

销售精英速成手册系列

一本销售实战案例和客户沟通技能完美结合的实用工具书


# 有效与 客户沟通

## 的55个技能

销售工作实际上就是一项与客户不断沟通交流的工作，掌握了  
与客户沟通的技能，也就掌握了成功销售的关键。



张超◎编著

 中国纺织出版社

销售精英速成手册系列


一本销售实战案例和客户沟通技能完美结合的实用工具书

# 有效与 客户沟通

# 的55个技能

张超◎编著



 中国纺织出版社

## 内 容 提 要

对于销售人员来讲,只有尽快掌握与客户沟通的方法、技巧以及应注意的细节,才能早日从工作中脱颖而出,让沟通变得轻松和愉悦。本书提供了销售员必须掌握的55个销售沟通技能,针对销售的各个环节给出了实战情景对话,可以帮助销售员快速掌握买卖成功的秘诀。本书力求以最经典的案例、最易于吸收的形式、最简洁的表达方式,对所有销售人员进行一场最棒的沟通洗礼!

### 图书在版编目(CIP)数据

有效与客户沟通的55个技能 / 张超编著. —北京:  
中国纺织出版社, 2012. 11

ISBN 978 - 7 - 5064 - 8912 - 6

I. ①有… II. ①张… III. ①销售学 IV.

①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第167827号

---

策划编辑: 刘箴言 张永俊 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

北京中印联印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2012年11月第1版第1次印刷

开本: 710×1000 1/16 印张: 15.5

字数: 183千字 定价: 29.80元

---

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

# 前 言

全球知名成功学家戴尔·卡耐基说：“在生意场上，做一名好听众远比自己夸夸其谈有用得多。如果你对客户的话感兴趣，并且有急切想听下去的欲望，那么订单通常会不请自到。”

与客户沟通的好坏，决定着销售的成败，良好的沟通通常能获得诸多的益处。从销售的过程来看，沟通存在于约见之前的自我介绍，存在于约见时的相互了解，存在于谈判过程中的你来我往，存在于交易完成之后的继续联系。一言以蔽之，只要客户有需求，销售人员与客户之间的沟通就不会停止。

在销售过程中，沟通并不总是顺畅无阻的，它蕴涵着许多不为人知的艰难和辛酸，这其中不仅包括身体上的劳累，还包括心力和脑力的付出。所以有人说，推销是一项最辛苦又最能锻炼人的工作。对于销售人员来讲，只有尽快掌握与客户沟通的方法、技巧以及应注意的细节，才能早日从艰苦的销售工作中脱颖而出，让你与客户的沟通变得轻松而有效。

销售工作实际上就是一项与客户不断沟通交流的工作，谁与客户之间的沟通更为有效，谁就会成为销售佼佼者，否则就只能在一次一次的销售中失败。

掌握了与客户沟通的技巧，也就掌握了成功销售的关键。

那么：怎样才能真正打动客户？

怎样才能与客户建立长期合作关系？  
如何让客户更钟情于你的产品？  
怎样才能从客户的只言片语中了解他的真正意图？  
哪些方法可以让你与客户快速由陌生变得熟悉？

.....

美国人寿保险公司创始人弗兰克·贝特格说过：“有些销售人员之所以失败，是因为他们根本不知道什么是销售的关键点。其实关键点很简单，就是：客户最基本的需求或最感兴趣的细节。”如何才能抓住客户最基本的需要或最感兴趣的细节？本书为你一一解答。

从如何给客户留下良好的第一印象，到如何从看、听、说中快速接近客户，再到让客户在沟通中显露自己的真实需求，让你可以抓住客户的兴趣点，从而有的放矢地进行销售。不是投机取巧，而是传授给你与客户沟通的必备策略，让你取得与客户沟通中真正的主动权，吸引客户的注意力，从而把握住销售契机，实现销售成功。遵循书中那些简便易行的沟通方式，你也会在销售中实现与客户畅通无阻的沟通，获得自己的忠诚客户。

本书集通俗易懂的理论知识与生动鲜活的成功经验于一体，引用了大量的成功与客户沟通实例，具有可读性、实用性和趣味性等特点，方便销售人员在实战中灵活运用，使读者真正达到学以致用之目的。

编著者

2012年6月



# 目 录

## CONTENTS

### **第一章 照亮客户的眼睛——塑造良好第一印象的6大技能**

- 用自信赢得客户的信任 / 3
- 用简洁明晰的观点把客户拉为同盟军 / 7
- 得体的衣着让客户放下心防 / 10
- 以文明举止获得客户的心理认同 / 14
- 用幽默的语言拉近与客户的距离 / 18
- 用专业的谈话方式体现你的职业素质 / 22

