

利用谈话技巧实现销售的
最有效范本。

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

销售员必修的**第一课**，
轻松成为**销售冠军**。

8大销售升级阶梯，
66条实用销售法则，
102个销售实例剖析。

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

认真阅读本书，
找到**成功拿下订单**的秘密！

学会**和**客户说话

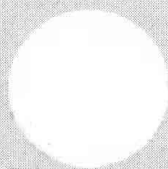
郑一群◎著

实现销售很简单，只要你能看透客户的需求；

拿下订单很容易，只要你懂得怎样和客户说话。

学会和 客户说话

郑一群◎著



印刷工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

学会和客户说话/郑一群著. —北京:印刷工业出版社, 2012. 6
ISBN 978-7-5142-0328-8

I. 学… II. 郑… III. 销售—通俗读物 IV. F713.3-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第037565号

学会和客户说话

郑一群 / 著

责任编辑: 郭 平

执行编辑: 赵 静

责任校对: 岳智勇

责任印制: 张利君

责任设计: 张 羽

出版发行: 印刷工业出版社 (北京市翠微路2号 邮编: 100036)

网 址: www.keyin.cn www.pprint.cn

网 店: pprint.taobao.com

经 销: 各地新华书店

印 刷: 三河国新印装有限公司

开 本: 787 mm × 1092 mm 1/16

字 数: 200千字

印 张: 14.5

印 次: 2012年6月第1版 2012年6月第1次印刷

定 价: 29.80元

I S B N : 978-7-5142-0328-8

◆ 如发现印装质量问题请与我社发行部联系。发行部电话: 010-88275602。

会说话的人，说出话来准确得体、巧妙恰当，让人听后如沐春风，他们往往可以很顺利地达到自己的目的。一个说话高手就像是武林高手，一言一词都掷地有声，很容易就能说服别人。

一个会说话的销售员往往可以让客户为之折服，进而赢得成功。销售员在说服客户的时候妙语连珠、幽默机敏，语言充满情趣，耐人寻味，不仅可以缩短彼此间的距离，还能使交谈气氛和谐融洽，从而达到自己的目的。但是，说话时要注意，话语要简洁，语言要精练，而不是一箩筐的废话。也就是要以最经济的语言手段，输出最大的信息量。反之，如果说话时抓不住主干，空话连篇，啰唆重复，瞎聊乱侃，说了半天也听不出个所以然，这样只会让客户心生厌恶，不但达不到说服的目的，反而惹恼了客户。

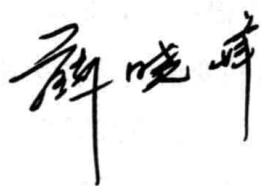
古语云：“言不在多，达意则灵。”语言是传递信息和交流思想的工具，这些技巧和表现手法主要体现在语言的运用上。要言不繁，字字珠玑，简练有力，能使人不减兴味；冗词赘语，叙述唠叨，必令人生厌。因此，说服客户时，要筛选、过滤出最精辟的语言，恰如其分地表情达意，尽可能以简练的语言表达出深刻的内涵。这样才可能更快、更准地成功说服客户。

在销售过程中也是如此，销售员如果只顾自己一个劲地说产品如何

在具体的管理层面,可以有所作为:打破惯性思维,整合资源利用,统一资金监管,透明行政审批,勤勉廉洁作为。

机关事务工作也是一门学问,正如毛泽东同志所说:“任何轻视后勤工作,以为后勤工作不是重要的、专门的科学,不需要有系统的学习,不需要精通业务的观点,是完全错误的”。《机关事务管理与实践》一书,分为理论篇、实践篇和探索篇三个篇章,努力从理论的角度去研究机关事务工作的规律;从实践的角度去架构管理的业务基础,优化工作的操作流程;从探索的角度去研究一些问题,提出一些思考,尝试一些举措。这种努力,对推进机关事务管理工作的科学发展一定会有裨益。

好雨知时节,当春乃发生。随风潜入夜,润物细无声。机关事务工作,应如好雨,把握规律,用好资源,做好保障;应如微风,把握细节,适时而为,做好服务。



2012年4月

本书适合所有正在成长中的销售员和对销售感兴趣的人们，尤其对销售新手更具参考价值。如果你初入销售这一行，还摸不清门道。或者虽有几年的销售经验，但总有一些障碍让你无法跨越，这本书是专门为你打造的！作者以翔实的案例加上深入浅出的讲解，帮助不知该如何说服客户的销售新手快速、顺利地拿下订单！

第一章 要想拿订单，首先说好开场白

与客户初次见面的第一句话，是留给对方的第一印象。说好说坏，关系重大。开场白的好坏，几乎可以决定这一次访问的成败。换言之，好的开场，就是销售成功的一半。说第一句话的原则是：亲热、贴心、消除陌生感。

