

销售

方一舟
◎ 编著

一定要懂的 说话术



十步进阶，打造金牌销售的制胜利器
十大秘诀，销售高手必读的说话技巧

销售

方一舟◎编著

一定要懂的 说话术



图书在版编目 (CIP) 数据

销售一定要懂的说话术/方一舟编著. —北京:
中国铁道出版社, 2012. 1

ISBN 978-7-113-13832-5

I. ①销… II. ①方… III. ①销售—语言艺术

IV. ①F713. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 233591 号

书 名: 销售一定要懂的说话术

作 者: 方一舟 编著

责任编辑: 郑媛媛

电话: 010-51873179

封面设计: 大象设计

责任校对: 张玉华

责任印制: 李 佳



出版发行: 中国铁道出版社 (100054, 北京市西城区右安门西街 8 号)

网 址: <http://www.tdpress.com>

印 刷: 三河市华丰印刷厂

版 次: 2012 年 1 月第 1 版 2012 年 1 月第 1 次印刷

开 本: 700 mm×1 000 mm 1/16 印张: 15 字数: 203 千

书 号: ISBN 978-7-113-13832-5

定 价: 29.80 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书, 如有缺页、倒页、脱页者, 请与本社读者服务部调换。

P前言

reface

销售是一项能够成就自我、创造价值的伟大事业。世界上超过90%的巨富都是从销售员做起的,比如,世界首富比尔·盖茨、日本经营之神松下幸之助、华人首富李嘉诚、台湾首富王永庆等。可以说,销售成就了他们的事业和人生。

但是,在现实中,仍有许多销售员的业绩不尽如人意,他们与销售高手相差悬殊。美国一项调查表明,那些超级销售员的业绩通常是一般销售员的300倍。企业80%的业绩是由这20%的精英销售员创造出来的,而他们也并非天生就是销售高手,之所以能取得如此骄人的业绩,是因为他们都经历过销售训练,最主要的是受过标准化的口才训练。他们懂得如何说,客户才会听;怎样谈,客户才会买。

语言的魅力是难以估量的,有时一句简单的话就能够起到巨大的作用。销售员可以说是靠“嘴”吃饭的,语言的重要性不言而喻。在与客户交谈时,如果销售员能够恰到好处地运用语言,那么将会取得非常惊人的沟通效果,销售自然也会变得很轻松。美国“超级推销大王”弗兰克·贝特格说过:“交易的成功,往往是口才的产物。”确实,销售员要想取得一流的业绩,必须要能够恰如其分地运用语言,具备一副金口才。

当然,所有的销售员都渴望自己能够妙语连珠、舌灿莲花,都渴望自己所说的话客户能够认真倾听,都渴望自己能够让谈判变得轻松。

那么,对销售员来说,最标准的口才模板在哪里呢?你将从本书中找到答案。

本书为大家逐一解密销售高手说话、谈判的妙招、策略,并指导销售员恰当、灵活地运用,从而掌握销售高手的说话秘诀,从此战无不胜。

秘诀 1:如何说才能让销售变得省力。

在销售行业内,有这样一种说法广为流传:“会说话,销售就如坐电梯;不会说话,销售就如爬楼梯。”销售人员如果能够把握住与客户进行交流的短短几分钟或几十分钟的时间,取得非常好的沟通效果,那么销售自然就如坐电梯般轻松。

秘诀 2:如何才能说到点子上。

想钓鱼,先要知道鱼喜欢吃什么鱼饵,同样,想要赢得客户也必须知道客户心里在想什么、最需要什么。只有这样,我们才能说到点子上,从而打败竞争对手,取得销售的成功。

秘诀 3:如何说才能获得客户的信任。

对于销售员来说,获得客户的好感与信任对接下来的销售工作至关重要。所以,销售员要学会用语言打破客户内心的坚冰,拉近彼此的距离,从而获得客户的信赖。

秘诀 4:如何向客户提问。

会说不如会问。通过巧妙的提问,销售员不仅能够了解客户的需求,还可以掌控谈话的进程,获得销售的主动。优秀的销售员应该改变传统以陈述为主的销售模式,精心设计好问题,与客户在愉快的沟通中达成交易。

秘诀 5:如何倾听客户的声音。

俗话说:“雄辩是银,倾听是金。”在销售中,“倾听”其实比“倾诉”更加有效。销售员不但要引导客户多说话,而且在客户开口说话后,还要学会耐心倾听,从中发掘对销售有用的信息。

