户沟通的技巧	222
如何减少客户对你的拒绝	225
吸引客户好奇心	228
现场推销的方法和策略	230
把“我”变成“我们”	232
掌握与客户交谈的节奏	234

第八章 回访打动老客户的心

不要小瞧了售后服务	239
时刻与老客户保持联系	242
送礼送到人家“心坎上”	245
常怀感恩之心	247
主动跟进客户	250
老客户的批评认真听	251
客户一般质疑的基本类型	254
解答客户异议很重要	257
利用老客户认识新客户	259
容易接近客户的 10 种方法	261
积极承诺不如积极兑现承诺	265

第一章

好口才从自我修炼开始



口才训练基本方法

推销之神原一平说过：“培养能言善辩的优秀口才，塑造专业的职业魅力。”一个人要想在与别人的交往中取得成功。离不开一副好口才，销售工作尤其如此。

口才好不好直接关系到能否将产品销售出去。拥有一副好口才，会让你的销售之路越来越平坦。因此，销售过程中需发挥好口才，从而让你的销售之路越来越宽广。

好口才并不是与生俱来的天赋，它是靠刻苦训练得来的。古今中外，一切口若悬河、能言善辩的演讲家、雄辩家，无一不是通过刻苦训练造就的。

日本前首相田中角荣，少年时曾患有口吃病，但他不被困难所吓倒，为了克服口吃，训练口才，他常常朗读、慢读课文，为了准确发音，他对着镜子纠正发音部位，严肃认真，一丝不苟。

美国前总统林肯，为了训练口才，他曾徒步 30 英里，到一个法院去听律师们的辩护词，看他们如何辩论，如何做手势，他一边倾听，一边模仿；他学习那些云游八方的福音传教士挥舞手臂、声震长空的布道的样子；他还常常对着树桩、成行的玉米练习口才。

作为一名推销员，在推销过程中就应练就一副好口才，销售人员如果能拥有一副过硬的口才，在销售过程中就能够得心应手。当然，要想练就一副过硬的口才，就必须像那些成功人士一样，一丝不苟，刻苦训练。不过，练口才光刻苦还不行，还要掌握一定的方法。只有科学的方法才可以使你事半功倍。当然，由于每个人的学识、生活环境、年龄等因素各不相同，练口才的方法也会有所差异，但只要选择最适合自己的方法，加上持

之以恒的刻苦训练，就一定能练出令人称赞的口才。

下面来介绍几种有利于销售人员口才训练的方法：

第一，速读法。“速读”也就是快速地朗读。这种训练方法的目的，是在于锻炼人的口齿伶俐，语音准确，吐字清晰。训练时，拿出一篇演讲词或一篇文辞优美的散文，一遍一遍地朗读，一开始速度较慢，之后一次比一次读得快，最后达到你所能达到的最快速度。在这个过程中，要求速读者不要停顿，发音要准确，吐字要清晰，要尽量达到发声完整。这种方法的优点是不受时间、地点的约束，无论在何时、何地。只要手头有一篇文章就可以练习。

第二，背诵法。这和我们平时背诵课文并不一样，这里说的背诵，主要的目的在于锻炼我们的口才。因此，“这里所讲的背诵”并不仅仅要求你把某篇演讲词、散文背下来就算完成了任务，我们要求的背诵，一是要“背”，二还要求“诵”。目的在于对记忆能力和口头表达能力的培养。

背诵法不同于我们前面讲的速读法。前者的着眼点在“快”上，而背诵法的着眼点在“准”上。也就是你背的演讲词或文章一定要准确，不能有遗漏或错误的地方，而且在吐字、发音上也一定要准确无误。这个训练最好能有指导，特别是在朗诵技巧上给些指导。如果没有这个条件，也可以找人帮助，请他听自己背诵，然后指出不足，使我们在改进时有所依据，这对练口才也很有好处。

