

• 实用的销售技巧 • 专业的口才训练 • 生动的情景训练

墨墨◎编著


超值版
自我突破
工具书


一定要打动顾客的心



销售口才

THE SPEAKING SKILLS
OF SALES

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS



销售口才 大全集

- 怎样设计开场白
- 把话说到点子上
- 让幽默感为你加分
- 学会给客户“讲故事”
- 面对客户的拒绝怎么办
- 怎样打破客户的心理屏障
- 销售中最忌讳的十个表达方法

上架建议 销售/口才

ISBN 978-7-5640-4559-3



9 787564 045593 >

定价：29.80元

墨墨◎编著



销售口才 大全集

THE SPEAKING SKILLS
OF SALES

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

销售口才大全集 / 墨墨编著. —北京:北京理工大学出版社, 2011. 8
ISBN 978-7-5640-4559-3

I. ①销… II. ①墨… III. ①销售-口才学 IV. ①F713.3 ②H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 092541 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(办公室) 68944990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京市集惠印刷有限责任公司

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 22

字 数 / 330 千字

版 次 / 2011 年 8 月第 1 版 2011 年 8 月第 1 次印刷

定 价 / 29.80 元

责任校对 / 张沁萍
责任印制 / 母长新

图书出现印装质量问题,本社负责调换

PDG



前言

所谓口才，是指在口语交际过程中，说话者运用准确、得体、生动、形象、有效的口语表达策略，达到特定的交际目的，取得圆满交际效果的口语表达艺术。随着时代的发展、科技的进步和信息化社会的到来，口才的作用越来越显著了。

中国自古就有“一言可以兴邦”“一言九鼎”的说法。我国著名青年演讲家柏君也说过：“沉默不是黄金椅，表达（口才）才是生产力。”由此可见，口才的重要性无可替代。

事业的成功与否，在很大程度上取决于人的说话能力。这绝不是危言耸听，美国人类行为科学研究学家汤姆斯指出：“说话能力是成功的捷径。它能使人显赫，鹤立鸡群。能言善辩的人，往往使人尊敬，受人爱戴，得人拥护。它使一个人的才学充分拓展，事半功倍，业绩卓著。”他甚至断言：“发生在成功人物身上的奇迹，一半是由口才创造的。”

毫无疑问，在形形色色的行业中，销售是最需要具备好口才的行业之一。俗话说：“买卖不成话不到，话语一到卖三俏。”出色的口才是销售成功的有力保证：建立良好的客户关系需要好口才——从接近客户，到销售洽谈的开始，一直到合作关系的建立，都需要销售人员创造良好的沟通氛围，否则很难与客户建立良好的互动关系；向客户介绍产品和服务需要好口才——销售人员只有通过很好的产品介绍和展示，才能向客户准确传递产品或服务信息，让客户接受自己销售的产品或服务的价值；巧妙处理客户异议、化解客户的顾虑需要好口才——当客户提出异议时，销售人员只有通过良好的口才，才能化解客户的顾虑，从而促进合作的达成；激发客户购买欲望、促成交易需要好口才——销售人员只有通过良好的口才，才能让客户产生购买意愿，从而让成交变为现实……

