

金牌销售特训营

销售员 超级口才 训练

莫浩杰◎编著

实用、实战，拿来就用，销售员的实用指导手册。

- 情景模拟，轻松阅读
- 适合作为销售人员，尤其是销售新人的口才提升培训教材
- 公司晨会、夕会的每日培训工具



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

销售员 超级口才 训练

莫浩杰◎编著

实用、实战，拿来就用，销售员的实用指导手册。



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书通过对销售各个环节的细化解说,把销售员在与客户沟通中需要用到的技巧,用最为形象、平实的语言表达出来。本书在对销售沟通基本要素进行简单阐述之后,详细说明了在销售过程中如何开发客户、如何预约客户、如何拜访客户、如何介绍产品、如何处理客户异议、如何促成成交、如何催收货款及售后服务等各个环节的沟通技巧。本书语言精练,通俗易懂,而且每一节都给出了技巧提示、实战情景解析等板块,寓说理于案例之中,更具知识性和趣味性,让你在轻松愉快的阅读中,学习并掌握销售口才的基本技巧。

本书适合销售一线的各类销售员、销售管理者、培训师等使用。尤其对于销售员,更是自我提升沟通能力的实用手册。

图书在版编目(CIP)数据

销售员超级口才训练/莫浩杰编著. —北京:

机械工业出版社, 2013. 1

(金牌销售特训营)

ISBN 978-7-111-40957-1

I. ①销… II. ①莫… III. ①销售—口才学

IV. ①F713.3 ②H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 309370 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 贾秋萍

责任编辑: 贾秋萍 杨 勋

版式设计: 张文贵

责任印制: 乔 宇

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2013 年 2 月第 1 版·第 1 次印刷

170mm×242mm·16.25 印张·1 插页·160 千字

标准书号: ISBN 978-7-111-40957-1

定价: 36.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心: (010) 88361066

教材网: <http://www.cmpedu.com>

销售一部: (010) 68326294

机工官网: <http://www.cmpbook.com>

销售二部: (010) 88379649

机工官博: <http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线: (010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

前 言

随着社会经济的发展和市场竞争的进一步加剧，决胜终端的口号越来越响亮。如果说产品是生命，那么销售就是其灵魂。如今，销售已经成为最富挑战性、最需要从业人员具备各项综合素质的职业之一。口才便是销售员必须具备的一种素质。

然而事实是，尽管很多销售员整天拼命地与客户套近乎，滔滔不绝地向客户介绍产品，结果却拿不到多少订单，甚至受到客户的白眼与奚落。

当然，导致销售失败的原因有很多，表面原因应该是客户认识不到某种产品或服务能给他带来什么样的好处。也许很多销售员会说，客户不愿购买我的产品是因为他们“不识货”，根本不是我们的工作做得不好。实际上，这种错误认识源于他对销售工作本质了解的缺乏。

有人说，销售其实就是要嘴皮子的活儿。这句话虽然稍有些偏激，却道出了销售的本质：销售员口才的好坏很多时候直接决定销售的成败。所以，要想成为一名优秀的销售员，你必须拥有良好的口才。只有这样，你才能更敏锐地发现、发掘甚至创造客户的需求，从而说客户爱听的话，让客户打心眼儿里感到舒服，达成生意自然就顺理成章了。

正所谓“买卖不成话不到，话语一到卖三俏”。没有卖不出去的产品，只有不会推销的销售员，销售失败的根本原因还是销售员的口才不行！

说到口才，也许有的销售员又会抱怨：好口才都是天生的，我天生就笨嘴拙舌又有什么办法？这难免会让我们想起鲁迅先生说过的话：“即使是天才，他的第一声啼哭也绝不会是一首好诗。”以此看来，好口才并非与生俱来。

事实上，真正的好口才都是通过持续不断的学习和反复训练得来的，

它是厚积薄发的结果。我们看到的那些精于口才之道的销售精英，他们的好口才其实都是在长年累月的推销工作中训练出来的。当然，这还需要有一个前提，那就是他们都掌握了一定的口才训练方法。

