

杨雪◎编著

给力 的销售口才 瞬间赢得客户的 100句销售妙语

一言之辩，重于九鼎之宝，三寸之舌，强于百万之师

好口才 =

社会
竞争力

+

良好的
人际关系

+

生存
能力

给力的
销售口才 =

更多
客户

+

更多
订单

+

更多销
售业绩



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

最给力的销售口才

瞬间赢得客户的 100 句销售妙语

杨 雪 编著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (C I P) 数据

最给力的销售口才：瞬间赢得客户的100句销售妙语/
杨雪著. — 北京：人民邮电出版社，2014.5
ISBN 978-7-115-35061-9

I. ①最… II. ①杨… III. ①销售—口才学 IV.
①F713.3②H019

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第048380号

内 容 提 要

这是一本提升销售人员沟通能力的工具书。书中内容围绕实际销售的整个过程，从销售准备、客户开发、约见技巧、上门拜访、维护关系、产品展示、异议处理、达成交易、及时回款、二次服务共10个层面甄选了100个场景，全方位地展示了销售人员与客户成功沟通的技巧，并且凝练了100句打动客户购买产品的销售妙语，帮助销售人员在实际工作中活学活用。

本书适合一线销售人员、销售管理人员使用，也可作为企业内训教材。

◆ 编 著 杨 雪

责任编辑 姜 珊

责任印制 杨林杰

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

三河市潮河印业有限公司印刷

◆ 开本：800×1000 1/16

印张：14.5

2014年5月第1版

字数：150千字

2014年5月河北第1次印刷

定价：35.00元

读者服务热线：(010)81055656 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京崇工商广字第0021号

前言

销售人员在开展销售工作的过程中，经常会遇到诸多问题：给陌生人打电话时，战战兢兢，不敢拿起话筒；和客户沟通时，表达不清，心里明白却说不出话来；说话啰唆，让客户厌烦；语无伦次，缺少逻辑，没有说服力；沟通场面死气沉沉，给人留下“闷葫芦”的印象；说话不留余地，把业务做成一锤子买卖。

出现上述情况，就会影响销售业绩，正如俗语所说：“买卖不成话不到，话语一到卖三俏。”所以一名出色的销售人员一定要有出色的口才。只有具备了出色的口才，才能够让客户感受到你的魅力，乐意购买你的产品。

本书针对销售准备、客户开发、约见技巧、上门拜访、维护关系、产品展示、异议处理、达成交易、及时回款、二次服务等销售过程中的重要环节，精心提炼了**最有代表性的 100 个销售场景以及 100 句销售妙语**，全方位地讲解了**销售人员与客户成功沟通的口才技巧**。

为了便于读者学习，本书针对具体的沟通技巧，分别从“给力分析”、“口才关键词”以及“不会说怎么办”三个板块来讲解，紧贴现实中的销售工作，详细分析销售人员应如何切中客户的关注点。

无论你是一个**有经验的销售人员**，还是一个**销售新手**，这本工具书呈现的案例和沟通技巧都值得你学习和掌握。其中一些妙语和技巧可以直接运用到实际工作中，**拿来即用、方便有效**。

需要说明的是，**场景不同话不同**，本书呈现的销售场景和妙语金句不是在任何情况下

都可以拿来使用的，也不是唯一的参考。读者要根据实际的沟通场景，灵活使用，不要生搬硬套。

由于经验有限，诚请各位读者提出宝贵意见，以便本书修订时加以补充和完善。

在本书编写的过程中，孙立宏、孙宗坤、刘井学、程富建、刘伟负责资料的收集和整理，王玉凤、廖应涵、王建霞、李苏洋、郑超荣、王锋锐负责图表的编排，刘瑞江、袁照烈、韩建国、韩伟静、毕春月、蔚星星等朋友给予了大力的支持和帮助，在此一并表示感谢。