好的开场白是成功的一半 / 3

如何说好开场第一句话 / 5

用寒暄打开话题 / 8

以坦白自己的来意开场 / 11

用利益作为开场白 / 14

让客户感到惊讶的开场白 / 18

让开场白更有创意 / 21

销售员的经典开场白 / 24

走出开场白的误区 / 28

第二章 这样说，才能唤起客户的好奇心

好奇心是人类所有行为动机中最有力的一种，唤起客户好奇心的具体办法灵活多样，尽量做到得心应手，不留痕迹。在实际的销售工作中，销售员可首先唤起客户的好奇心，引起客户的注意和兴趣，然后道出商品的利益，并迅速转入面谈阶段。

发掘客户的兴趣点 / 33

如何唤起客户的好奇心 / 36

引起客户的注意和兴趣 / 39



先做朋友，再谈销售 / 42

巧用激将法 / 45

用提问唤起顾客的购买欲望 / 47

货卖一张嘴，全凭舌上功 / 50

吸引住你的客户 / 54

第三章 向客户提问，一定要“命中靶心”

提问与销售过程的每个阶段都有着密切的关系：在早期的开发客户阶段，提问可以帮助我们识别客户；在激发客户需求阶段，提问简直就是核心。可以帮助我们明确客户的问题，清楚展示产品或服务，以更节约成本的方式帮助客户解决问题；在后期促成客户成交并采取行动阶段，同样离不开提问。

用提问接近客户 / 59

掌握提问的技巧 / 62

积极提问，赢得订单 / 66

提问的基本方式 / 69

正确提问，把握客户的需求 / 72

巧妙提问，促成成交 / 75

说服的最高境界是提问 / 78

巧妙运用三种提问法 / 81

第四章 面对客户异议，切勿急于辩解

销售员常常碰到客户对你销售的产品有异议的情况。只有正确、客观、积极地认识异议，你才能在面对客户异议时保持冷静、沉稳，也只有这样你才可能从异议中发现客户需求，进而把异议转换成每一个销售机会。

没有异议，就没有销售 / 87

正确认识来自客户的异议 / 90

有些异议不必当真 / 93

处理客户异议的常用方法 / 96

委婉指出客户的错误 / 99

冷静面对客户的过激异议	/ 102
不把价格争议当焦点	/ 105
别把“争论”当“说服”	/ 108
了解客户的需求，多让对方说“是”	/ 112

第五章 慷慨雄辩，不如真诚打动客户的心

作为一名销售员，做到能说会道绝不容易，只有掌握这个技巧，才能更有效地打动客户。如果客户想知道你的产品性价比，你该告诉客户哪些方面好，哪些方面不好，一定要实事求是。真诚才能打动客户，真诚才能留住客户，真诚才能有收获。

寻找双方感兴趣的话题	/ 117
引导客户多开口说话	/ 120
“对症下药”，增强针对性	/ 122
质问语气伤人心	/ 125
把握谈话分寸，不与客户争论	/ 128
用真诚的话语打动客户	/ 131
让客户觉得你是在为他着想	/ 134
巧妙地利用反语，更有说服力	/ 137
懂得“攻心”，对客户说明利害	/ 140

第六章 针对各类客户，学会巧妙说服

由于每个人的年龄、身价、地位的不同，每个人的心理也不尽相同，面对各种类型的客户，有些销售员经常会因为性格问题与客户产生冲突、误解、拒绝。对此，最好不要试图去改变你的客户，你要做的是把产品销售给不同性格的客户。

打动脾气暴躁型客户	/ 147
说服防火墙型客户	/ 150
吸引贪小便宜型客户	/ 153
说服挑剔型客户	/ 157



抓住沉默型客户 / 160

说服自以为是型客户 / 163

说服不同性别的客户 / 166

不给犹豫型客户机会 / 168

第七章 对于客户的诉说，要认真倾听

客户在说话时，不要随便打断客户的话，也不要随便反驳客户的观点，一定要弄清楚客户的意图后再发言。你只要认真地听他把话说完，并不时地表示理解，最终会赢得客户的好感，再谈产品的订单时就容易多了。

有效倾听，远胜于夸夸其谈 / 175

善于倾听客户内心的声音 / 177

认真聆听客户的每一句话 / 180

耐心倾听是最好的恭维 / 183

学会聆听，才是真正会做生意 / 186

设法让客户开口畅谈 / 189

用倾听化解客户的抱怨 / 192

倾听打开销售之门 / 195

第八章 懂得赞美，把话说到客户心坎上

赞美不但可以拉近人与人之间的距离，而且能够打开一个人的心扉。一个成功的销售者会努力满足客户的这种心理需求。既然客户需要赞美，销售者就没有必要吝嗇美丽的语言，因为赞美是不需要增加任何成本的销售方式。

