


· 销售实训一本通 ·

XIAOSHOULIYI YU GOUZHONG JIAOIAO  
PEIXUN QUANSHU

# 销售礼仪 与沟通技巧 培训全书

魏巍◎编著

人无礼则不立，事无礼则不成

 中国纺织出版社

· 销售实训一本通 ·

XIAOSHOULIYI YU GOUTONG JIQIAO  
PEIXUN QUANSHU

# 销售礼仪 与沟通技巧 培训全书

魏巍◎编著

 中国纺织出版社

## 内 容 提 要

“人无礼则不立，事无礼则不成”。只有知礼、懂礼，用礼貌的方式与客户沟通，客户才会欣然接受你，为接下来的销售与服务铺平道路。因此，销售人员应该把礼仪贯穿于销售活动之中，融会于客户沟通的全过程，这是销售能否成功的内在因素。

本书介绍了销售礼仪与沟通技巧，详细阐述了礼仪和沟通在销售服务中的作用，包括与客户初次见面的礼仪、通信及电话销售礼仪、专题活动与应酬礼仪、涉外销售礼仪等，内容系统、全面、丰富。

### 图书在版编目 (CIP) 数据

销售礼仪与沟通技巧培训全书 / 魏巍编著. —北京: 中国纺织出版社, 2012.2

ISBN 978-7-5064-8140-3

I. ①销… II. ①魏… III. ①销售—礼仪—基本知识  
②销售—方法—基本知识 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 260370 号

---

策划编辑: 黄 磊 责任编辑: 宗 静 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](mailto:faxing@c-textilep.com)

北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2012 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 710 × 1000 1/16 印张: 20

字数: 266 千字 定价: 35.00 元

---

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换



“人无礼则不立，事无礼则不成”。只有知礼、懂礼、行礼，在客户面前树立了有内涵、有修养的形象，客户才会欣然接受你，给你销售与服务的机会。因此，销售人员应该把礼仪贯穿于销售活动之中，这是销售能否成功的内在因素。

销售可以说是最具挑战性的职业之一，世界上有很多富翁都曾从销售员做起。然而，在绝大多数的商品供应都呈多元化、客户的选择余地越来越大的现代社会，销售面临的竞争势必也更加激烈。

“天下难事，必做于易；天下大事，必做于细。”销售工作从和客户见面、交谈、成交到售后，包括了数不清的烦琐细节，介绍、打招呼、握手、递名片、入座等司空见惯的行为中，一个礼仪细节就有可能打动客户、促成交易；一个礼仪细节也有可能惹恼客户、失去订单。因此，销售人员在与客户交往中，不仅要努力提高自己的专业知识水平，还应尽早了解和掌握销售礼仪常识，从细节着手提高自身的礼仪修养，以增进与客户之间的沟通，为日后合作创造良好的氛围。

本书具有如下特点：

### 一、内容系统、全面、丰富

本书介绍了销售礼仪与沟通技巧，详细阐述了礼仪在销售服务中的作用、如何给客户留下美好的第一印象、怎样让客户为你的风度所折服、通信及电话销售礼仪、专题活动与应酬礼仪、涉外销售礼仪等，内容系统、全面、丰富。

## 二、案例丰富翔实

本书以大量生动的案例导入，详细介绍了销售人员在与客户交往中需要培养的基本礼节，从服饰仪表到言谈举止，从迎客送礼到闲聊、聚会，从谈判桌到餐桌，从电话沟通到邮件往来，从国内商务到国际商务，巨细靡遗，娓娓道来，让读者如身临其境。

## 三、实用性强

本书详细介绍了各种销售礼仪的规范、细节和注意要点。这些礼仪看似稀松平常，但倘若活学活用，一定可以帮助广大销售人员在业务拓展中做到举止得体、彬彬有礼，赢得客户的心，从而让销售业绩更上一层楼！

销售礼仪不是自发形成的，主要是靠后天的交往实践自觉修养得来的。销售人员只要按照本书的礼仪规范要求，一定能改造、提高自己的礼仪品质。

本书在编著过程中参考了一批营销学专家、公关专家、语言学专家的理论、观点和指导方法，并参阅了大量的文献资料和案例，在此向各界同仁表示感谢。由于编者水平有限，文中难免存在不足之处，希望读者朋友多提宝贵意见。

编著者

2011年10月



Chapter 1

## 第一章 价值百万：礼仪在销售服务中的作用

第一节 什么是销售礼仪 .....	2
一、销售礼仪的基本特征 .....	2
二、销售礼仪的功能 .....	5
三、销售礼仪的支点 .....	8
第二节 销售礼仪的基本原则 .....	12
一、平等原则 .....	13
二、诚信原则 .....	17
三、互利互惠原则 .....	20
四、谦虚原则 .....	23
五、自信原则 .....	26