莫萨营销研究中心

2014年4月

目 录

第 1 章 有准备的头脑 销售先销己 // 1

- 1.1 绝不放弃积极自信 // 2
- 1.2 知己知彼信心十足 // 4
- 1.3 倾听为上挖掘需求 // 6
- 1.4 及时发问讲求尺度 // 8
- 1.5 火眼金睛甄别客户 // 10
- 1.6 化身客户换位思考 // 12
- 1.7 把话说到客户心里 // 14
- 1.8 有礼有识提升魅力 // 16

第 2 章 用漏斗去寻找 开发有目的 // 19

- 2.1 用好亲朋关系 // 20
- 2.2 陌生人也接触 // 22
- 2.3 把销售变合作 // 24
- 2.4 向前台秘书借力 // 26
- 2.5 换种方式问询 // 28
- 2.6 应对借口托词 // 30

- 2.7 和关键人对话 // 32
- 2.8 总结开发渠道 // 34

• 第3章 艺术性的预约 陌生变熟悉 // 37

- 3.1 巧定时间有学问 // 38
- 3.2 见面地点好好选 // 40
- 3.3 如何约谈新客户 // 42
- 3.4 让非决策人帮忙 // 44
- 3.5 关键人一言九鼎 // 46
- 3.6 回访约见解疑问 // 48
- 3.7 致谢约见显真诚 // 50
- 3.8 八项技巧约客户 // 52
- 3.9 约见被拒不打怵 // 54
- 3.10 做好准备信心足 // 56

• 第4章 土拨鼠式拜访 上门的契机 // 59

- 4.1 问候寒暄不简单 // 60
- 4.2 天气新闻应景谈 // 62
- 4.3 开场自然诚求教 // 64
- 4.4 利益好处摆明白 // 66
- 4.5 提供信息引注意 // 68
- 4.6 你和别人不一样 // 70
- 4.7 随机应变化尴尬 // 72
- 4.8 多方引见事好办 // 74
- 4.9 了解状况正式谈 // 76
- 4.10 明确需求靠慧眼 // 78

- 4.11 为客答疑不争辩 // 80
- 4.12 消除结点对症断 // 82

• 第5章 业务外的功夫 结交与接近 // 85

- 5.1 关注细节赢好感 // 86
- 5.2 热情如一常保持 // 88
- 5.3 真诚帮助提建议 // 90
- 5.4 重视客户身边人 // 92
- 5.5 多方入手建情谊 // 94
- 5.6 业务之外话家常 // 96
- 5.7 礼物适宜显情意 // 98

• 第6章 会说话的产品 介绍与展示 // 101

- 6.1 直述卖点吸引客户 // 102
- 6.2 产品特性适当渲染 // 104
- 6.3 特殊价值巧妙展现 // 106
- 6.4 眼见为实亲自示范 // 108
- 6.5 控制气氛激发兴趣 // 110
- 6.6 故事案例活灵活现 // 112
- 6.7 耐心解释引导体验 // 114
- 6.8 有理有据报价不难 // 116
- 6.9 进退自如预留空间 // 118
- 6.10 议价参考成交订单 // 120
- 6.11 描述产品重在价值 // 122

第7章 不存在的疑虑 异议妥处理 // 125

- 7.1 品质不良的异议 // 126
- 7.2 价格太高的异议 // 128
- 7.3 需求不足的异议 // 130
- 7.4 资金紧张的异议 // 132
- 7.5 服务不满的异议 // 134
- 7.6 权力不够的异议 // 136
- 7.7 时机不对的异议 // 138
- 7.8 怀疑货源的异议 // 140
- 7.9 客户已有合作伙伴的异议 // 142
- 7.10 找出拒绝的原因 // 144
- 7.11 把握恰当的时机 // 146
- 7.12 异议是珍贵情报 // 148
- 7.13 切忌和客户争辩 // 150
- 7.14 直接反驳解异议 // 152
- 7.15 间接否认解异议 // 154
- 7.16 转换话题解异议 // 156
- 7.17 问题引导解异议 // 158
- 7.18 借力使力解异议 // 160
- 7.19 取长补短解异议 // 162
- 7.20 合并意见解异议 // 164