### **第二章 沟通是一门心理学——从弦外之音中获取有效信息的7大技能**

- 听懂客户杀价的抱怨 / 29
- 找出客户另谋他处的迹象 / 33
- 把握客户准备成交的信号 / 37
- 探听信息是客户有大动作的前奏 / 41
- 听出客户在探你的底牌的信号 / 45
- 听明白客户的场面话 / 49
- 快速提升倾听能力 / 53

### **第三章 沟通有来才有往——采用语言技巧有效沟通的 6 大技能**

- 用精彩的开场白吸引人 / 61
- 让自己的观点准确有力 / 66
- 让客户获得他是你工作重心的优越感 / 70
- 用适当的发问引导客户说下去 / 74
- 重复重点内容好处多 / 78
- 赞美客户最微小的进步 / 81

### **第四章 身体语言暗藏沟通捷径——看懂边缘信息的 4 大技能**

- 看懂客户渴望表现自己的手势 / 87
- 破解面部表情严肃的客户的沟通密码 / 90
- 看懂眼神灵活的客户的内心需求 / 93
- 应对手脚频动的客户的不耐烦 / 96

### **第五章 锁定关键词，突破沟通障碍——迅速建立沟通渠道的 4 大技能**

- 用“一见如故”营造和谐气氛 / 101
- 用共同的“兴趣爱好”拉近与客户的距离 / 105
- 把“将”激到客户的心里 / 109
- 用“地区”心理学成大事 / 112

### **第六章 一把钥匙开一把锁——有效应对沟通症结的 12 大技能**

- 用转移主题法回避机密问题 / 117
- 用放弃法回避不合理的条件 / 121
- 用暂时回避法处理客户的纠缠 / 124
- 用借力否定法避开不能肯定的观点 / 128
- 用反问法躲开不方便回答的问题 / 132
- 用情景模拟法应对不善表达的客户 / 136
- 用利益置换法应对发号施令的客户 / 140

用低调细致法应对刁难吝啬的客户 / 144

学会回避客户忌讳的事 / 148

用好名声激发客户的高尚动机 / 152

学会把握时机达到最优沟通效果 / 157

狠抓效率，三分钟内让客户听明白 / 161

## **第七章 打不赢也不跑的智慧——让沟通柳暗花明的 6 大技能**

适时停止客户不感兴趣的介绍 / 169

用示弱回避矛盾 / 172

以退为进，善于认错 / 176

用有意义的挑战吸引客户 / 179

善用沉默的力量 / 182

善用迂回达到目的 / 186

## **第八章 有原则才有目标——把握高效沟通原则的 6 大技能**

沟通的目的是客我双赢 / 191

接触客户前必须知己知彼 / 196

用换位思考赢得客户的认同 / 201

学会保住客户的面子 / 205

保留最后的底牌 / 210

认清优势辩证法 / 214

## **第九章 扮好角色出好戏——让客户永远是沟通主角的 4 大技能**

做最好的听者 / 221

鼓励客户多谈自己的事 / 226

让客户觉得自己很重要 / 230

用尊重与认同提升你在客户心中的地位 / 235

**参考文献 / 240**



# 第一章

## 照亮客户的眼睛 ——塑造良好第一印象的6大技能



作为一个销售人员、在与客户交往时，第一印象非常重要。在心理学上第一印象被称作“最初印象”，是指人们初次对他人所形成的印象，简单地说，就是和他人初次见面进行几分钟谈话，对方在你身上所发觉的一切印象，包括仪表、礼节、言谈举止，对他人的态度、表情，说话的语调等诸多方面。依此，人们会对你作出基本的评价和看法。第一印象一旦形成，便很难改变。对于一个销售人员来说，第一印象至关重要，你给客户的第一印象往往会决定交易的成败，客户一旦对你产生好感，自然会对你和你所销售的产品有了好感。据相关资料统计，销售人员的失败，80%的原因是留给客户的第一印象不好。完美的第一印象可以打消准客户对业务员的心理戒备，有了客户心理上的初步接受，才能为你实际性的销售打下坚实的基础。那么，销售人员应该怎样把握与客户初次见面短暂的时机，创造一个良好的第一印象呢？





## 用自信赢得客户的信任

自信是一种每天都经受磨炼却每天都在不断强大的习惯。自信的人总是从容、镇定、胸有成竹，给人一种愿意信赖他的安全感。而对于销售人员来说，给予客户这种自然而然的安全感是开启成功大门的金钥匙。

一位心理学专家曾经为一组销售人员作过一个心理测试。

题目是：如果你与客户正在房间里交谈，这时，突然从门外进来一个人，他盯着你看，你会作何反应？

有的销售员回答：我会被打断。

有的销售员回答：我会继续，但可能会紧张得语无伦次。

有的销售员回答：我也同样盯着他看。

甚至有销售员回答：我会问他有什么事，如果他还是无礼地直视我，我也许会揍他。

心理学专家微笑着听着销售人员你一言我一语地回答。他在等所有人找到自己的答案。



最后，一位销售员同样微笑着对他说：“如果他进来没有主动打断我们，我会跟我的客户继续交谈。”

