



利用提问

销售高手
是靠问题逼出来的

吴安奉◎编著



89个经典情景，89种提问技巧，
“逼”出你想要的答案！



北京日报出版社



利用提问

销售高手
是靠问题逼出来的



吴安奉◎编著

北京日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

利用提问：销售高手是靠问题逼出来的 / 吴安奉编
著. — 北京：北京日报出版社，2017.2

ISBN 978-7-5477-2392-0

I . ①利… II . ①吴… III . ①销售—基本知识
IV . ① F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 311875 号

利用提问：销售高手是靠问题逼出来的

出版发行：北京日报出版社

地 址：北京市东城区东单三条 8-16 号东方广场配楼四层

邮 编：100005

电 话：发行部：(010) 65255876

总编室：(010) 65252135

印 刷：三河市兴国印务有限公司

经 销：各地新华书店

版 次：2017 年 6 月第 1 版

2017 年 6 月第 1 次印刷

开 本：710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张：16

字 数：220 千字

定 价：35.00 元

版权所有，侵权必究，未经许可，不得转载



前言 PREFACE

俗话说：“好胳膊好腿，不如一张好嘴。”销售人员全凭一张好嘴取得好业绩。销售行业里的“好嘴”主要包括两方面：一是会说；二是会问。

销售中的每一个环节，都是靠“嘴”来进行的，预约客户、与客户交流、达成最终交易都需要“嘴”。销售人员的每一次销售都是一场小型的“外交谈判”。所以说，“会说”是一名销售员必备的基本条件。

一般来说，“会说”是一个销售人员最基础的必备的专业素质，那么“会问”对销售人员来说就是进一步的更高要求。如果你想在销售行业技高一筹，强人一码，那么你就必须掌握提问式销售技巧。

提问式销售即销售员善用巧妙的提问来促进销售成交的方式。提问式销售改变了以往销售员自说自话的尴尬局面，把客户也拉到交流上面来，这种互动有种神奇的魔力，能够带给客户很强的体验感，更容易达成交易。

通过主动提问，销售员可以更好地控制谈判的细节和与客户沟通的方向。优秀的销售员总是能够利用有针对性的提问来逐步实现自己的销售目的，还可以通过巧妙的提问与客户保持友好的合作关系。



当销售员对客户表达的意思或者某种行为的意图不能理解时，千万不要自作聪明地猜测和假设，而要根据实际情况进行提问，弄清客户的真实意图，以免产生不必要的误会。

适时地向客户提出你的疑问和客户的疑问，给客户说的机会，静静聆听，你会有意想不到的收获。

学会并灵活运用本书中提到的技巧，能够让你的生活和工作揭开新的一页，你会发现在任何情景中，你都能应付自如，能通过提问得到自己想要的信息。本书的出发点就是提问，进而围绕帮助销售员寻找目标客户、激发客户的需求以及最终促使客户与自己成交这三个阶段来进行一一剖析。另外，也能够让销售人员读完此书更能驾轻就熟地对客户正确地提问题，进而成交订单，提升自己的销售业绩。

拥有本书，不仅能让你学到系统而实用的提问知识、领悟对方的弦外之音、分辨对方的信息的真假、在各种场景提出最优质的问题，还能鼓励你做更好的自己、拥有更高价值的新形象。受益多多自不赘述。