总而言之，销售事业的成功离不开好口才。拥有一副好口才，可以让你赢得客户的赞许、支持和合作，使你的销售事业大放异彩！

目录



第一章

口才就是生产力——销售人员靠嘴巴打天下 / 001

“是人才未必有口才，有口才必定是人才” / 002

口才是一种综合能力 / 004

买卖不成话不到，话语一到卖三俏 / 006

销售人员说话的9大注意和6大原则 / 009

肢体语言是销售人员的必修课 / 012

测试：你的沟通能力有多强？ / 015

第二章

打铁还须自身硬——销售先练基本功 / 019

形象是销售人员的“第一张嘴” / 020

别让不懂礼仪毁了你的前程 / 023

销售中的“望、闻、问、切”四诊法 / 026

术业有专攻——做一个“产品专家” / 028

“技”多不压身——做一个“杂家” / 031

了解对手，才能战胜对手 / 033

摸清客户的“底牌” / 035

测试：你当前的销售能力有多强？ / 038

第三章

心态决定命运——好口才源自好心态 / 042

自信是成功销售的第一步 / 043

坚持到底就是胜利 / 045

把压力变成永恒的动力 / 048



销售人员要做“阳光的使者” / 050

诚信是营销成功的根本 / 053

细心让你发现成功的机会 / 055

测试：你的情商指数有多高？ / 057

第四章

客户的心思你要猜——打好销售的心理战 / 063

销售的最高境界是“攻心为上” / 064

解读客户的12大消费心理 / 066

打破客户的心理“防火墙” / 069

客户的眼神常常“出卖”他的心 / 071

读懂客户的信号，把握成交良机 / 073

客户的真实心理 90%藏在肢体语言里 / 075

测试：你有超准的“读心术”吗？ / 078

第五章

怎样设计开场白——好的开始是成功的一半 / 079

用心记住每一位客户的名字 / 080

好的寒暄是成功的一半 / 082

初见客户，最好不要谈销售 / 085

用开场白抓住客户 / 087

13种最经典的开场白 / 089

测试：你的人际交往能力有多强？ / 095

第六章

你的耳朵价值百万——做一个细心的倾听者 / 097

与客户交谈，不要“唱独角戏” / 098

用倾听化解客户的抱怨 / 100

积极倾听，了解客户需求 / 102





- 从拒绝中寻找成交的机会 / 105
- 销售人员倾听的 10 大原则 / 107
- 测试：你会积极倾听吗？ / 109

第七章

让客户如沐春风——用赞美“俘获”客户的心 / 111

- 用赞美打开客户的心门 / 112
- 夸赞是促成交易的催化剂 / 113
- 抓住客户的闪光点 / 115
- 间接赞美可以让你事半功倍 / 117
- 赞美有理有据，让你的销量翻番 / 120
- 测试：你赞美的功夫有多高？ / 123

第八章

幽默是把“金钥匙”——把快乐带给你的客户 / 124

- 成功推销的敲门砖 / 125
- 巩固客情关系的利器 / 127
- 用幽默化解客户的情绪危机 / 129
- 打破僵局的良方 / 131
- 培养幽默感的 7 大绝招 / 132
- 测试：你的幽默细胞有多少？ / 134