心理学专家指着最后这位回答问题的销售员对其他人说：在你们当中，他是最自信的。

所有的销售人员开始很不理解，在他们通常的思维逻辑当中，被一个人如此无礼地打断和注视而不作出反应，要么是神经麻木之人，要么是胆小怯懦的人，总之，无论如何是与自信挂不上边的，可心理学专家却说这位销售人员是一个真正的自信的人，为什么呢？

心理学专家看出了大家的疑惑，他只对他们说了一句话：你是要做被别人影响的人，还是要做影响别人的人？

显然，任何人，尤其是作为一个销售人员，影响别人是自己成功的根本要素。任何人都想去影响他人，而不受他人的影响。可是不自信的我们在日常生活及工作当中却时时被别人影响着。特别是在我们面对客户的时候，客户的拒绝、客户的不满、客户的抱怨、客户的冷淡总是像一颗长满刺的仙人掌针对着销售人员。

一个成功的销售人员是要把客户身上的刺拔掉，让他向自己靠近，从而达到成功影响客户意愿的目的。如果你想成功地影响客户，那么，自信是最有效的利器。

我们常听到这样一句话：“要想别人尊重你，首先要学会尊重别人。”同样，我们还知道一句话：“要想别人相信你，首先要相信自己。”

一个自信、从容、镇定的人会给人一种踏实可信的安全感。特别是当对方需要作出某项决定的时候，他们更愿意听信这样的人给出的建议和意见。这个时候，对于以促使客户作出购买决策为目的的销售人员来讲，有什么比自信更能帮助自己达到成功的目标呢？

陈旭是一名广告销售员，每次在拜访客户之前，他都站在镜子前，把名单上的客户念10遍，然后挥舞着双臂大声说：“在第一个月月末之前，你们将向我购买广告版面！”然后，他怀着坚定的信心去拜访客户。



第一天，他和 10 个“不可能的”客户中的 2 个谈成了交易；第二天，他又完成了一笔交易……到第一个月的月末，只有一个客户还不买他的广告版面。

在第二个月里，每天早晨，小陈都去拜访那位拒绝买他的广告版面的客户。每次，这位商人都回答说：“不！”但每一次，小陈都假装没听见，继续前去拜访。

到那个月的最后一天，已经连着说了 30 天“不”的商人对小陈说：“你已经浪费了一个月的时间了！我现在想知道你为何要坚持这样做。”小陈说：“我并没有浪费时间，我一直在训练自己坚韧不拔的精神，而你就是我的老师。”

商人点点头对他说：“我也要向你承认，你也是我的老师。你已经教会了我坚持到底这一课，对我来说，这比金钱更有价值，为了表示我的感激，我要买一个广告版面，权当我付给你的学费。”小陈凭着自己坚韧不拔的精神达成了成功的目标。在我们的生活和工作中，往往就是因为缺少这种精神而经常和成功失之交臂。

自信的人相信自己能够成功，也相信自己有能力处理任何棘手的问题。他们会乐于与陌生人交际，因为他们相信自己能够与人友好相处；他们总会以一种兴奋的心情去接受任何一份工作，因为他们相信无论什么事情，他们都有办法做好，甚至做到更好，从而获得更加艰巨的任务和难得的机会。

但我们要如何建立起自己的自信，拥有自信者身上宝贵的品质呢？

### 1. 开始行动

让自己动起来，而且从最简单的事开始，找到客户的电话号码，整理好客户资料，不要把时间浪费在担心客户是否会接到电话、是否会友善地接受你的销售这些尚未发生的琐事上。让行动给你真实的感受，让行动起来的成就感给你持续进步的动力。

### 2. 保持精力充沛

我们知道一种“凌晨 3 点”效应，是说很多人都有凌晨醒来的经历。



开始大都为自己所忧虑的东西感到绝望，可是到了早晨，问题依然存在，但似乎没有凌晨3点钟时那样令人恐慌了。充足的精力会令你的心情愉悦、更加积极向上。

### 3. 建立自信心储备库

自信心像是一条橡皮筋，有时候你感觉它很强，有时候又感觉它很弱。它总是随着你的情绪以及你的经历时起时落，这就需对自己的自信心进行调节。建立自信心储备库是一个很好的方法，把自己的优点、成绩等可以激励自己的东西记录下来，每当自己情绪低沉时就看一看，当发现自己曾经战胜过同样的困难和挫折时，就会重新找回自信。