Chapter 2

## 第二章 形象宜人：给客户美好的第一印象

第一节 仪容修饰：展现积极与健康 .....	32
一、面部修饰 .....	32

二、美发礼仪 .....	37
三、化妆礼仪 .....	41
<b>第二节 服装配饰：别小看仪表的作用 .....</b>	<b>47</b>
一、销售员着装原则 .....	47
二、男性销售员着装礼仪 .....	54
三、女性销售员着装礼仪 .....	58
四、领带搭配礼仪 .....	61
五、饰品佩戴礼仪 .....	65
<b>第三节 仪态万千：活用肢体语言 .....</b>	<b>68</b>
一、走出风度 .....	68
二、站姿：男女有别 .....	71
三、坐姿有讲究 .....	74
四、下蹲要优雅 .....	78
五、用手势表达心意 .....	80
六、用视线展现魅力 .....	83
七、以微笑架起靠近客户的桥梁 .....	86
八、与客户保持最佳的身体距离 .....	89

Chapter 3

**第三章 张弛有度：让客户为你的风度所折服**

<b>第一节 客户拜访中的礼仪 .....</b>	<b>94</b>
一、递送和收受名片的礼仪 .....	94
二、拜访时机与礼仪 .....	97
三、握手礼仪 .....	100

四、称呼礼仪	103
五、寒暄礼仪	106
六、介绍礼仪	110
七、拜别礼仪	116
第二节 迎客与送客的礼仪	119
一、迎客礼仪	119
二、待客礼仪	121
三、送客礼仪	124
第三节 客情维护中的礼仪	125
一、日常回访维护礼仪	125
二、礼品馈赠礼仪	129

## Chapter 4

**第四章 谈吐得当：说出优雅和风度**

第一节 强化声音的感染力	134
一、保持合适的谈话音量	134
二、熟练控制说话的语调	136
三、把握好说话的节奏	140
四、掌握适当停顿的技巧	144
五、注意交谈时的语气	146
第二节 让语言更有吸引力	150
一、用漂亮的开场白打开访谈局面	150
二、找一个有趣的话题把谈话继续下去	158
三、准备些探讨性的“问号”	161



四、不失时机的幽默	166
五、把握好赞美的尺度	170
六、会说更要会听	174
七、让道歉更易于接受	179
<b>第三节 与客户交谈禁忌</b>	<b>182</b>
一、客户讲话时别贸然插嘴	182
二、避免与客户正面交锋	184
三、不攻击竞争对手	188
四、不要使用消极措辞	190
五、不要直接指责客户的错误	194

Chapter 5

**第五章 沟通顺畅：电话销售及通信礼仪**

<b>第一节 电话销售礼仪</b>	<b>198</b>
一、接听电话礼仪	198
二、拨打电话礼仪	202
三、电话约访礼仪	207
四、电话催账礼仪	215
<b>第二节 手机使用礼仪</b>	<b>218</b>
一、手机接打	218
二、手机短信	220
<b>第三节 收发传真及电子邮件的礼仪</b>	<b>223</b>
一、收发传真的礼仪	223
二、使用电子邮件的礼仪	225

三、书信礼仪 .....	228
--------------	-----

### Chapter 6

## 第六章 中规中矩：专题活动与应酬礼仪

第一节 专题活动礼仪 .....	238
一、洽谈会礼仪 .....	238
二、展览会礼仪 .....	243
三、新闻发布会礼仪 .....	247
第二节 营销仪式礼仪 .....	251
一、开业仪式——营造出隆重的气氛 .....	251
二、剪彩仪式——剪出喜庆 .....	256
三、签字仪式——签出共识 .....	261
四、营销宴请——有所讲究 .....	263
五、营销舞会——舞出气质 .....	268
第三节 与客户的私下应酬礼仪 .....	274
一、高尔夫应酬礼仪 .....	274
二、健身房应酬礼仪 .....	277

### Chapter 7

## 第七章 走出国门：涉外销售礼仪

第一节 涉外礼仪基础 .....	282
一、涉外礼仪原则 .....	282

二、涉外礼仪要求 .....	284
<b>第二节 涉外接待礼仪 .....</b>	<b>286</b>
一、涉外迎送礼仪 .....	286
二、涉外称呼礼仪 .....	287
三、涉外宴请礼仪 .....	288
四、涉外参观礼仪 .....	292
五、涉外礼品赠送礼仪 .....	293
六、涉外会谈礼仪 .....	293
<b>第三节 涉外商务礼仪 .....</b>	<b>295</b>
一、同美国客户来往礼仪 .....	296
二、同加拿大客户来往礼仪 .....	298
三、同德国客户来往礼仪 .....	301
四、同法国客户来往礼仪 .....	302
五、与中东地区客户来往礼仪 .....	305
<b>参考文献 .....</b>	<b>307</b>