第九章

学会给客户讲故事——让销售变得更简单 / 136

- 学会讲故事，加速你的成功 / 137
- 先听听客户的故事 / 139
- 以故事的作用力促成交易 / 141



模仿客户+把客户放入故事=成功的销售故事 / 145

讲好销售故事的 11 大原则 / 147

讲好销售故事的 13 大诀窍 / 150

测试：你的想象力有多强？ / 152

第十章

用真心换信任——用心“呵护”你的客户 / 154

现有客户是妻子，潜在客户是情人 / 155

尊重客户永远是首要任务 / 157

微笑是永不过时的通行证 / 160

用 120% 的热情赢得客户的“芳心” / 162

站在客户的角度思考，说客户想听的话 / 164

“最伟大的推销员”的成功秘诀：投其所好 / 166

“250 定律”：1 个客户=250 个客户 / 169

第十一章

别说“过头话”——销售人员要“忌口” / 171

和客户争辩，赢了也是输了 / 172

贬低对手就是贬低自己 / 175

客户不想听喋喋不休的废话 / 176

欺骗是销售的大敌 / 178

过度推销=过度骚扰 / 180

做销售，闭上你的“13 张嘴” / 182

第十二章

开拓客户的口才技巧——销售先要找对人 / 186

什么是准客户 / 187

寻找准客户的 9 个基本途径 / 188

“攻城”前要先了解客户 / 190





让现有的客户帮助你介绍新客户 / 191

让老客户和“局外人”为你宣传 / 192

把准客户当成朋友 / 194

第十三章

最珍贵的第一次接触——接近客户的实战技巧 / 196

预约客户的时间和基本方法 / 197

接近客户的黄金法则 / 199

接近客户的八同行销法则 / 200

找到客户的兴趣所在，从而迅速接近客户 / 202

利用客户的好奇心接近客户 / 204

产品缺乏“卖点”时如何接近客户 / 205

接近客户应该注意的礼仪 / 206

第十四章

做好产品介绍这一课——让客户对你的产品一见钟情 / 210

熟悉和信任产品，才能将其推销出去 / 211

数字能让你的语言更权威 / 213

介绍产品时要塑造语言的艺术性 / 215

介绍产品一定要突出卖点 / 217

学会运用 AIDA 理论介绍产品 / 219

第十五章

销售中的提问技巧——机会就在“问号”里 / 221

提问销售法——提问是你的杀手锏 / 222

巧用提问挖需求——分析“提问销售法” / 224

如何向客户提问更有效 / 228



销售实战中的提问技巧 / 231

销售提问时的注意事项 / 233

第十六章

讨价还价的技巧——保障利润最大化 / 235

同客户谈价格的基本原则 / 236

应对价格问题的基本对策 / 238

报价的技巧 / 240

运用“金额细分法”报价 / 242

处理价格异议的常见技巧 / 244

应对价格异议的策略 / 247

巧妙应对老客户的降价要求 / 249

第十七章

应对不同客户的口才技巧——见招拆招，对症下药 / 251

如何应对不同年龄的客户 / 252

如何同女性客户打交道 / 254

如何同男性客户打交道 / 256

如何应对唠叨型客户 / 258

如何应对沉默型客户 / 259

如何应对打破沙锅问到底型的客户 / 261

如何应对吹毛求疵型的客户 / 262

如何应对喜欢争论的客户 / 263

如何应对暴躁型以及完全拒绝型的客户 / 264

如何应对似懂非懂和多疑的客户 / 266

第十八章

电话销售的口才技巧——30秒内抓住客户的注意力 / 268

电话销售前的准备工作很必要 / 269



试读结束：需要全本请在线购买：

销售人员是靠嘴吃饭的。良好的口才才是每个销售人员必备的一项基本技能，也是销售人员走向成功的关键和有力保证。销售人员只有拥有一副好口才，才能打开与客户沟通的大门，赢得客户的信任、好感和青睐，从而为双方的交易或合作搭起一座通畅的桥梁。

口才就是生产力—— 销售人员靠嘴巴打天下

第一章



“是人才未必有口才，有口才必定是人才”

中国著名演讲家、“新中国演讲事业的开拓者”、中国第一位演讲学教授邵守义说：“是人才未必有口才，有口才必定是人才。”

事实也的确如此，我国古代有孔明舌战群儒和苏季子游说六国，凭借三寸不烂之舌，化干戈为玉帛；今天则有李敖妙语清华，连珠北大，借满腹经纶，笑谈古今天下。口才已经成为人际交往、思想交流、自我销售的重要手段之一。在现实生活中，不乏拥有高明智慧、卓越才华的人，但他们就是因为不善言辞而错失了人生中的很多机会。今天已经不再是“酒香不怕巷子深”的时代，有实力就要拿出来“晒晒”，否则很难让人信服，而口才正好可以用来阐述自我思想，表达自我观念，以赢得与他人的良性沟通，从而达到共赢。因此，口才成了现代人最重要的生存技能之一。

人才和口才，虽然只有一字之差，但要想成为好人才，就一定要练就一副好口才！在激烈的商业竞争中，拥有好口才往往能让你事半功倍，获得意想不到的收获。

18岁那年，乔·库尔曼成了一名职业棒球手。后来由于手臂受伤，他回到家中做了一名寿险推销员。29岁那年，他成了当时美国薪水最高的推销员之一。至今，在他25年的推销生涯中，销售了整整40000

份寿险，平均每天5份，这样的销售成绩使他成了美国的金牌推销员。

库尔曼之所以如此成功，是因为他常常用一句具有魔力的话来改变糟糕的局面，这句话就是：“您是怎么开始您的事业的？”库尔曼在自己的传记中这样总结道：“这句话似乎有很大魔力，你看那些人似乎忙得不可开交，但是只要你提出这个问题，他们总是能挤出时间来跟你聊。”

