

会说话，卖什么都成交

魏巍◎编著



销售这样说 才有效



XIAOSHOU
ZHEYANGSHUO CAIYOUXIAO

◀ 销售口才提升宝典 ▶

销售员可以不漂亮、可以不精明、可以不博学……但就是不可以没有好口才！

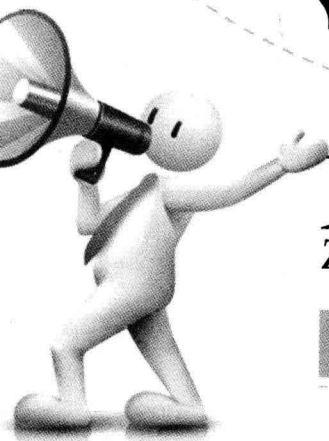
面对不容分说的拒绝、产品的质疑、价格的纷争、售后的抱怨等种种棘手的问题，能够凭借纯熟的“口才绝技”全部摆平，让客户由疑虑到信任，由不满到欣喜——你就是最棒的销售员！

实战
读本



魏巍◎编著

销售这样说 才有效



XIAOSHOU
ZHEYANGSHUO CAIYOUXIAO

◀ 销售口才提升宝典 ▶

内 容 提 要

好口才才是销售人员重要的工作技能,掌握销售的口才策略,就能把话说得婉转动听、打动人心,从而迅速提高自己的销售业绩。

本书从实际出发,细致分类,全面剖析销售中的问题,结合典型的案例,教你如何开发客户、吸引客户、引导客户,如何挖掘客户需求、把握客户的心理,如何自如应答客户的种种“挑剔”或“百般刁难”,如何刺激购买、实现成交。诸多的沟通策略与谈话技巧,操作性与实用性强,是广大销售人员的实战宝典。

图书在版编目(CIP)数据

销售这样说才有效 / 魏巍编著. —北京:中国纺织出版社,2011.11
ISBN 978-7-5064-7935-6

I. ①销… II. ①魏… III. ①销售—口才学 IV. ①F713.3
②H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 202211 号

策划编辑:曲小月 责任编辑:闫 星

特约编辑:李伟楠 责任印制:陈 涛

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

尚艺印装有限公司印刷 各地新华书店经销

2011年11月第1版第1次印刷

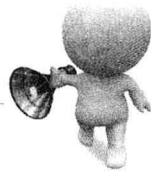
开本:710×1000 1/16 印张:13

字数:174千字 定价:24.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

序言

preface



销售行业有句俗语：“买卖不成话不到，话语一到卖三俏。”的确，销售员是靠嘴吃饭的，销售员大多靠口才安身立命！一个销售员要想在销售行业有所成就，就必须要有客户的渠道、过硬的专业知识、足够的人脉、适当的平台等，但是最为重要的一点是，销售员一定要有优秀的口才，不敢表达、不善于表达等都会严重影响销售的成功。但销售口才不等于耍嘴皮，而是一门说话的艺术，无论是电话营销、还是讨价还价，或者是处理异议，甚至是在说服购买的过程中，都需要销售员善于观察、懂得分析，适时地说出巧妙的话，从而达成交易。

很多销售员，尤其是刚踏入销售行业的销售员正是因为无法突破口才这一瓶颈，才致使销售业绩不佳。那么，怎样才能具备良好的销售口才，成为优秀的销售人才？其实，口才是训练出来的，包含一分天资，九分努力。并且，销售口才有其独特的训练方法。

说出去的话犹如泼出去的水，如何运用话语的魅力打动客户，就成了很多销售员必须研究的课题。销售口才涉及的不单单是语言的范畴，还涉及成功学、销售心理学、交际学、演讲、礼仪等专业知识都需要销售员精通。正因为如此，作为销售员，才要努力学习销售口才的技巧，为自己的销售成功铺路。