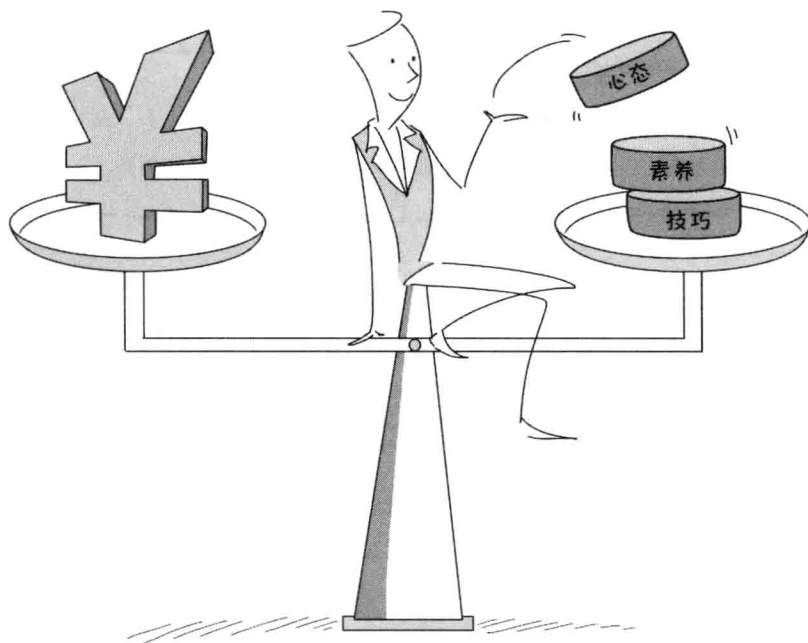
第8章 被打动的上帝 成交有秘密 // 167

- 8.1 4 种方式促成交易 // 168
- 8.2 赢得信任方能成交 // 170

•	8.3	适度优惠谨慎承诺	// 172
•	8.4	给予客户适度压力	// 174
•	8.5	认真谨慎签订协议	// 176
•	8.6	直接请求成交法	// 178
•	8.7	说明收益成交法	// 180
•	8.8	二选一式成交法	// 182
•	8.9	保证承诺成交法	// 184
•	8.10	坦言缺陷成交法	// 186
•	8.11	从众心理成交法	// 188
•	8.12	最后机会成交法	// 190
•	8.13	动作诉求成交法	// 192
•	第 9 章 及时到的货款 盘算防未然 // 195		
•	9.1	依据政策正常结款	// 196
•	9.2	灵活掌握结款途径	// 198
•	9.3	拖欠款项找出原因	// 200
•	9.4	催收账款注意策略	// 202
•	9.5	先礼后兵刚柔相济	// 204
•	9.6	圆满解决常见问题	// 206
•	第 10 章 创多赢的服务 挖掘 N 桶金 // 209		
•	10.1	及时回访额外关怀	// 210
•	10.2	跟踪拜访联络感情	// 212
•	10.3	应对咨询解决问题	// 214
•	10.4	应对抱怨具体分析	// 216
•	10.5	应对投诉找出原因	// 218

第1章 有准备的头脑 销售先销己

销售自己的3个准备



推销产品前，先推销自己。

1.1 绝不放弃积极自信

POINT

1

当你一天遇到10次以上的拒绝时，你和自己说：“没问题，来吧！我肯定能搞定。”果然，第11次你成功了，所以，**别放弃**。

客 户：小王，我知道你们的产品很好，可是我们现在真的不需要。

销售人员：李经理，近一年来，我每周都和您联系一次，不为别的，我就是希望有朝一日当您有需求的时候，能第一时间联系我，我会随时为您服务。

销售妙语1



半年过去了……

客 户：小王，总部的预算批下来了，你明天拿上你们的产品报价单到我们单位来，我们见面再沟通一下。

销售人员：太好了，李经理，真是太感谢您了。

客 户：不用谢我，是你的坚持换来了机会。说实话，这一年半来，和我接洽的供应商一批又一批，只有你一直坚持到现在，能看出你是个实在又有耐心的人，我们决定给你们一次合作的机会。