因此，如果你也想成为销售精英，你也想让自己拥有超级的口才魅力，那就必须从现在开始勤于练习，并且掌握有效的口才训练方法。而本书就为你提供了这样一种方法，一种能让你的口才训练事半功倍的方法。

本书共分为七个单元，详细解说了销售的各个环节，包括：如何具备沟通的基本要素，如何有效开拓客户，如何成功预约客户，如何与客户进行第一次接触，如何向客户介绍产品，如何对症下药处理客户异议，如何“踢好临门一脚”促成交易，如何巧妙催收货款，如何提供完善的售后服务。

在本书的编写过程中，我们一直在思考如何既保证其知识性和实用性又不失趣味性，以便让读者朋友们获得一个愉快的阅读体验。因此，本书尽可能用精练且通俗的语言，结合大量销售中的实际案例，形象而具体地讲述了销售员在与客户沟通方面需要了解的心理知识和沟通技巧。

最后需要指出的是，即使掌握了“超级口才训练方法”也并不代表你一定会变成一个具备“超级口才”的“超级销售员”。要想成为“超级销售员”，你必须在正确训练方法的指导下付出艰苦卓绝的努力。只有将方法用于实践，你才能获得真正的提升。

我们应该永远记住一点：能改变你的，只有你自己。

目 录

前言

第一单元	销售，就是靠口才打天下 ——销售沟通基本要素 /1
	心态决定命运，成功销售的必备心态 /1
	雄心：积极心态促进销售达成 /1
	信心：用你的自信去说服客户 /4
	诚心：诚信沟通，效果更为直接 /6
	耐心：记住心急吃不了热豆腐 /9
	练就扎实基本功，销售员必备的口才技能 /12
	提问：最有效率的推销话术 /12
	赞美：最打动人心的说话技巧 /15
	幽默：最受欢迎的说话方式 /18
	沟通首先要倾听 /20
	见缝插针，说得多不如说得巧 /22
	语气神态配合好，客户对你更信任 /25
	说了等于自杀，这些话销售员一定不能说 /28
	多说“我们”少说“我” /28
	不要强调自己从不说假话 /30
	急于成交的话会让客户倒胃口 /32
	销售说话最忌啰唆 /35

对客户不能一视同仁，销售员因客而变的话术 /38
别和固执型客户对着干 /38
启发寡言型客户充分表达自己 /41
与挑剔型客户谈话的艺术 /45
面对健谈型客户一定要开门见山 /49
面对傲慢型客户一定要以静制动 /52