## 第一章

### Chapter 1

# 价值百万： 礼仪在销售服务 中的作用

· 销售礼仪与沟通技巧培训全书 ·



# 第一节 什么是销售礼仪

礼仪是在人际交往中，以约定俗成的程序、方式来表现的律己、敬人的过程，涉及穿着、交往、沟通等内容。运用于营销活动中的礼仪则为销售礼仪，也就是销售人员在营销活动中用以维护企业或个人形象，对交往对象表示尊敬、善意、友好等而采取的一系列行为及惯用形式。销售礼仪是一般礼仪在营销活动中的运用和体现。

## 一、销售礼仪的基本特征

### 【导入案例】

某公司正在四处寻找物美价廉的劳保用品时，来了一位小伙子，他穿着黑色的西装、白色的衬衣，搭配红色的领带和锃亮的皮鞋，的确很讲究。

小伙子自称是某公司的销售人员并说自己的产品比市场价平均低15%，而且绝对保证质量，出了问题由公司负责10倍的赔偿。经理听了他的介绍后，非常满意，示意坐下细谈。小伙子坐下来之后，顿时觉得胸有成竹了，得意地跷起二郎腿，露出了白色的袜子（正式西装不能与表示休闲颜色的袜子搭配），还随意地摇晃起来。接着小伙子又“弹”出一根烟，旁若无人地吸起来。而经理办公室是个无烟办公室，因此也没有烟灰缸，见状，经理眉头微皱了一下，又迅速归于平静。小伙子开始滔滔不绝地讲起来，一边讲一边打开样品袋，袋内的东西很杂乱，毛巾与劳保手套揉在一起，香皂掉了外包装，洗衣粉袋和白糖袋挤在一起，在袋底还洒了一些白色粉末，分不清是白糖还是洗衣粉……经理的眉头又皱了起来，刚才的满意表情不见了，不动声色地盯着小伙子的一举一动。最要命的是当这个小伙子讲到精彩之处时，那条腿晃动得更厉害了，而且还把烟灰弹了一地……

当小伙子结束他滔滔不绝的讲话后，屋里的人都沉默无语。实在地讲，虽然这小伙子的举止不雅，但是他的货确实无可挑剔，而且还有15%的优惠。最后经理和颜悦色地说：“你的产品不错，价格也合理，如果我们需要的话，日后与你联系，好不好？”小伙子脸上露出无法置信的感觉，呆呆地站在那里。很明显，他失去与该公司合作的机会。

### 【要点总结】

在竞争日趋激烈的今天，推销与我们每个人的关系都很密切。一个人的成功从某种程度上讲就是推销自己，获得社会和他人的接受；而对于一名销售人员来说，要想保持销售业务的持续发展，除了具备良好的业务素质之外，掌握正确的销售礼仪同样不可或缺。销售礼仪是销售人员内在文化素养及精神面貌的外在表现。只有当你树立了有内涵、有修养的形象时，客户才会考虑接受你，给你销售与服务的机会。

一般说来，在推销活动中，销售人员言行应合情合理、优美大方、自然得体，按约定俗成的规矩办事，按大家都可以接受的礼节程序与客户相互往来，这些都是销售礼仪的基本内容。正确运用销售礼仪，对于树立良好的企业形象、个人形象，妥善处理各方面的关系，促进销售工作开展，实现销售目标，取得良好经济效益，都具有非常现实的意义。

由于销售礼仪有其独特的人文环境，因此，销售礼仪与社交礼仪相比存在以下不同：

(1) 社交礼仪主要是个体行为人与人之间的行为礼仪，而销售礼仪属于企业营销活动，是企业行为的组成部分。因此，社交礼仪的主体是行为者个人，而销售礼仪的行为主体是企业或企业化的销售人员。换言之，销售礼仪是通过企业销售人员所表现出来的企业行为，而不是单纯的个人行为。这些礼仪不仅代表个人，而且更重要的是代表企业、反映企业形象，是围绕企业销售目标而运转的企业化个人行为。

(2) 社交礼仪注重情感的沟通，而信息层次的沟通较少；销售礼仪不仅

注重情感沟通，而且注重信息交流，善于利用大众传媒来沟通企业与公众的关系。社交礼仪倾向于感性，满足于彼此情感之间的交流互动，而销售礼仪则旨在实现理性和感性的结合，实现情理、利益的和谐统一。销售礼仪超越情感沟通，讲求策划创意和传播效应，看重公众的评价、态度和反应。

(3) 社交礼仪的目的在于通过修身养性、以礼待人来塑造自身完善而良好的形象；销售礼仪的主要目的在于树立和维护企业的良好形象。因此，一套能代表企业的销售礼仪就会带上企业文化的色彩，除了具有一般社交礼仪的特征，还具有企业内部的特征，包括企业自身多年发展形成的规范性、限定性、传承性、变动性等；社交礼仪则更多在于通过自我修养而形成的礼仪习惯，没有外在的规定约束。