赞美最能打动客户 / 201

先赞美，再谈业务 / 204

赞美客户要说到点子上 / 207

别让赞美坏了生意 / 210

恭维过头讨人厌，适度赞美助销售 / 213

赞美之辞也要有亮点 / 216

赞美竞争对手，更易赢得客户信任 / 219

第一章

要想拿订单，首先说好开场白

与客户初次见面的第一句话，是留给对方的第一印象。说好说坏，关系重大。开场白的好坏，几乎可以决定这一次访问的成败。换言之，好的开场，就是销售成功的一半。说第一句话的原则是：亲热、贴心、消除陌生感。

好的开场白是成功的一半

在销售过程中,说好开场白是十分重要的。开场白是否有效,就是看其组合起来能否激起客户的兴趣,让客户从繁杂的事务中抽出一部分时间给电话销售人员,同时又可以避开客户的条件反射心理。

能引起客户注意的开场白,就像是卖报人所喊的话那样。我们不妨设想一下,你现在正在公交车站等车,一位卖报人走过来对着等车的人高喊“卖报!卖报!一块钱一份!”;同样的情境,另外一位卖报人走了过来,对着等车的人高喊“卖报!卖报!本·拉登发表新演说,称将发动大规模恐怖袭击!中国足球再遭惨败,主教练面临下课危机!最新台风明天登陆本省,中心风力可达12级”。对比卖相同报纸的两位卖报人,看最终的结果会有多大差别!后面的那位卖报人,通过能引起等车人兴趣的话题,成功地吊足了这些人的胃口,激发了他们的购买欲望,自然会有比较好的销售业绩。

因此,开场白的好坏,可以决定你这次销售是成功还是失败。换句话说,好的开场白就是销售成功的一半。许多客户在听销售人员说第一句话的时候要比听后面的话认真得多。听完第一句话,大多数客户就自觉或不自觉地决定了是尽快打发销售人员走开还是准备继续谈下去。因此,销售人员只有说好开场白,才能迅速引起客户的注意,并保证销售顺利进行下去。

以下是销售员刘先生与客户李经理第一次见面时的开场白。

销售员刘先生如约来到客户李经理的办公室:“李经理,您好!看您这么忙还抽出宝贵的时间来接待我,真是非常感谢啊!”(感谢的话让李经理听着很舒服。)

“李经理,办公室装修得简单却很有品位,可以想象您应该是个做



事很干练的人!”（赞美的话谁都喜欢听，特别是经理级别的人。）

“这是我的名片，请您多多指教!”（有意抬高客户，让其有优越感。）

“李经理以前听说过我们公司吗?”（给客户一点时间，让客户回答。）

“我们公司是国内最大的为客户提供个性化办公方案服务的公司。我们了解到，现在的企业不仅关注提升市场占有率和利润空间，同时也关注如何节省管理成本。考虑到您作为企业的负责人，肯定很关注如何最合理配置您的办公设备，节省成本。所以，我今天来与您简单交流一下，看有没有我们公司能协助的。”（说明此次来的目的，突出客户的利益。）

“贵公司目前正在使用哪个品牌的办公设备?”（提问结束，让客户回答。）

李经理面带微笑，非常详细地和该销售员谈起来。

通过上面这个案例，我们可以看出，开场白要达到的目标就是引起客户的兴趣，使客户乐于与你继续交谈下去。该案例的销售人员就是通过很好的开场白吸引了客户，有了个漂亮的开场，从而向促成销售迈进了一步。

那么，销售员怎样通过短短几句话成功吸引客户的注意力呢？有以下几种常用的技巧。

第一，谈客户目前可能最关心的问题。例如：“听您的朋友提起，您现在最头疼的是废品率很高，调整了生产流水线之后，这个问题还没有从根本上改善……”

第二，谈客户熟悉的朋友或同事。例如：“您的朋友王先生介绍我与您联系的，说您近期想添几台电脑……”

第三，赞美客户。例如：“我听说您是这方面的专家，所以想和您交流一下……”当然，赞美要恰如其分，过分的夸奖会让客户反感。



第四,提起他的竞争对手。例如:“我们刚刚和××公司有过合作,他们认为……”客户听到是竞争对手,就会把注意力集中到你要说的内容里。

第五,引起客户对某件事情的共鸣(原则上是客户也认同这一观点)。例如:“很多人认为面对面拜访客户是一种最有效的销售方式,不知道您是怎么看的……”这种方法是在拜访前对客户有所了解。

第六,用数据来引起客户的兴趣和注意力。例如:“增加这个设备,您的企业可以提高50%的生产效率……”“我知道贵企业现在的废品率比较高,如果有办法使废品率降低一半的话,您是否有兴趣了解?”