秘诀 6: 如何说才能抓住客户的心理弱点。

销售就是一场心理博弈,要想获得胜利,就要充分把握客户的心理弱点。只有这样,才能够见招拆招,在销售谈判中获得优势,最终说服客户。

秘诀 7: 如何读懂客户话语背后的潜台词。

其实客户所说的话未必都是真心话,有很多只是拒绝购买的借口、托辞。一些销售员却往往对这些话信以为真,果真照办起来,结果上了客户的当。所以,销售员要读懂客户话语背后的潜台词,弄清客户的真实想法,这样才能采取合适的应对策略,从而促成交易。

秘诀 8: 如何说才能化解客户的异议。

在销售时,客户总是会提出许多异议,不过不用担心,“兵来将挡,水来土掩”,只要销售员“会说话”,就一定能克服这些成交障碍,轻松拿下订单。

秘诀 9: 如何说才能快速签单。

许多销售员往往在销售的最后一步上出问题,结果竹篮打水一场空。这就需要销售员了解快速搞定客户的谈判技巧,只有这样,我们才能“踢好临门前的关键一脚”。

秘诀 10: 如何练就说服客户的个人魅力。

销售产品,关键是要向客户推销我们自己。俗话说:“打铁还需自身硬。”销售员只有自身具备过硬的素质,具备优秀的沟通与说服能力,才能成功打动客户,取得订单。

可以说,不管你在销售什么产品,不管你面对的是专业的买主还是闲逛的客户,也不管你是在争取中小客户还是在对阵大客户,在本书中,你都能找到打动客户的情感武器,以及说服客户的法则,从而轻松地把陌生客户变成朋友,把朋友变成财脉。如果你能够掌握本书所介绍的“如何说,怎样谈”的方法,并灵活地运用到销售实践中去,那么你

就能够迅速改善人际关系,使销售业绩提高十倍、百倍甚至更多,从而在不经意间升级为销售高手。

阿基米德曾经说过:“只要给我一个支点,我就可以撬动整个地球。”那么,对于所有销售员来说,本书就是这样一个支点,它将帮助你领会说话的艺术和奥妙,给你系统的销售口才训练,让你从中国 6 000 万销售员中脱颖而出,成就辉煌的销售事业,实现远大的人生理想。

目录

Contents

第一章 | 会说话，销售就如坐电梯；不会说话，销售就如爬

楼梯

交易的成功，往往是口才的产物	3
学会销售“诱惑”，让财源滚滚来	5
言必中“心”，让客户花钱花得开心	7
说得好，即使价格高客户也会欣然购买	9
这些话一定不能对客户说	10

第二章 | 知道客户想什么，你才知道说什么——“上帝”的心思

你要猜

为什么专家做不好销售	15
把握客户心理，设计完美预约	16
让良好的观察力为成交开路	20
开谈前，明白你销售的到底是什么	22
第一次见面，可以不谈销售	24
销售需要知己知彼：销售前摸清客户的“底细”	27
换位思考，了解并理解客户的需求	29
选择客户感兴趣的话题，使对方产生亲近感	31
真心为客户省钱，而不要只想着自己赚钱	33
从肢体语言中洞察客户的消费心理	36

第三章 | 这样说，才能赢得客户的信任——三言两语拉近与客户的距离

好形象是说服客户的无声语言	41
记住客户的姓名，拉近心灵的距离	43
好的开场白是成功销售的一半	45
得体的商务礼仪为成功销售加分	47
微笑是融化客户内心坚冰的阳光	50
用暗示的语言说服客户	52
幽默一点，活跃销售气氛	53
重复说明一个重要讯息，加深客户的印象	56
不要曲解“把客户当上帝”的意思	58

第四章 | 会问的结果是“成”，不会问的结果是“败”——精心设计你的问题

会提问，销售就不难	65
通过提问判断潜在客户	67
五秒钟让别人对你感兴趣	69
问得越多，销售成功的可能性就越大	70
SPIN 问答模式是销售的利器	75
要尽量进行开放式的提问	78
问题要一语中的，不要无的放矢	80
反问助你掌握成交主动	82

第五章 | “说”得好不如“听”得好——倾听比倾诉更令客户倾心

倾听，是对客户最好的恭维	87
想办法让客户张嘴说话	88
透过倾听，迅速捕获客户的购买信号	90

销售失败并不是因为你说错了什么，而是因为你听得太少 …	91
销售员到底应该听什么 ……………	94
听得越多，越能摸清对方的底牌 ……………	95
让你的倾听更有效率 ……………	97