本书作者结合数年的销售实战经验，分析国内外诸多销售达人的成功秘诀，从实用性出发，从如何开场、提问、处理客户异议、讨价还价、说服购

买、促成成交等几个方面来进行阐述,针对销售工作中最常见的口才问题,结合实际案例,为刚刚进入销售行业和正在从事销售工作的朋友提供了切实可行的方法,实用性强,随学随用。当然,销售口才的获得并非一日之功,还需销售员在学习书中的知识后在日常的销售活动中加以总结和学习。

编著者

2011年7月

contents 目录



第1章◆电话销售:高效沟通,一线万金	1
电话销售的基本步骤	3
电话销售全攻略	5
把握电话接通后的20秒	7
电话销售中不可忽视的礼仪	9
巧妙地绕过电话沟通的障碍	12
带动整个谈话的方向	15
电话中判断客户的性格	17
珍惜客户的时间	20
电话销售的基本原则	22
抓住时机切入主题	24
如何在电话中介绍产品或服务	26
电话销售应该注意的事项	28
电话预约客户的技巧	30
第2章◆产品介绍:打动客户,让他爱上产品	33
“专家”式产品介绍话术	35
向客户卖产品不如卖效果	37



推介产品的说话禁忌	38
让客户亲身感受产品的方法	40
介绍产品时扬长避短	42
处理客户抱怨时的语言技巧	44
如何让产品自己说话	46
如何对一群客户介绍产品	48
站在客户的角度去介绍产品	50
介绍产品时与客户的博弈	52
用权威数字介绍产品	54
相信你销售的产品	56
发挥产品附加值的作用	58
不要过分夸大产品优点	60
客观评说竞争对手的产品	63
第3章◆巧妙提问:问得巧妙,订单水到渠成	67
向客户提问的七种方式	69
通过提问了解客户的需求	71
积极地提问更能吸引客户	73
对不同性格的顾客采取不同策略	74
销售提问要有顺序	76
反问客户有技巧	78
通过提问增强客户对产品的需求	81
第4章◆处理异议:机智应对,让客户更中意	83
把握直接否认客户异议的度	85
辨别真假异议并巧妙应对	87
掌握处理价格异议的技巧	89



消除客户心中的疑虑	91
冷静地处理过激的异议	93
言语真诚地化解客户的异议	95
回应客户最主要的几种异议	97
把客户的异议“切割”	99
永远不要否定你的客户	101
这些异议不必当真	104
站在客户的角度处理异议	106
第5章◆讨价还价:聪明地应对客户砍价	111
让客户明白“一分钱一分货”	113
摸清客户的底线再报价	115
报价应掌握一些技巧	116
不要开始时就报价过低	119
如何打破价格谈判僵局	120
客户讨价还价的几种方式	122
处理价格问题的基本方法	124
有时不妨让客户出价	126
“以退为进”价格谈判法	129
有时你需要一个好帮手帮你谈价格	132
第6章◆说服购买:三言两语操纵客户的心理	137
抓住客户好胜的心态	139
抓住客户害怕损失的心态	140
挖掘买点和卖点,让客户不得不说“是”	142
锁定拒绝原因,反问说服客户	144
找出对方的“软肋”或“破绽”	146



让客户跟着你的思维走	148
几种常见客户的说服话术	151
先交朋友,后做生意	153
采取让双方都舒服的说话方式	156
与其说服客户,不如让客户产生共鸣	159
不管结果如何,都要让客户记住你	162
第7章◆促成成交:让客户迅速作出购买决策	167
识别客户发出的成交信号	169
必要时对客户欲擒故纵	171
如何以利益作为引导	173
谈判陷入僵局,你该如何应对	176
帮助客户做出决定	178
不给客户找借口的机会	180
解决成交中遇到的困难	182
双赢是成交的基础	184
面对竞争对手要抢先一步	187
洞悉影响客户成交的因素	190
别在最后一刻失去客户	193
参考文献	197