目录 CONTENTS

上 篇

探寻篇 梦里寻他千百度，客户藏在问题处

第1章 提问的艺术 ——把答案藏在问题里

问的越多，知道的就越多 / 4

有时候提问比劝说更有效 / 5

让客户听清你的问题 / 7

让客户因“声”而喜 / 9

不同场合问话用语不同 / 12

好的开始才有好的结果 / 14

适度提问了解客户需求 / 18



第2章 动机激发，情绪引导 **——这样问，客户才愿意回答**

提出问题要智慧 / 22

顾客回答轻松，提问才能进行 / 25

激发兴趣引起客户关注 / 28

拉近距离：问寒问暖缔造良好关系 / 31

营造氛围：促使对方答应你的要求 / 33

这样问，才能消除客户的戒心 / 37

提问的同时别忘了赞美 / 39

第3章 精准切入，深入交谈 **——这样问，客户才不会有抵触心理**

“逼迫”对方直面问题的四个方法 / 44

引起话题的问题：搭建无尴尬沟通的桥梁 / 46

充满惊奇的问题：激发客户强烈的好奇心 / 49

层层递进的问题：引导客户进入你的需要 / 52

一针见血的问题：针对性地提问，要切中要害 / 55

问题越具体，别人才会积极回应你 / 58

安全性的问题：问能让话题延续下去的问题 / 60

第4章 不问为赢，说闻问切 **——与客户对话要把握问题分寸**

体重通常是比较敏感的话题，尤其对女人 / 64



- 提问有所忌讳，有些问题不可问 / 66
- 遇到异国人士，不该问什么 / 69
- 咄咄逼人的提问会吓跑客户 / 71
- 把握好提问的分寸，别给顾客造成压迫感 / 75
- 无礼质问，会让客户产生反感 / 79

中 篇

激发篇 千言万语虽辛苦，问尽欲求“始到金”

第5章 初步试探，发现需求 ——用提问探明客户真实需求

- 搞清楚客户的心理底线 / 86
- 掌握客户需求更容易成功 / 90
- 探寻出客户的真实想法 / 94
- 多问几个“为什么”，寻求客户反馈信息 / 97
- 聆听加提问，让客户说出他的“难言之隐” / 99
- 换位提问，让客户自己说服自己 / 102
- 利用提问，给客户多个购买理由 / 105

第6章 升级提问，创造需求 ——用提问激发客户购买欲

- 识别大客户需求 / 112



- 摸清客户基本情况 / 116
- 弄清客户购买障碍 / 120
- 了解客户困扰程度 / 123
- 进行合理性的引导 / 126
- 逐步追问锁定客户需求 / 128
- 掌握客户的未来需求 / 130
- 运用启发式提问促成交易 / 133
- 了解客户的真实情况 / 135

第7章 因人而异，各个击破 **——不同的客户有不同的问法**

- 反问式提问，让顽固型客户自己回答 / 138
- 顾问式提问，做谨慎型客户的专家 / 141
- 开放式提问，挖掘怀疑型客户更多信息 / 144
- 求教式提问，问出虚荣心客户的面子 / 146
- 选择式提问，帮助犹豫不决型客户下定决心 / 150
- 引导式提问，让果断型客户自觉地说“是” / 153
- 证实式提问，明确内向型客户的需求 / 155

第8章 物有所值，优质优价 **——产品展示中的关键性提问**

- 运用策略解答客户疑惑 / 158
- 引导客户提高对产品的兴趣 / 160



- 用优质品取悦客户 / 163
- 用产品演示激起客户的购买欲 / 166
- 用事实赢得客户的信任 / 168
- 产品介绍应多描述细节 / 170
- 介绍产品要贯穿其文化和特色 / 172
- 把握好提出异议的客户 / 174
- 暖客户心得回报 / 176

下 篇

促成篇 临门一脚需谨慎，巧用提问促成交

第9章 先问为主，扭转“钱”坤 ——用提问引领客户

- 掌握销售主动权，客户容易买账 / 182
- 学会利用间接影响力 / 185
- 援引实例，用老客户做样板 / 187
- 设计有质量的提问 / 189
- 引导客户“二选一” / 194
- 根据客户的提问进行反问 / 197
- 产品紧俏客户就会当下做决定 / 200
- 让礼品作用充分发挥 / 204
- 帮助顾客推荐产品与报价 / 206



第10章 沟通协调，耐心成就 ——将成交时机握在手中

耐心沟通，不要急于求成 / 212

让客户有机不可失的紧迫感 / 215

充分沟通消除客户戒备心理 / 218

确定客户异议并解答 / 221

主动询问消除客户异议 / 224

避免争执，销售不是辩论赛 / 229

价值整合和价格拆分 / 234

面对客户异议注意措辞和语气 / 238

不可对客户的异议质问 / 241



上篇

探 寻 篇

梦里寻他千百度，
客户藏在问题处

第1章

提问的艺术 ——把答案藏在问题里



销售的过程，其实就是说服客户的过程，但是，如果销售人员只知道一味地向客户推销产品，而没有向客户提出问题或没有给客户提出问题的机会，那么销售的道路势必走不通。

问的越多，知道的就越多

很多销售员最开始都认为，只要自己能说会道，客户也就会跟着说。可事实并不是这样的，很多销售员到最后却发现说的越多就会越被动。而真正能够引导客户开口说话的却是那些善于提问的销售员。因为他们懂得这样的道理：在与客户进行沟通的过程中，问的问题越多，客户就会答的越多；答的越多，销售人员获得的有效信息就会越充分。