第六章 | 想说服客户，必须谙熟心理“潜规则”——透视客户惯常消费心理

巧妙说服客户为“面子”买单 ……………	103
消除客户害怕上当受骗的心理 ……………	104
让客户感觉到享受了“免费的午餐” ……………	106
客户总是希望价格越低越好 ……………	108
满足客户渴望受到尊重的心理 ……………	110
化解或利用客户的逆反心理 ……………	113
从众心理是引导客户购买的“密语” ……………	115
把客户的虚荣变成自己的业绩 ……………	118
男女心理有“别”，区别对待是上策 ……………	119
巧妙利用客户的冲动心理 ……………	122
不同的客户要用不同的说服策略 ……………	123

第七章 | 舌绽莲花，把客户借口变成销售突破口——读懂客户话语背后的潜台词

把握好潜台词能让销售事半功倍 ……………	129
“我考虑考虑”是什么意思 ……………	131
“我和某某商量一下”其实是在拒绝你 ……………	132
“寄一份资料给我吧”，说明他在应付你 ……………	133
“我没时间”，也许是他真的很忙，但更可能是一个借口 ……………	134
客户如果说“没钱”怎么办 ……………	136
“我们不需要，也没兴趣” ……………	137

当客户说“别家更便宜”时，他在想什么	138
“到某某时候再买”的应对策略	141
“我们已经有其他供应商了”的应对策略	143
“不买就是不买”的应对策略	145

第八章 | 巧言排异，从拒绝的信号中挖掘商机——让有反对意见的客户签单

记住，嫌货才是买货人	149
识别客户真假异议	150
做好处理异议的准备	152
处理客户异议的“常规四法”	155
过激的异议要用特殊的办法	159
价格异议最重要，必须慎重处理	162
有些反对意见不必当真	164
巧借第三方给客户吃定心丸	165
给予客户一个购买产品的身份	167
积极回应抱怨，赢得客户的宽容与信任	170

第九章 | 语言到位，“临门一脚”才能踢到位——迅速把握成交的时机

先确认成交信号，再采取措施	177
抢占先机，让客户一开始就说“是”	179
巧用激将，“迫使”客户作出购买决定	182
以退为进，让客户束手就擒	184
步步为营，循序渐进地提出要求	187
热情如火，让客户受到你的感染	189
虚心求教，改变客户的态度	192
局部成交，减轻客户成交的心理压力	194
自揭己短，增强客户的信任度	195

比较产品，让客户自动签单	198
声东击西，推荐非目标商品给客户	201
制造悬疑，最有效地利用客户的好奇心	202
欲擒故纵，让客户不再犹豫	205
第十章 要打动客户，多修炼自己——努力打好销售说话术的“地基”	
不断暗示自己：我是最棒的	209
“脸皮厚”不是耻辱，而是一种能力	211
给心灵淬火——经受拒绝的考验	212
克服自卑感，消除对成功人士的恐惧心理	214
诚信是打动客户的关键	216
坚持不懈、持之以恒才能说服客户	218
注意说话的语音、语调	222
专业知识不能似懂非懂	224
懂得感恩，成交后道声感谢	226

第一章

会说话,销售就如坐电梯; 不会说话,销售就如爬楼梯

语言的魅力是难以估量的,有时一句简单的话就能够起到巨大的作用。销售员可以说是靠“嘴”吃饭的,语言的重要性不言而喻。在与客户交谈时,如果我们能够恰到好处地运用语言,那么将会取得非常好的沟通效果,销售自然就如坐电梯般轻松;如果语言运用得不合时宜或是不到位,那么将会极大地影响到我们与客户的沟通效果,销售自然就如爬楼梯般吃力。所以,销售员一定要“会说话”,让每一个词语都成为销售成功的砝码。

交易的成功，往往是口才的产物

美国“超级推销大王”弗兰克·贝特格对其近30年的销售生涯进行了总结，最终得出一句话：“交易的成功，往往是口才的产物。”这是对销售中说话技巧重要性的最大肯定！其实，销售行业内流传着一种更形象的说法：“会说话，销售就如坐电梯；不会说话，销售就如爬楼梯。”对销售人员来说，一天跑两百公里，在车上耗费的时间长达3~4小时，而与客户交流的时间却只不过短短几十分钟，但是往往那几十分钟的交流才是最重要的，其他都是辅助。说话技巧决定了你是否能够说服客户，而说话方法则决定着客户对你的印象和态度，真正高明的销售员往往能在言语间让客户觉得你就是他值得信赖的朋友。

有个年轻人到一家大型的百货供应公司应聘销售员，老板让他先试干一天，再决定是否留用。傍晚下班时，老板问他做了几单买卖。他说：“只有一单。”老板很失望，因为别的销售员可比他勤快多了，每天从早忙到晚，平均都能拿下六七十个单子！看来这家伙实在够懒的，可以让他走人了，于是老板漫不经心地问：“你这一单有多少销售额啊？”