其中，库尔曼举了一个最典型的例子来讨论这种魔力。刚开始做推销时，库尔曼的第一个客户是罗斯——一家工厂的老板，由于他工作繁忙，很多推销员在他面前都没有成功。

库尔曼说：“您好，我叫乔·库尔曼，保险公司的推销员。”

罗斯说：“又是一个推销员。你已经是今天的第十个推销员了，我还有很多事要做，没时间听你说，别烦我了。”

库尔曼说：“请允许我做一个自我介绍，只要10分钟就好。”

罗斯不耐烦地说：“我根本没有时间。”

库尔曼低下头，沉思了整整一分钟的时间，然后，他抬起头问罗斯：“您做这行多长时间了？”“哦，22年了。”库尔曼接着问：“您是怎么开始干这一行的？”这句话在罗斯身上发挥了作用。他开始滔滔不绝地谈起来，从自己的早年不幸到创业成功，一口气谈了一个多小时。最后，罗斯还热情地邀请库尔曼参观自己的工厂。那一次见面，库尔曼虽然没有卖出保险，却和罗斯成了朋友。在接下来的3年里，罗斯从库尔曼手里买走了4份保险。

库尔曼还有一位朋友，是费城一家再生物资公司的老板。他是库尔曼第一个推销成功的客户。他这样总结库尔曼的成功秘诀：“他对我说的这些话，虽然别的推销员也说过，但是他的高明之处就在于，不跟我争辩，只是一个劲地问我为什么。他不停地问，我只好不停地解释，结果就不知不觉地把自己给卖了。我解释的越多，就越意识到我的不利，防线最终被他的提问冲垮了。好像不是他在向我推销保险，而是我自己主动’在买。”

库尔曼靠精彩的口才和推销术使自己一步一步登上了事业的巅峰，并最终跻身美国富翁的行列，成了一名著名的金牌推销员。

俗话说：“君子不开口，神仙也难下手。”所以，作为销售人员，一定要让你的客户开口。如果遇到对方三缄其口的情况，你不妨像库尔曼那样，说出那句有魔力的话。

在现实生活中，成功的机会对每个人来说都是均等的，但是善于把握机会并能够获得成功的人却是极少数的。那些善于表达和善于与人沟通的人往往能紧抓机会，在第一时间里表现出自己的聪明才干，所以他们获得了成功。

世界上 80% 的财富掌握在 20% 的人手中，而这 20% 的人都是善于表达和沟通的人。当今社会已经步入信息化时代，所谓信息化，其最显著的特点就是信息的有效传达和顺利沟通。所以，口语表达能力和演讲能力就成了对一个人能力、才干与活力的检验标准。也可以说，要想成为现代社会高质量的人才，就必须具备一流的口才：竞争职位需要好口才，应聘面试需要好口才，推销需要好口才……无论你从事什么职业，都需要拥有一副好口才。

总而言之，是人才未必就有好口才，但有好口才必定是好人才。口才是事业成功的基石，是人生成功的通行证。



口才是一种综合能力

中国著名口才理论家、“口才树”理论体系创始人文若河认为，口才分为初级口才和高级口才两种。只要没有生理疾患，能开口说话的人就可以拥有初级口才，而高级口才则不仅要会说话，还要会说好话。

有学者将口才更明确地定义为：在口语交际的过程中，表达主体运用准确、得体、生动、巧妙、有效的口语表达策略，达到特定的交际目的，取得圆满交际效果的口语表达的艺术和技巧。