第七,有时效性的话语。例如:“我觉得这个活动能给您节省很多话费,但这次优惠活动截止到2月3日,所以应该尽快让您知道……”这种时间上的限制会让客户产生紧迫感。

在销售过程中,上面这几种方法可交叉使用,重要的是根据当时的实际情况做出合适的选择。当然,我们在与客户交谈的时候,一定要用积极开朗的语气。

在实际操作过程中,常常会有这种情况:销售人员与客户见面时,刚开始的气氛很好,可几分钟之后,就不知道该和客户谈什么了,或者是整个过程只是销售人员一个人在发表演说。一定要记住,为了使客户开口说话,一定要以问题结束你的开场白。否则,会使拜访陷入暂时的僵局。

如何说好开场第一句话

销

售人员与客户见面时,前3分钟要说的话最为重要,而与客户刚见面时的前半分钟更为关键。这可以说是客户对销售人员第一印象的再次定格,因为与客户见面时,客户对你的第一印象取决于销售人员的衣着打扮与言行举止,第二印象就是这简短的开场白。开场白做好



了，给客户留的好印象会更深刻，因为开场白的语言是一个人内在的反映。

虽然经常说不能用第一印象去评判一个人，但我们的客户却经常用第一印象来评价销售人员，这个印象的好坏决定了客户愿不愿意给你机会继续谈下去。

在这里值得一提的是，如果是销售人员主动征得客户同意会面的，开场白非常重要；而如果是客户主动约见你，客户的开场白就决定了你的开场白。

一般来说，开场白包括四个部分：感谢客户接见你并寒暄、赞美；自我介绍或问候，介绍来访的目的；突出客户获得的价值，从而吸引对方；转向探测需求，以对客户的问题结束，好让客户开口说话。

通过第一句开场白赢得了客户的注意，也就向成功销售迈进了一大步。具体说来，销售人员应当针对不同客户的具体情况，例如身份、性格特征等，有针对性、有技巧、有礼貌地设计颇富创意的开场白。

客户之所以选择某种商品或者服务，是因为这种商品或者服务能够帮他解决现实存在的问题，能够带给他相应的价值，同时这种价值相对于客户的付出，显得物超所值、具有丰厚回报。因此，开场白的时候，销售人员不妨用最直白的语言，让客户明白这次见面能够带给他什么样的价值，让客户明白和你沟通是有价值的，只需要小小的投入就能够获得巨大的回报。

接下来，给大家介绍一种比较实用的开场白方法，并且给出具体的案例分析，大家可以参考借鉴，并结合你所销售的产品或者服务，总结出适合自己的有效的开场白。

销售人员范晓丹向客户推荐她们所代理的长途电话业务，以下为开场的时候销售人员与客户的对话：

销售人员：早上好，王经理，现在来见您方便吗？

（这是一种十分经典的开场白问候语，之所以这样说，是因为这句

话一方面显得很有礼貌,表达了对客户的尊重;另一个很重要的方面在于销售人员知道客户的姓名与联系方式,会让客户产生是否认识打电话人的错觉。因此当销售人员问客户“现在来见您方便吗?”的时候,客户会很自然地回答“方便”,而当客户一旦表示他“方便”的时候,就代表着客户已经许下了一个承诺,客户需要为自己的承诺负责任,在接下来的对话中,他必须给销售人员一些时间,而且也不好意思再找“很忙”或者“没时间”这样老生常谈的借口。)

客户:方便,请问哪位?

销售人员:我是中国联通的范晓丹,范冰冰的范,拂晓的晓,刘志丹的丹,您直接叫我丹丹就可以了。是这样的,王经理,现在有一种方法可以帮助您立刻节省公司30%左右的长途电话费,而且还不需要您任何的额外投资。我可以用一到两分钟的时间向您作一个简单的说明吗?

(销售人员的自我介绍十分有意思,首先在介绍公司的时候,她并没有说自己公司的真正名字,而是借用了合作伙伴中国联通的名义。因为她们公司很小,客户连听都没有听说过,这样可以迅速赢得客户的信任;其次,她在介绍自己姓名的时候,能够让客户产生积极正面的联想,不知道各位男士朋友在听到女孩子银铃般的声音的时候,有没有十分亲切、拉近距离的感觉。销售人员同时也清楚地向客户传达了她们公司产品的价值——不需要任何的额外投资就可以立刻节省30%的长途电话费用,简单明了,客户十分清楚这个电话的最终价值在哪里;同时请大家注意“不需要额外投资”这句话,会让客户产生好像不用付钱的感觉,作为一种模糊介绍,有很深的含义。)

客户:是吗?丹丹小姐,什么方法可以帮我节省30%的长途电话费?(这么好的事情,当然要了解一下。)

在开场白的把握上,应当注意的重点是:提前准备好相关的题材及一些幽默有趣的话题;注意避免一些敏感、易起争辩的话题,例如宗