第二单元 销售先要找对人

——开拓客户的口才技巧 /55

明确目标客户：销售先要找对人 /55

明确客户的消费需求 /55

客户购买行为的八个心理阶段 /59

寻找潜在客户的原则 /62

如何搜索潜在客户 /65

找到要找的人 /68

挖掘潜在客户：没有需求是不可能的 /71

合理地为客户制造需求 /71

年龄不同，需求不同 /74

性别不同，需求不同 /76

通过人脉找客户 /81

巧让客户为你做宣传 /84

利用其他方式开发客户 /86

客户心思你要猜，打好销售心理战 /89

察言观色，窥破客户所思所想 /89

从客户的立场出发 /93

让客户感受到利益 /96

用真心换信任，真心呵护你的客户 /97

第三单元 在30秒内抓住客户的注意力 ——电话预约的口才技巧 /101

高效沟通，迅速抓住客户注意力 /101

做好准备：物品齐全是成功预约的保证 /101

把握电话接通后的20秒 /104

引导整个谈话的方向 /107

电话即将结束时要为销售做好精心铺垫 /112

电话预约中不可忽视的礼仪 /116

巧妙约访，让客户的推辞化为云烟 /121

如何应对客户说的“没时间” /121

用激将法让客户说话算数 /124

关注细节：避免通话中犯错误的法宝 /127

成功的电话约访应是这样完成的 /131

迂回有方：巧妙绕过接线员 /135

对答如流：有效应对前台的盘问 /135

绕道而行：迂回战术巧妙地跨越前台 /138

八大策略：有效突破前台、秘书的防线 /141

第四单元 最珍贵的第一次接触

——接近客户的实战技巧 /145

准备充分：精心准备才能让拜访不盲目 /145

拜访前的八项准备 /145

拜访前的两个准备工作 /148

寒暄有道：客套话是销售时的调和剂 /150

利用寒暄迅速与陌生客户拉近心理距离 /150

遇到冷场时，客套话帮忙来调和 /153
寒暄的客套话也有禁忌 /157
赢在开场，用开场白“抓”住客户的语言技巧 /160
四种常见开场白，让自己不再被动 /160
身体语言：让开场白更精彩 /165
制造悬念，第一时间让客户心潮澎湃 /168
拜访有方，面对客户轻松自如谈到点儿上 /171
拜访客户时，哪些话必不可少 /171
拜访中的销售语言不要太露骨 /174
拜访中千万别犯这些错误 /178

第五单元

**做好立品第一课，
让客户对你的产品一见钟情 /182**

卖产品就是在卖自己——怎样让客户对你产生浓厚兴趣 /182
销售冠军的十大成功定律 /182
形象亲和力决定客户接受度 /185
品德吸引力决定客户信任度 /190
卖产品就是卖需求——介绍产品是为了打动客户 /192
紧扣需求：围绕客户的需求来介绍 /192
炫好卖点：把产品的优点转化为对客户的利益 /195
自暴其短：将产品弱点产生的原因讲清楚 /199
专业，才值得信赖——做产品专家，而非推销员 /202
“专家”式产品介绍话术 /202
数据权威，增加产品可信度 /205

- 第六单元 对症下药，步步为营**
——怎样让客户口服心服，快速成交 /208
- 机会就在提问里——提高销售效率的提问技巧 /208
- 先入为主，用提问把握主动权 /208
- 最常见的七种提问方式 /212
- 抱怨的客户，恰恰是黄金客户——处理客户异议的语言技巧 /214
- 抱怨在所难免，引导客户说出心中疑虑 /214
- 客户的异议是阻碍，也是机会 /218
- 利弊分析法：通过对比抵消产品的“弊端” /221
- 推客户最后一把——促成交易的攻心话术 /224
- 用“二选一”的限制性提问让客户快做决定 /224
- 利用客户的反对意见说服客户 /226
- 借用客户陪同者的认同实现成交 /229
- 第七单元 后“声”可畏**
——成交，只是成功销售的第一步 /232
- 拿到钱才是硬道理——催收贷款的口才技巧 /232
- 制定详细的催款策略 /232
- 把握催收贷款的制胜因素 /234
- 机智应对欠款人的借口 /238
- 增强客户的品牌忠诚度——售后服务中的口才技巧 /240
- 对客户表示想再次合作的愿望 /240
- 寸土必争，挽留可能流失的客户 /243
- 如何拒绝客户的不合理请求 /246



第一单元

销售，就是靠口才打天下

——销售沟通基本要素

一个人要想在与别人的交往中取得有利地位，获得成功，就必须具备一副好口才，而对于销售工作尤为如此。好口才是销售员重要的工作技能，掌握销售的口才技巧，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。

■ 心态决定命运，成功销售的必备心态

雄心：积极心态促进销售达成

对于销售工作，积极心态的意义不言而喻。在销售领域，那些成功的销售冠军从不会让自己做卑微的乞丐，而是时时保持一种自信满满、雄心勃勃的“王者”姿态。这便是一种积极的心态，更是达成销售的重要推动力。

然而，在实际销售过程中，许多销售员都难免会遇到如下情况：第一次拜访客户，到了门前却犹豫再三，不敢进门；好不容易鼓起勇气进了门，却紧张得不知说什么好，这样的销售员结果不外乎被客户三言两语就打发出来。甚至，