(4) 社交礼仪具有地域性和民族局限性，而销售礼仪必须排除地域和民族的局限，既重视礼仪的民族特性，又重视礼仪的普遍性和共同性——诚信待客、热忱服务，处处尊重消费者。在保证产品质量的前提下，企业的销售人员应针对不同的民族和不同信仰的公众，采取适合当地风土人情的令人愉悦的销售礼仪。只有这样，才能真正实现市场营销的目的，使企业的产品、服务和企业形象为消费者所接受。

销售礼仪并非千篇一律、一成不变的，针对不同的人和不同的行业要做到入乡随俗，要善于学习不同环境下的礼仪习惯，做到恰到好处。

### 【特别训练】

推销成功的关键就在于与客户交谈的最初十分钟。这种说法虽然有点夸张，但却从侧面说明了第一印象的重要性。心理学上称第一印象为“最初印象”，是指人们初次对他人知觉形成的印象。第一印象主要来源于对一个人的仪容、仪表、言谈、举止、表情、态度以及谈话的声调、姿态等内容的评价。好的礼仪无疑可以为一个人的第一印象加分。

第一印象对于销售人员来说非常重要，它往往决定着交易的成败。完美的第一印象可以打消客户对销售人员的心理戒备。有了客户初步的心理上的

接受，才能为你实际性的推销打下坚实的基础。因为只有在这种情况下，你才有机会与客户倾心交谈，否则，即使客户让你介绍，也可能只是敷衍。留下良好的第一印象，即使你初次的推销不成功，你还有向客户介绍的机会，有在以后拜访中成交的机会。

你能给他人留下好的第一印象吗？试试看，只需回答是或否。

(1) 出门前，是否做到检查整理自己的仪表仪容？

(2) 能否做到经常衣衫整洁？

(3) 能否主动跟人热情地打招呼？

(4) 与人握手是否有力度且有分寸？

(5) 与人交谈时，是否能做到先倾听他人说话？

(6) 是否经常面带微笑？

(7) 能否做到不夸耀自己的成就？

(8) 能否做到不中断他人的谈话？

(9) 说话时能否克制你不良的肢体习惯（如左右晃动、手里玩东西、眼睛看别处、边说话边点头）？

(10) 能否谦虚礼让（如共餐时，让他人先入座，你后入座；进出门时，让他人先进出）？

(11) 拜访他人时，能否做到乐观自信？

(12) 与人交谈时，能否做到不卑躬屈膝、点头哈腰？

答案如果均为肯定词，那么你就是个讨人喜欢的人；肯定词不能达到半数以上的的话，你就需要仔细阅读本书，并通过礼仪训练来改变你给人带来的第一印象。

## 二、销售礼仪的功能

### 【导入案例】

被誉为“日本推销之神”的原一平，在刚刚进入销售行业时，是一个笨



桀不驯、不太注重礼仪的人。

有一天，原一平受公司之托去拜访一家烟酒店。

这家烟酒店是由公司的老业务员促成的新客户，因而原一平的这次拜访应该算是回访。原一平当天打扮得很随便，帽子歪戴着，领带也没有系好。

原一平一边说“早安”，一边没有礼貌地直接拉开烟酒店的玻璃门，应声而出的是烟酒店的老板。

老板一见原一平的模样，就生气地大声说：“喂！你是什么态度？你不懂礼貌？还歪戴着帽子跟我讲话，我信任明治保险，所以才投了保，谁知我所信赖的公司的员工，竟然这么随便、无礼！”

气急败坏的客户拒绝了原一平请求其继续投保的要求。

后来，原一平不断地道歉，才勉强留住了这位客户，多年后他对这件事依然记忆犹新。在世界“百万美元圆桌会议”上，有媒体对这位20世纪最伟大的销售员做了专访，当有人问原一平什么才是成功推销的保证时，原一平很认真地道出了两个字——“礼仪”。

### 【要点总结】

礼仪是销售工作的重要组成部分，关系着其他销售环节开展得顺利与否。可以毫不夸张地说，有时候，销售礼仪比销售产品本身更重要。这是因为销售礼仪具有多种重要的功能，既有助于推销活动的开展，又有利于塑造企业形象。销售礼仪的作用如下所述。

#### 1. 有助于提高销售人员的自身修养

在人际交往中，礼仪往往是衡量一个人文明程度的准绳。它不仅反映着一个人的交际技巧与应变能力，而且还反映着一个人的气质风度、阅历见识、道德情操、精神风貌。因此，在这个意义上，完全可以说礼仪即教养。也就是说，通过一个人对礼仪运用的程度，可以察知其教养的高低、文明的程度和道德的水准。

子曰：“质胜文则野，文胜质则史。文质彬彬，然后君子。”在礼仪的学