年轻人回答：“30万美元。”老板顿时惊呆了，半天才回过神来，有点不相信地问：“30万……你卖了多少货？”

“是这样的，”年轻人说，“有位先生需要鱼钩，但是并不确定自己应该使用什么样的鱼钩，我发现他是个新手，但他的空闲时间比较多，收入丰厚，刚开始学钓鱼，对钓鱼很感兴趣，很有热情。我自己就是个垂钓高手，于是给他讲了很多专业知识，告诉他在海上和江面上钓鱼用的工具是不一样的。我们很快成为了很好的朋友，我卖给了他大、中、小号3种鱼钩和鱼线，还有渔竿、鱼篓、折叠椅、遮阳帽。我问他想去哪儿钓鱼，他说最想去海边，所以我建议他买条船，带他去了我们卖船的分公司，卖给了他一艘20英尺长，有两个发动机的帆船。”

这个时候,老板已经听得目瞪口呆了,他机械地问:“然后呢?”

年轻人接着说:“那位先生的大众牌汽车拖不动这么大的帆船,我又将他介绍给汽车销售部门,卖给了他一辆丰田新款的豪华车。他很大方,而且他确实需要这些产品。”

老板有些难以置信:“仅仅想买两个鱼钩的客户,你是怎么说服他购买这么多产品的?”

年轻人笑着说:“不,老板,他只是从这儿路过,进来问我明天的天气怎么样。我说明天的天气很好,又是周末,于是我又多了一句嘴说,干吗不去钓鱼呢。然后,我就把他需要的产品介绍给他了!”

也许有人会说,这个例子有些夸张,也可能有人会说,这个人运气比较好。而作为一名销售人员的你就不应该这样说了,因为身为销售人员绝不能轻易放过每个机会,没准下个人就是你的大客户,所以你要随时做好准备,去发挥你的口才!

下面我们简单分析一下这个年轻人在试用期的第一天如何只用一个订单就实现了 30 万美金的销售额。他的成功在于两个方面:对商机敏锐的把握和出色的口才。

而反观那些每天能签下 7 个甚至更多订单的销售员,他们往往只是低头干活,被动地应对上门的客户,这样当然抓不住那些潜在的巨大商机。

那个一下子买 30 万美元商品的男士,最初也许只是想问问天气,但年轻的销售员一眼就看出了他身上潜在的消费能量和消费需求:

(1)他衣冠楚楚,身着名牌,气度不凡,说明他是高薪阶层,消费能力充足;

(2)他询问天气,很可能是第二天想去某个地方休闲娱乐,但还没打定主意,这说明此人有巨大的消费欲望;

(3)他说自己是钓鱼新手,说明他还没有购置钓鱼的全套用具,这是销售产品的大好时机;

(4)他想去大海钓鱼,那正好需要一艘配得上他身份的游艇或帆船;

(5)他无法将船拖回家,又说明他需要一辆合适的汽车。

当然,如果他需要,并且买得起,你甚至可以将波音 747 卖给他,并再为他承建一个现代化的机库!但是你必须拥有看到并且抓住这些商机的眼光和素质。

这个素质就是你对客户的分析能力,以及与他进行深入交流的本事。

在产品的销售中,你多想一个环节,抓住的商机就可能更多。面对这样一个潜在客户,如果你不想、不问、不去关注客户的需求,那你能做的只不过是漠不关心地回复他一句“明天天气很好”,然后得到一个带有谢意的微笑。他转身走开了,带走的是价值 30 万美元却永远没有机会变为现实的潜在订单。

销售的最终目的是成交,而成交的前提是你必须说服客户,让他下单和付款。销售就是成交之前的一切工作,如果没有成交,那么你的销售将毫无意义!

永远不要忽视语言的技巧。当你和客户交流时,哪怕拥有可以多问一句话的机会,也不要错过。这是销售员最基本的素质。

一语万金

◆ 销售并不是凭力气挣钱,而是用舌头挣钱,能不能让客户心甘情愿地把钱给你,就看你有没有说服客户的本事。

◆ 为客户着想,不要等客户主动告诉你他的需求,所有的商机都藏在你的关心式提问之中!

学会销售“诱惑”,让财源滚滚来

业绩好的销售员都是那些非常懂得销售“诱惑”的人。引起客户的消费欲望,就是在销售“诱惑”。找到客户隐藏的需求并加以引导,使这种需求明晰化,就能够很容易地把产品销售出去。

犹太人阿曼德·哈默提出了有名的哈默定律。他认为:天下没有坏买卖,只有蹩脚的买卖人。换句话说,不存在无法成交的客户,只有