还有的销售员不敢给客户打电话，即便是鼓起勇气打了，在遭到客户的几次拒绝后，就放弃了。其实出现这些情况，都是由于销售员自己心态没有调整好。

作为一名销售员，必须相信自己的能力，相信自己的企业，相信自己的团队，相信自己的产品，相信自己的服务，相信自己的一切，而这些坚定的信念都源自销售员的那颗“我是最棒的”的雄心。

那么，如何才能拥有这样的雄心，从而顺利成为销售冠军呢？

技巧提示

1. 不断进行自我暗示，以此来激励自己。
2. 联想成功时的情景，增加信心和动力。

下面让我们用案例来详细解析这两种使用技巧。

案例 1-1

曾经有一位伟大的推销员，他在演讲时经常强调：要燃起熊熊的信念之火，你认为自己行你就一定行，每天都要不断对自己重复这样一种思想——生命中有两句话非常重要，一个是“我想”，另一个是“我能”。他就是世界上最伟大的推销员乔·吉拉德。

我们从乔·吉拉德的事例中可以发现，通过不断自我强化和自我暗示，销售员能够在销售过程中培养出一种舍我其

谁的霸气和信心。这对销售工作而言是非常重要的。

具体来说，销售员可以按照以下几种方式来进行自我暗示。

1. 别给自己贴上失败的标签，告诉自己每一次失败都是最后一次。
2. 在状态最好时接受挑战。
3. 用语言把内心的紧张、恐惧等负面情绪宣泄出来。

案例 1-2



美国心理学家曾经做过如下实验：把某高中球技不相上下的学生分为三组。第一组规定一个月内不得在球场练习投篮；第二组规定一个月内每天都要投篮练习一小时；第三组则要求一个月内每天都要联想练习投篮一小时。一个月后，再次对三组球员进行常规测试，结果发现：第一组投篮平均成绩不出意外地退步了；第二组平均成绩进步了2%；最出人意料的是第三组（联想练习组），他们的平均成绩也同样进步了2%！

从以上案例中我们能够发现，“联想”是心态最理想的训练场。长期的训练便会给你一种不同于一般人的雄心、气度、自信以及积极的心态，这一点在销售心态的培训中同样适用。例如，拜访客户之前，做好充分的准备，联想自己与客户已经成功签单，正在愉快地告别。这种正面积极的联想会成为你前行的动力，会帮你战胜销售过程中的各种障碍。

小结 

不想成为销售冠军的销售员将注定平庸一辈子。对于销售员，雄心是改变他们精神面貌和塑造积极心态的前提。让自己养成这种“舍我其谁”的霸气，给自己一个信念：我是最棒的。

经常联想成功的情景，有利于培养销售员积极的思维方式，还能使自己的销售目标更清晰、更坚定。

总之，销售员进行自我暗示和联想训练都是内心对自己的鼓励，它可以让人重获力量，增加自信，保持乐观的心态、拥有从容的气度以及远大的抱负。

信心：用你的自信去说服客户

自信是一种积极的人生态度，也是销售员的必备素质之一。充满信心的销售员在销售工作中就能充满激情，有干劲；缺乏自信的销售员在销售工作中就会消极沮丧，觉得一切都无所谓。

相信所有从事销售工作的销售员都希望自己时刻充满自信，怎样才能做到这一点呢？

技巧提示

1. 学会对着镜子默念自己的名字，在心里进行自我暗示。
2. 别人的鼓励是增强信心的正能量，永远要相信自己。

案例 1-3

原一平在成功之前，曾经历过一段困难的日子。那段时间，他甚至没有钱吃早饭，可他心里还是装着一个信念：原一平，你是最优秀的，这段时间只是一个考验。所以，每天

上班出门之前和晚上睡觉前，原一平都会对着家里的那面大镜子进行自我暗示：“原一平，切莫泄气，拿出更大的勇气去面对现实中的一切，世界如此之大，可你原一平是独一无二的，只要信心在，就一定会成功。”他每天坚持对着镜子默念自己的名字，每次默念完这句话他就会充满自信，做好每一天的工作。