口才是一种综合能力，它不仅包括表达，聆听、应变等多项能力也包含在其中。文若河认为：善表达，会聆听，能判断，巧应对，这才是

衡量口才好与坏的重要标准。

一提起“口才”，很多人都会认为指的是语言的表达能力，其实这只是片面的理解。真正的口才是一种语言的表现艺术，语言表达能力只是其中一个重要部分。良好的口才还受其他很多因素的影响，如果忽视了这些方面，就会对口才的发挥产生制约性的作用。像衣着、仪容、谈吐和举止等就属于制约口才发挥的外在因素。以举止为例，举止是依靠动作来传达的。人们对一个人的第一印象，往往不是通过他的语言，而是通过动作获得的。与一个举止大方、优雅的人交往，人们会感觉是一种享受，谈话双方的距离就会在不知不觉中缩短，并且在心底产生一种亲近的感觉。相反，如果和一个大大咧咧或猥琐的人交谈，无形中就会加重对对方的顾虑，拉大彼此之间的距离。由此可见，这些非语言因素对口才发挥着很重要的作用。

一个拥有良好口才的人，必须具备敏锐的观察力，能深刻地认识事物，说话才能做到一针见血，准确地反映出事物的本质；必须具有严密的逻辑思维能力，懂得如何去分析、判断和推理，说话才能做到滴水不漏、有条不紊；必须拥有渊博的知识、丰富的词汇、流畅的表达能力，说话才能做到生动、流畅。

当然，也有许多人可能会重视这些因素，做到伶牙俐齿，说起话来滔滔不绝。但是当他们遇到棘手问题时，就哑口无言了。因为只有这些条件是远远不够的，原因就在于还有许多制约口才的内在因素。一个真正优秀的销售人员，必须具备4种素质——自信、博爱、责任、奉献；具有5种能力——观察能力、学习能力、应变能力、分析能力、语言组织能力；具备6种正确的心态——尊重和珍爱生命、稳定和积极的心态、以苦为乐的精神、勇敢顽强的意志、归零和感恩的心态。

20世纪初，上海著名的滑稽演员杜宝林曾用自己杰出的口才成功地为某品牌香烟做了一次广告。在一场演出中，他巧妙地将话题扯到了吸烟上：“抽烟其实是很不好的事。为什么这么说呢？因为这是在花钱买尼古丁来吸……我老婆就因为我喜欢抽烟，天天跟我吵架，吵着要离婚。所以，我奉劝各位千万不要抽烟。”然后，他话锋一转：“不过话又说回来，戒烟却是相当难的事。我从16岁起就开始抽烟，到现在都

已经十几年了，烟不但没戒掉，反而瘾越来越大了。我左思右想，最好的办法就是吸尼古丁少的烟。我向各位透露一个秘密：怎么才能知道哪种烟含尼古丁少呢？目前市场上的烟，数‘××’最少的了。”杜宝林这种欲扬先抑、以退为进的方法，一下子就抓住了顾客的消费心理，自然也就获得了很好的效果。

乍看起来，要想从尼古丁的角度去说服顾客买香烟是不大可能的。但是只要你拥有灵活的头脑，具备绝佳的口才，就可以获得意想不到的成功。杜宝林的成功就在于他具有很强的应变能力、分析能力以及珍爱生命的积极心态。

想提高自己口才的人，不知你是否注重了以上这些因素？只有重视内在和外在方面的修养，“口才”才不会成为无源之水，无本之木。



买卖不成话不到，话语一到卖三俏

作为一名销售人员，最基本的日常工作就是面对形形色色的客户，并时刻准备去应对五花八门的突发事件。但不论是与客户的接触，还是对突发事件的处理，都离不开双方之间的沟通和交流，而做到有效沟通，恰恰是建立在销售人员出色的口才基础之上的。

因此，销售人员必须具备一流的口才。在销售实践中，销售人员面对最多的是对自己推销的产品不甚了解的客户，如果没有掌握相应的推销口才技巧，那么就很难吸引客户的注意力，也就打不开销售局面，更别说产品的成功销售了。

小赵是一个刚入行的推销员。一天，他挎着一个小包走进一家公司。进去之后，他直接来到最近的一张办公桌前，用很低的声音问道：“小姐，财务部在哪里？”

“在斜对面。”对方给他指了指。

过了一会儿，财务部的出纳进去询问：“主管，外面有个推销验钞