电话销售：高效沟通，一线万金

成功地给客户打电话需要掌握一定技巧。很多人对电话销售很反感，不是对模式本身的反感，而是对拨打电话的人的反感。同一个公司的电话销售，不同的销售人员拨打可能就会有截然不同的效果，这主要与销售人员的口才有关。在整个电话销售的过程中，销售人员能否把握好客户的心理，能否在电话接通后的20秒成功让客户产生沟通的欲望，能否绕过电话沟通的障碍，都直接关系到整个电话销售成功与否，销售员也只有从这几个方面努力，掌握一些娴熟的电话沟通技巧，才能让客户产生购买意愿！



电话销售的基本步骤

范例：

下面是电话销售中一段精彩的开场白：

“您好，是王总吧，我是××公司的小吴，我们陈总总是提到您。前几天吃饭的时候，我们一块儿探讨过关于电话销售人员提高业绩的问题。大家一致认为您是这方面最专业的前辈，陈总建议我们一定要找机会向您请教一下，所以我今天打电话给您，主要是考虑到您作为电话销售团队的负责人，肯定对提高电话销售人员业绩这一问题非常感兴趣。”

分析：

从这段对话中你可以看到，吸引对方的方法有两个：

其一，“您在电话销售方面也是非常专业的”，这句话无疑是在赞美对方，赞美对于任何人都是受用的，当对方听到这句话后，自然会消除不少戒备之心。

其二，“打电话给您，主要是考虑到您对提高您的电话销售人员的业绩是非常感兴趣的。”这句话，是在提醒对方你打电话的目的，而这也是他最关心的问题，意识到你的价值后，他自然也会乐于跟你交流。

随着现代社会快节奏生活的来临，人们逐渐发现了电话销售这一有效的销售模式，其有效性也逐渐被广大的销售公司认可，但因为很多销售员并没有注意其销售方式和技巧，也并没有意识到电话销售可以作为一种正规有效的销售渠道，所以，很多时候，他们销售的效果并不理想。

销售人员需要掌握一些电话销售的步骤，一般有以下几点：

1. 规划

销售员在拨出电话前，要对客户进行一系列了解和分析，然后准备电话脚本。另外，要保持自信与热情，给客户一个良好的沟通开场。

2. 绕过电话沟通的障碍

在打电话之前，销售员接触到的只有某个客户的电话和一些资料，有时



候,接电话的人并不是能做出销售决策的人。那么怎么让接到你电话的人帮你把电话转给决策人呢?在这一部分你需要做——自我介绍、告知打电话缘由、初步探听对方是否是你要找的人。

3. 开场白

电话沟通的有效开场白时间是20秒。也就是说,当你拨通电话,进入了实质性的沟通阶段后,你只有20秒的时间让客户对你的介绍产生兴趣从而产生进一步沟通的愿望。

充分利用这20秒,你就要做到:使客户对你的谈话产生兴趣和认同感,从而购买你的产品。同时,尽量以情动人,淡化你的利益。

4. 确认需求

销售员在确认客户需求的时候,要从以下几个方面努力:

第一,产品介绍的过程时,要多介绍产品给客户带来的利益。电话介绍产品的过程中,少不了要介绍产品的功用和优势,乃至其他产品所不具备的特性等,但是客户真正关心的是,产品能给自己带来什么利益和价值,这才是销售员应该着重介绍的部分。

第二,销售员要注意倾听。真正的沟通是听与说并存的。销售员只有认真倾听,才能发现客户的需求。有很多销售人员非常能说,但是说来说去就是不能打动客户,为什么呢?因为他所说的不是客户真正需要的。所以,要多提问、多听,针对客户所说的内容进行介绍才是有效的。

第三,好记性不如烂笔头,要养成嘴与手共同劳动的习惯。记录好谈话内容与客户购买情况等,才能找出问题所在。因此,销售员打完一个电话,不要急着打下一个电话,花一点时间,回顾电话过程,总结这一次电话的经验也是很重要的。