这个案例告诉我们，对着镜子默念自己的名字，在心里进行自我激励是增加自信的好方法。

1. 默念自己的名字，在心里进行自我暗示是自我激励的一种方式，它能使人始终充满斗志。

2. 反复进行默念和暗示，会养成一种习惯，让人感觉每一天都是新的。

3. 每一次默念和暗示都是一次激励，随着时间的积累，这种激励就会转化为一种力量。

案例 1-4



乔·吉拉德也曾经经历过沮丧。那是在他婚后，因为一次错误的投资，他的生活陷入了一团混乱。就在乔·吉拉德快要失去信心的时候，他的妻子给了他力量：“我们结婚时就一无所有，可你用努力让我们有了该拥有的一切。现在我们又一无所有，还可以重新开始啊，你还会成功的，因为我始终对你充满信心。”

乔·吉拉德把妻子的话时刻牢记在心，因为他明白：只

有自己先相信自己，才会有不畏艰难的勇气和追求成功的决心。从那以后，他每天都会激励自己：“我是最棒的！我相信我能做到。”这种激励始终伴随着他，最终让他获得了巨大成功。

这个案例告诉我们，他人的鼓励对个人自信心的建立能起到非常重大的作用。缺乏自信常常是事业不能成功的主要原因。所以，在生活中要学会把他人的鼓励视为一种正能量，在这种正能量的激励下你会勇往直前，不断获得成功。

 小结

学会用心理暗示来激励自己，永远要相信自己。自信是一名销售员的必备素质，有了这种素质，你就能所向披靡！

常言道：“不自信，人不信。”如果你自己都不相信自己，那还有谁会相信你呢？作为一名销售员，必须拥有必胜的信心，这样才会使客户对你产生信任感。

记住：你认为自己能成为出色的销售员，你就能成为出色的销售员！始终充满信心，就是充满无畏的精神，始终勇往直前，直至成为你所想成为的优秀销售员。

诚心：诚信沟通，效果更为直接

诚信乃沟通之本，是沟通心灵的桥梁。最优秀的销售员并不一定是最能言善辩的，但一定是善于表达真诚的人。

与客户交谈时，销售员必须带着一颗诚心。只有这样，你才能让对方敞开心扉，顺利地走进客户的内心世界，从而使双方建立起一种相互信任的关系，沟通就会更加顺畅。

销售员对客户真诚，才能得到客户的理解、信任、尊重。真正的诚信不需要表白，客户都能凭“直觉”马上感知到。

既然诚信沟通这么重要，那么销售员怎样才能做好这一点呢？

技巧提示

1. 要有宽阔的胸襟，学会包容客户。
2. 诚心，就是用真诚赢得客户的心。

案例 1-5

从前，有一个叫陈信的人，他是一位当地有名的老师。他很喜欢田园生活，所以在院子里种满了菜。有一天，陈信教完课回家，发现邻居正在偷他家的白菜，他赶紧回避，躲在墙后，等邻居偷够了离开后他才出来。没过几天，邻居又来偷竹笋，碰巧又让陈信发现，他拍了一下邻居的肩膀说：“这笋留着，可以长成竹林。你不要拔它，我会送你更好的。”于是，他买了大竹笋送给邻居，邻居感到很羞愧。

或许有人会笑陈信太傻，太纵容他的邻居了。他对邻居的不良行为视而不见，用自己的真诚，用宽阔的胸襟来感化邻居。销售员应该学习他这种诚信、宽容的品质。

案例 1-6

美国第 16 任总统林肯，在竞选时，正是用真诚获取了总统职位，赢得了民心。在竞选演讲时，他的竞争对手道格拉斯特地租了一辆豪华轿车，豪华轿车后紧跟着 10 辆装有