销售人员：您放心，我一定珍惜这次机会。您看您明天上午方便，还是下午方便？

客 户：明天下午两点吧。

销售人员：好的，没问题。明天见。

给力分析

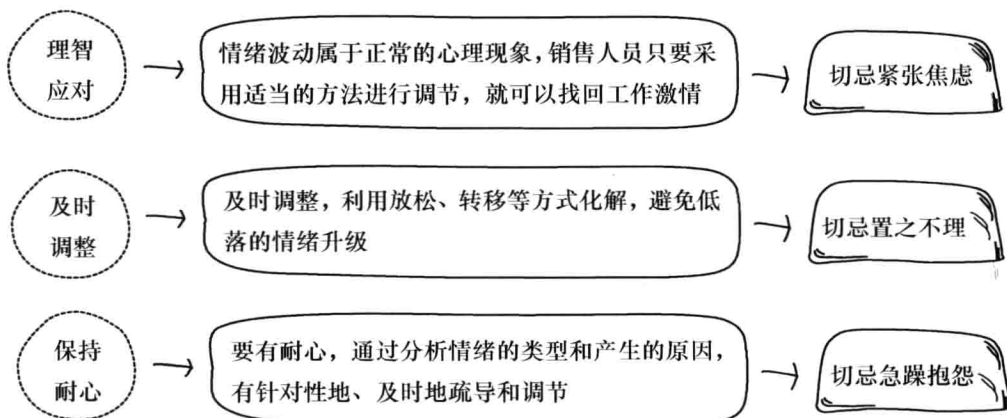
- 耐心和坚持有时是销售人员及其背后公司形象的最好代言
- 小王凭借自己的耐心和坚持，不折不扣地用了一年半的时间终于取得了客户的信任
- 耐心和坚持也是积极心态的首要表现



口才关键语

How	Why
“近一年来”	耐心、不放弃
“每周和您联系”	打消客户的戒心和排斥心理
“不为别的”	通过展望暗示合作信心，并且积极争取合作时机、挖掘合作可能
“希望有朝一日当您有需求的时候，能第一时间联系我”	表达对客户重视和坚持服务的信念
“我会随时为您服务”	

出现消极心态怎么办



1.2 知己知彼信心十足

POINT

2

在销售时，销售人员既要了解自己的产品特点，又要掌握客户的个性化需求，熟悉竞争对手的状况，所以你需要**知己知彼**。

客 户：你们的产品有什么优势，比其他家好在哪里？

销售人员：我们的产品已经面市8年了，全国有近5万客户在使用。与同行相比，我们的产品是少数通过国家环保认证的。尤其像您这样的通信企业，是我们服务的主要对象。经过我们数次测试，我们产品的稳定性非常好。

销售妙语2



客 户：据我所知，还有一家供应商也经过了国家认证。

销售人员：是的，您真是行家，那家企业我也听说过，不过您肯定也了解，他们主要服务于服装行业。

客 户：你们的价格也比其他家高出不少。

销售人员：我们的价格是比其他家略微高一些，因为我们的产品用于研发这一项的投入就比其他家高出近10%，我们的产品生命周期在同行业中是最长的，相信您也能理解，用不高于5%的价格，换来10%的产品稳定性和最长的使用年限，肯定是相当划算的。

客 户：嗯，看来你们的产品确实不错，但是光是说还不行，这样吧，明天你带样品过来，我们再商量一下。

销售人员：好的，没有问题。

给力分析

- 学会问自己问题+找出最佳答案+适时培训+进入专业角色=对所卖产品熟悉
- 善用渠道分析客户+转化角色+试探性电话预设问题=了解客户探其真实需求
- 随时关注竞争情报+重点追踪强劲对手=了解对手产品策略

知己知彼

了解产品
成为产品专家



了解客户
相信客户



了解竞争对手

口才关键语

How

“面市8年了……”

“全国有近5万客户在使用。”



“与同行相比，我们的产品是少数通过国家环保认证的。”