5. 处理异议

这个过程是最考验销售员的能力与耐心的,很多销售员在客户产生异议后,就不耐烦甚至放弃说服,更为严重的,甚至与客户产生激烈的言辞争斗。这都是错误的做法,真正优秀的销售员从异议中看到的不是销售的失败而是希望和机会。客户购买产品,肯定会存在这样那样的问题,但是这需要销售员把客户心中的疑虑消除。当然,销售员对于异议的处理也要有一



定的技巧,要以客户为出发点,耐心向其解释。

通常来说,这些做法都是错误的:

(1)非要与客户一争高下。无论你是否有理,客户永远是上帝,与之辩解,不能达到说服客户的目的,反而会增加客户的抵触心理,使客户失去对销售人员的信任感。因此,销售人员无论在任何情况下都不要与客户争辩。

(2)鄙夷客户的异议。很多销售员认为自己见多识广,当客户产生某种异议时,他们表现出一种鄙夷的态度,这样做往往会使客户的自尊心受到伤害,顾客把这种不良情绪转化为对销售人员的不满,自然也不会购买其产品。

(3)悲观失望。销售的过程中,客户产生异议是再正常不过的事,客户产生异议后,很多销售员认为客户肯定不会购买,因此,悲观失望,不愿意为之再付出努力。其实,正是你这种不自信的态度,导致了客户的流失,如果你能坚持,找出消除客户异议的办法,客户必然会购买。

(4)低三下四地哀求客户。虽然顾客是上帝,但销售人员在与客户沟通的时候,还是要保持不卑不亢的态度,哀求的语气不但很少能达到让客户购买的目的,而且会影响销售人员自身的形象,降低自身的可信度。

6. 约见或者预约下一次电话沟通

在这一问题上,销售员要掌握主动权,不可将约定时间的机会交给客户,因为,出于抵触心理,客户一般都会说:“我最近没空,过几天再说吧!”所以,这时销售人员一定要提封闭式的问题,用问题引导客户,让客户接受你的建议。

电话销售全攻略

范例:

汤姆在推销打印机方面很在行,当同事问他有何心得时,他说:“电话销售必须要有高质量的数据库,要有更多的关于客户的信息,而且必须不断更新,仅仅知道一个电话号码,是不足以支撑电话营销的。要获得良好的成



效,一定要在事前做好完善的规划。”

分析:

可能这不仅是汤姆一个人的心得,也是所有电话销售领域的成功者的共同心得,正如汤姆所说,仅仅知道客户的一个电话号码是不够的,与客户通话前和通话后都有很多事宜,必须规划好。作为销售人员,必须从以下几个方面着手:

1. 了解客户信息

了解客户信息有以下三件重要准备工作要做:

(1) 了解客户的购买动机。

每一个客户购买产品,都是存在一定的动机的,尽管具体动机可能不一样,但概括起来无非是两种,即“希望获得”和“害怕失去”,也就是希望获得某种好处和害怕损失某种利益。作为销售员,你不妨站在客户的角度考虑一下,你可能也会产生这样的想法:“购买这个产品,我能获得什么样的利益呢?”或者“买了这个产品,是不是真的就能不用担心……”有时候,客户希望得到的好处,也不一定是某种实在的好处,而是一种精神上的愉悦。总之,销售人员向客户介绍商品时,不要本末倒置,要强调商品价格优势的必要性,那些非必要的功能、利益仅是用来加强销售的效果。

(2) 对客户的基本资料进行系统地研究。

(3) 为客户量身定制一份完善的购买计划。

2. 设计电话脚本

可能对于那些熟练的销售员来说,这一工作可以省去,但对于那些刚开始从事电话销售行业的新人来说,这一工作不可或缺,因为,一旦你没有做好这方面的准备,当你拿起电话推销的时候,就会因为自己语无伦次而显得很专业,哪个客户愿意把自己宝贵的时间用在听一段不专业的介绍上呢?所以,你必须在这之前设计一个电话脚本来配合你的工作。而这个电话脚本至少应具备以下三方面的内容:

(1) 开场白要有吸引力,这是让客户不拒绝听你介绍的首要条件。

(2) 20秒内给客户一个愿意听你说话的理由。

(3) 着重介绍产品价值,这会让客户产生强烈的需求。



在电话脚本设计上,需要着重注意的是“问题的设计”。在整个通话过程中,需要提出一系列的问题,这样一来能掌握电话的主动权,二来能避免给客户造成强烈的推销感。

3. 电话销售的必备信念

下面是一些非常有效的电话销售信念。拥有这些信念,销售人员的电话行销一定会成功。

(1)不“放过”任何一个客户,我一定要让每一个与我通话的客户产生约见的意向。

(2)每个电话都是机遇与挑战并存。

(3)我拨出去电话时,就开始接触到客户,考验的只是我的能力。

(4)我打出去的每一个电话不是聊天的工具,而是卖出产品的途径。

有机会你就默念它们,牢记它们,重复的次数越多,越能深入到你的潜意识中。

4. 其他准备事项

通过电话与客户沟通,最重要的就是你的声音和语气,从你说的话中,对方能感受到你是关心还是冷漠、是有兴趣还是不在乎、是耐心或者耐不住性子等,因此销售人员要让对方透过你的声音感受到你的关心及笑容。

如果你在打电话之前比较紧张的话,可以深呼吸几次,使自己的心平静下来,并使自己的声音变得沉稳有力。

总之,与客户沟通,电话是我们沟通的平台,但仅凭一个电话是不够的,“凡事预则立,不预则废”,我们只有事先规划好,才能做到有条不紊地与客户沟通,达到沟通目的!

把握电话接通后的 20 秒

范例:

“我了解到您的部门的手机话费每月上万元。我致电的目的是想让您



知道我们的资费计划能使您的通话费用减少一半……”这是小王在为自己的资费产品作电话销售,很快,她就受到该公司的邀请。

分析:

一般来说,接通电话后的 20 秒钟是至关重要的。销售人员如能把握住这 20 秒,就有可能用几分钟的时间来进行有效的开篇,这其中包括:介绍你和你的公司,说明打电话的原因,了解客户的需求,说明为什么对方应当和你谈或至少愿意听你说下去。你必须做到:

1. 唤起客户的兴趣

兴趣永远是引起话题的最重要前提,作为客户,一般都会对自己不感兴趣的事物搁下话筒。因此,销售员打出电话后,最重要的任务就是尽快提起客户的兴趣,为此,销售员必须精心准备,通过你的声音、语言技巧等打动客户,从而引起对方注意,产生兴趣。

(1) 提出问题,引发客户的思考。客户的某些购买需求是需要提醒的。当然,销售员必须对客户进行全方位的了解,才能有的放矢。

(2) 恰当赞美。赞美是有技巧可言的,有时候,在赞美客户的同时,还能提高自己,例如:“很明显,在蓝总您的带领下,贵公司在塑胶行业已经占据了领先地位,为此,也给我们销售行业带来了很大的市场,我们公司所提供的集团客户旅行去年占全行业的 38%,远较第二名的 5% 要高……”

(3) 提醒客户问题的严重性。例如:“张先生,我们不能预测灾难,但灾难一旦发生,就没有办法挽回了,近年来,我市每年都有 × × 人因为火灾失去幸福的生活,因此我建议您能了解一下我们推出的……”

(4) 如果以上都不适用,你应在介绍你自己名字和公司名字之后问一句:“您听说过我们公司吗?”为下一步的简述作铺垫。

2. 说明致电的目的

(1) 事物联系法,提及对方最近的活动。例如:“贵公司最近组织员工进行了一次旅游活动,那么……”

(2) 由第三方引荐。例如:“您好,在您百忙之中给您致电,这是因为我从我们都熟悉的周先生那里听说,您急需一批棉质的布料,是吗?我想我可以帮您这个忙。”