案例导入

机械设备厂的小刘经常打破公司的销售纪录。在公司的经验总结大会上，小刘说出了他的销售秘诀：经常对客户进行有针对性的提问，可以让客户在回答问题的过程中对产品心生认同。这名销售人员经常在与客户谈话之初就进行提问，直到销售成功。以下是他的几种典型提问方式。

“您好！听说贵公司打算进购一批汽车零件，能不能请您说说您心中理想的零件产品有哪些要求呢？”

“我很想知道您选择合作厂商最看重公司的哪些品质？”

“我们公司非常希望能与您这样的公司保持长期合作，不知道您是否有这个意愿呢？”

“如果我们公司能够满足您对产品的所有要求，并且能使您的公司产生极大的效益，您是否有兴趣了解我们公司的情况呢？”

“如果您对我们公司的产品有任何的疑问，可以随时咨询，这您不用担心，只要签好订单，我会在最短的时间内给您送货上门。那么，您



打算什么时候下单呢？”

“如果您对我们这次的合作满意的话，我们公司很期待与贵公司的下一次的合作！您也十分期待是吗？”

实战应用

从上面的例子中可以看出，小刘的提问是有系统性和针对性的：他先是弄清了客户的需求，为自己介绍公司及产品做好了铺垫，并且引起了客户对公司的兴趣，然后站在客户的立场上再提出问题，对整个洽谈局面进行有效的控制，最终促成交易，并为以后的长期合作奠定基础。可以看出，善于提问也是成就销售好口才的重要因素。

推销的秘诀还在于找到人们心底最强烈的需要。那么，怎样才能找到藏在客户内心的强烈需要呢？有一个办法就是不断提问，你问的越多，客户答的就越多；答的越多，暴露的情况就越多。这样，你一步一步地化被动为主动，就可以成功地发现客户的需要。

有时候提问比劝说更有效

劝说并非是指那种吵架后的劝说，事实上，任何职业，如律师、人事专家、企业家、财会人员、建筑师等，任何行业，如房地产、家具、医疗、广告、电信、保险等，在平时都需要进行劝说，如劝说客户接受自己的建议，劝说员工听从自己的管理，劝说上司给自己涨工资等。必须让这些人能够听取你的想法，从而实现自己的目标。那么该如何劝说，提问劝说法会告诉你。

生活中我们常常看到劝说的场景，也见过不少人在劝说中往往是



拿大话套话来压人，或者说些软话好话求人，但这些方法和技巧往往很难奏效。

案例导入

一位客户购买的产品出现了些问题，售货员给客户换货后，客户仍不满意，要求公司赔偿他的损失。这时，如果售货员拿大话套话来说，“等公司的决定下来，我会把补偿直接打到你的账户上。”客户往往认为是推脱责任。售货员说软话：“你消消气，喝点水，我一定会帮你处理好的，你高抬贵手行吗？”其实有时这种“软话”往往起到截然相反的作用。



这时最好的做法就是提问。售货员问客户：“你以前在工作中也会出错吧？”客户一愣：“是的。”售货员问：“那你出错时，你们领导怎么对待你呢？”客户说：“领导会先批评我一顿，然后让我下次好好去做。”售货员问：“我知道现在犯错的是我，你怎么做都不为过，但咱们能不能找个合情合理的方法来解决

呢？”这时客户还能说什么呢，只能同意。

实战应用

心理学家认为，劝说他人最好的方法就是不去劝说。也就是说不要他人争议什么，就拿什么去劝说他人，而是要另觅捷径，让对方自己去劝自己。如案例中的售货员采用提问的方法，让客户回忆起自己犯错时，领导是如何对待自己的，将心比心，对待售货员是不是也应该这样？