第三，练声法。练声也就是练声音，练嗓子。那些饱满圆润、悦耳动听的声音总能更吸引人的关注。所以锻炼出一副好嗓子，练就一腔悦耳动听的声音，是我们必做的工作。

练声的方法如下：

其一，练气。俗话说练声先练气，练气是发声的基础。气息的大小与发声有着直接的关系，所以我们练声时，首先就要学会用气，如何用气呢？首先，吸气。吸气要深，小腹收缩，整个胸部要撑开，尽量把更多的气吸进去。注意吸气时不要提肩。其次，呼气。呼气时要慢慢地进行。要

让气慢慢地呼出。呼气时可以把两齿基本合上。留一条小缝让气息慢慢地通过。

其二，练声。我们知道人类语言的声源是在声带上，也就是说我们的声音是通过气流振动声带而发出来的。需要注意的是，在练发声以前先要做一些准备工作：先放松声带，用一些轻缓的气流振动它，让声带有点准备，发一些轻慢的声音，千万不要张口就大喊大叫，那只能对声带起破坏作用。

第四，复述法。简单地说，就是把别人的话重复地叙述一遍，目的在于锻炼人的记忆力、反应力和语言的连贯性。方法是：选一段长短合适、有一定情节的文章。然后请朗诵较好的人进行朗读，最好能用录音机把朗读录下来，然后听一遍复述一遍，反复多次地进行。直到能完全把这个作品复述出来。

开始练习时，最好选择句子较短、内容活泼的材料进行，随着训练的深入。再逐渐选一些句子较长、情节少的材料进行练习。这样由易到难，循序渐进，效果会更好。

第五，模仿法。我们每个人从小就会模仿，模仿大人做事，模仿大人说话。其实模仿的过程也是一个学习的过程。练口才同样可以用模仿法，即向这方面有专长的人模仿，这也能使我们的口语表达能力得到提高。在模仿过程中，要求尽量模仿得像，要从模仿对象的语气、语速、表情、动作等多方面进行模仿，并在模仿中有所创造，力争在模仿中超过对方。

第六，描述法。这类似于一种看图说话，只是我们要看的不仅仅是书本上的图，还有生活中的一些景、事、物、人，而且要求也比看图说话高一些。简单地说，描述法也就是把你看到的景、事、物、人用描述性的语言表达出来。主要目的就在于训练人们的语言组织能力和语言的条理性。

第七，角色扮演法。也就是要我们学演员那样去演戏，去扮演作品中出现的不同的人物，当然这个扮演主要是在语言上的扮演。这种训练的目的，在于培养人的语言的适应性、个性以及适当的表情和动作。

第八，讲故事法。讲故事，可以训练人的多种能力。因为故事里面既有独自，又有人物对话，还有描述性的语言、叙述性的语言，所以讲故事可以训练人的多种口语能力。

以上八种训练口才的方法，如果你能勤加练习，一定能拥有令人称羡的好口才。

对待客户，言语要得体

在社交场所，在谈判桌上，在销售圈中，在演讲台前……只要有人的地方，就需要交流，就需要对话，就需要高超的讲话能力和卓越的口才。

“口才、金钱、电脑”是最有力气的三大法宝。口才独冠“三宝”之首，可见其作用和价值非同小可。古有使楚的晏子，口才不凡，挣回颜面；苏秦以雄辩之才挂起六国相印；张仪四处游说，建功立业；诸葛亮联吴抗曹，舌战群儒……到了近现代，也出了梁启超、孙中山、鲁迅、闻一多等诸多能言善讲的口才巨擘。

无怪乎，刘勰在《文心雕龙》中感叹：“一言之辩重于九鼎之宝；三寸之舌强于百万之师。”有哲人说，眼睛可以容纳一个美丽的世界，而嘴巴则能创造一个精彩的世界。在现代交际中，口才就是生产力。有口就有财，会说就会赢。是否能说、会说，着实影响着一个人的财富积累与成败。

当你以一个陌生人的身份向客户推销商品时，客户在最开始肯定是怀着半信半疑的态度来看待你的商品。从这时起，你就应致力于沟通顾客的心，让顾客觉得你是与他志趣相投的好伙伴，逐渐地博得他的信任，让他的疑虑逐步消失，最后对你完全信任，交易也就可以顺利完成了。经验表明，推销员在向用户宣传介绍商品时，越是避免突出个人的看法，效果就