## 【销售精英实战指南】

自信的天敌是恐惧，树立自信首先要克服恐惧心理。战胜恐惧常见的7种处理方法：

- (1) 从现在做起，不要在犹豫徘徊中消耗自己的激情。
- (2) 永远向好的方面看。
- (3) 时常反省，把坏事情最终变成好事。
- (4) 简历融洽的人际关系，获得分享机会的能力。
- (5) 转移注意力，去接受不能改变的事实。
- (6) 让自己明白你在担心什么，然后让朋友来确定这种担心有无必要。
- (7) 直面恐惧，才能集中精力应对恐惧，战胜恐惧。



## 用简洁明晰的观点把客户拉为同盟军

言简意赅往往比喋喋不休更有说服力。简洁明晰地表达出自己的观点是一个优秀销售人员所必须具备的素质。销售人员应尽可能地用最清晰、简洁的语言使客户获得想要知道的相关信息，因此锻炼和培养良好的语言组织和表达能力对一个销售人员来说是至关重要的。



在与客户进行初次约见时，由于心情紧张等，可能使销售人员因为急于表达自己的销售意图而忽视自己的表达方式。很多销售人员都有过这样的体验：越是慌慌张张地表达自己的意图，语言组织得就越是错误百出，结果与客户沟通起来就越吃力。因此，这些忙中出错的销售人员给客户留下的印象常常是非常糟糕的，客户常常认为，一个无法清晰地表明自己观点的人是无法弄清客户的真实需求的，他所代表的企业恐怕也缺少科学的组织性和系统性。

所以，销售人员在学习和掌握足够的产品信息的同时，也十分有必要培养和锻炼自身的语言组织和表达能力，尽可能地用最清晰、最简明的语



言使客户获得其想要知道的相关信息。

麦肯锡公司曾经有过一次沉痛的教训：

麦肯锡公司曾经为一家重要的公司作咨询，麦肯锡的项目负责人带领团队日夜工作了3个月，准备了厚达300页的报告，包括7个建议、36个改进措施以及8套详细的实施方案，为了证明这些结论，他们还准备了5本数据分析和调研报告的附录，并附有大量的原始资料。

客户对提案也非常重视，安排了公司所有高管出席，并请到了CEO以及董事会的主要成员，同时还将报告彩色打印，并刻录了光盘以便分发给与会者，提案的前天晚上还再次检查了所有文字以及拼写无误，然后提早睡觉以便保证第二天的精力。

提案当天，项目负责人神采奕奕，准时到达客户会议室，做好一切准备工作。但是客户突然遇到紧急情况，不得不终止会议马上离开。然而就在CEO冲进电梯的那一刻，“等等，”CEO挡住电梯门，对项目负责人招手，“能否利用我到停车场的机会，说说你们报告的主要内容？”由于项目负责人没有做好相应的准备，而且即使有准备，也无法在电梯从30层到1层的300秒钟内把报告说清楚。最终，麦肯锡失去了这一重要客户。

从此，麦肯锡要求公司员工凡事要在最短的时间内把结果表达清楚，凡事要直奔主题、直奔结果。麦肯锡认为，一般情况下人们最多记得住一二三，却记不住四五六，所以凡事要归纳在3条以内，这就是如今在商界流传甚广的“30秒钟电梯理论”或称“电梯演讲”。

语言表达得简洁，就是话语力求简练，不能啰唆重复，不要说多余的话，它反映了量的要求；明晰，就是要把意思表达清楚，使对方准确理解其含义，它含有效果方面的要求。简洁明晰的语言表达，就是以最少的语言传递最多的信息，突出重点宣传、销售的产品，这需要销售人员对产品相当熟悉，并且有良好的语言表达能力。那么应该怎样将观点简洁明晰地表达出来呢？专家提示大家要注意以下几点：





### 1. 要表达必要的信息，使用相应的简练词句，没有多余的信息

有些人讲话滔滔不绝，其实絮絮叨叨，繁复冗长，这是一种令人生厌的恶习，应去之为快。

### 2. 无重复，即不说重复啰唆的话

语言表达应言简意赅，举例精要，措辞精炼，思路清晰、不说套话、空话与口头禅。

### 3. 要正确使用词语，表达明确

忌用那些令人费解的词语，防止误解，避免歧义。说话不要吞吞吐吐，说一些似是而非的话，要一是一、二是二，把要表达的意思说清楚。



## 【销售精英实战指南】

简洁明晰的表达观点可以使客户获得产品的准确信息，销售人员在与客户洽谈沟通时要注意以下几个要点：

- (1) 简短的言语更有力。
- (2) 充分了解你的产品。
- (3) 抓住所要表达的观点的核心。
- (4) 言语表达有条理、分清层次。
- (5) 正确使用词汇，表达明确。