“尤其像您这样的通信企业，是我们服务的主要对象。”



“经过我们数次测试，我们产品的稳定性非常好。”



Why

数字是最好的证明，同时也力证了产品受欢迎，客户群广泛

对比竞争对手，突显自身优势、产品权威性与质量保证

表明产品服务的匹配性

再次强调言之有据的产品优势

不了解怎么办

实事求是



善于示弱，对于自己的确不了解的情况，要如实告知



切忌胡言乱语

虚心请教



趁机向客户请教，给客户一个为人师的机会。此时应态度谦虚谨慎，并适当赞美对方



切忌傲慢无礼

补充不足



课后要补足功课，以便充实自己，丰富知识，打造专业形象



切忌散漫轻视

1.3 倾听为上挖掘需求

POINT

3

倾听是通过客户的言谈，判断其需求或真实意图。优秀的销售人员能在聆听中挖掘需求和机会，所以，**听比说更重要**。

销售人员：李大妈，您看看，这个保险产品比较适合您这个年龄段的人，一人保险，全家安心，以后万一生病住院就能向保险公司申请补偿了。

客户：是啊，你这么一说我想起来了，隔壁的刘姐就是，一把年纪了，天天吃药看病，上次住院花了好几万呢。

销售人员：是啊，大妈，年纪大了难免总往医院跑。

客户：还有啊，我们楼上的老王，上个月住院手术花了8万多块钱，结果保险公司给付了90%，自己花了不到1万块。这都是因为老王前几年就上了保险。

销售人员：是啊，大妈，上保险就是有保障！

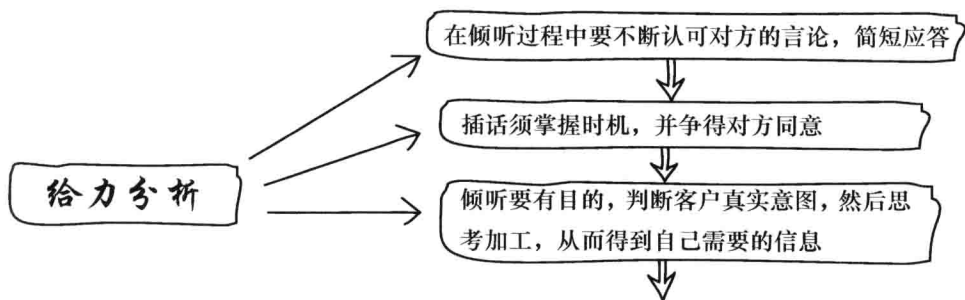
客户：我也在想啊，我这一把年纪了，万一生个病、闹个灾的，花钱不说，自己难受也拖累子女啊。

销售人员：是啊，这保险还是要趁早上。

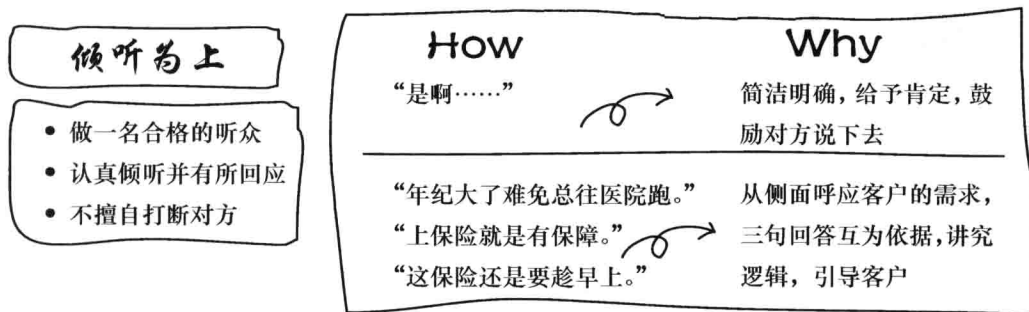
销售妙语3



客户：是啊，小杨，这样吧，你再给我推荐个详细点的方案，然后过来再和我仔细说说，我也给自己买一份。



口才关键语



言多必失——千万别多说