越好。比如，“我建议您买这种软件”，会使用户产生疑虑戒备心理，认为此产品是不是推销不出去了。如果改成“这种软件很受用户欢迎，销路不错”，则会使用户感到你是在向他介绍客观情况，即使他持怀疑态度，也会最终打消。

要博取顾客信任是一件很复杂很困难的事情。两个原本素不相识的人，要在很短的推销时间里得到对方的信任，自然是一件不容易的事。但是你要知道，对方既然同意看你的商品，就表明他有意或对你的商品感兴趣，至少你的商品没有使他厌烦。只要抓住你们在这一点上的共识，大家都有一项共同的目标，其他一切就好商量的了。在这种基础上找到突破点，投其所好，对他讲的一些有道理的东西加以附和，并不时地以自己的语言表达他的意思，渐渐地他就觉得你们在一些问题上是有共同语言的，或在某些方面有许多共同之处。于是，他便慢慢地向你靠近了，不再像开始时那样存有很多的顾虑及不信任感。此时，你就应趁热打铁，向他介绍你的商品，并给他留有适当的思考想象的余地。当他提问题时，你应以那种老朋友、知心人的语气给他讲解回答问题。当他对某些方面还有疑问时，你应主动详细地向他介绍，并逐步排除他的一切疑问。让他在心里有这种感觉：“这东西不错，正是我需要的。”“这东西对我来说还真用得上，此时不买，更待何时。”这样，你的交易不就水到渠成了吗？

在实际的推销过程中，作为一名推销员，如果文化修养高、经验丰富，并且能够体察客户的心理，即使与用户谈话不多，也能很快取得客户的信任，促使其对商品形成肯定态度，最终发生购买行为。推销员在访问客户时，从初次见面的客套话到告辞时，说话都必须通情达理，这是发挥推销人员能力的重要时刻，能否说服对方，与说话艺术的优劣关系很大，关键是看你怎样说。下面是推销员在推销过程中经常会用到的一些话术。

(1) 如果客户说：“我没兴趣。”那么推销员就应该说：“是，我完全理解，对一件谈不上相信或者手上没有什么资料的事情，您当然不可能立刻产生兴趣，有疑虑有问题是十分合理自然的。让我为您解说一下吧，

星期几合适呢？……”

(2) 如果客户说：“我没兴趣参加！”那么推销员就应该说：“我非常理解，先生，让您对不晓得有什么好处的东西感兴趣实在是强人所难。正因为如此，我才想向您亲自报告或说明。星期一或者星期二过来看您，行吗？”

(3) 如果客户说：“我要先跟我妻子商量一下！”那么推销员就应该说：“好，先生，我理解。可不可以约夫人一起来谈谈？约在这个周末，或者您喜欢的哪一天？”

(4) 如果客户说：“我现在没空！”推销员就应该说：“先生，美国富豪洛克菲勒说过，每个月花一天时间在钱上好好盘算，要比整整30天都工作来得重要！我们只要花25分钟的时间！麻烦您定个日子，选个您方便的时间！我星期一和星期二都会在贵公司附近，所以可以在星期一上午或者星期二下午来拜访您一下！”

(5) 如果客户说：“请你把资料寄给我怎么样？”那么推销员就应该说：“先生，我们的资料都是精心设计的纲要和草案，必须配合工作人员的说明，而且要对每一位客户分别按个人情况再作修订，等于是量体裁衣。所以，最好是我星期一或者星期二过来看您。您看上午还是下午比较好？”

(6) 如果客户说：“要作决定的话，我得先跟合伙人谈谈！”那么推销员就应该说：“我完全理解，先生，我们什么时候可以跟您的合伙人一起谈？”

(7) 如果客户说：“我没时间！”那么推销员应该说：“我理解。我也总是时间不够用。不过只要3分钟，您就会相信，这是项对您绝对重要的议题……”

(8) 如果客户说：“目前我们还无法确定业务发展会如何。”那么推销员应该说：“先生，我们的行销人员也在关心这项业务日后的发展，您先参考一下，看看我们的供货方案优点在哪里，是不是可行。我星期一