

销售夺冠
秘籍
疯王

最简单、最经典、最好用！
一字一桶金，动动舌头，业绩就来！

十分简单销售绝招2

魔鬼销售话术 360°全解

臧其超◎著

从无数销售经验中，提取高超话术
最经典话术，请你站在销售职业的巅峰
应用魔法话术，1句话搞定10个订单，销售十分简单！

销售基本功 夯实销售职业的稳脚石

一线销售员的自我救赎 销售培训员的培训引擎 销售管理人的充电阀门

臧其超 差异化营销创始人 狼性营销最早倡导者
直击销售话术的魔鬼训练，彻底改变你！



中国商业出版社
CHINA BUSINESS PRESS

疯王 销售夺冠 秘籍

十分简单销售绝招

魔鬼销售话术 360°全解

臧其超◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

疯狂销售夺冠秘籍：魔鬼销售话术 360°全解/臧其超 著.

北京：中国经济出版社，2011.9

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0604 - 2

I. ①疯… II. ①臧… III. ①销售学—销售技巧—销售话术 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 049225 号

责任编辑 金 珠

责任审读 霍宏涛

责任印制 张江虹

封面设计 久品轩

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京市昌平区新兴胶印厂

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 16

字 数 260 千字

版 次 2011 年 9 月第 1 版

印 次 2011 年 9 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0604 - 2/F · 8810

定 价 39.80 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题,请与本社发行中心联系调换(联系电话:010-68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话:010-68359418 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话:12390)

服务热线:010-68344225 88386794

疯狂销售夺冠秘籍

丛书编委

臧其超

曹洪金	于帆	韩珊珊	董必达	赵岩
鹿萌	刘莹莹	杨晓明	刘红梅	于富强
王春霞	于福莲	王勇强	于佳欣	曹烈英
于国锋				

开篇语：话术是销量的首要利器

“一人之辩，重于九鼎之宝；三寸之舌，强于百万之师。”战国时期的名臣颜率凭借自己出众的口才，舌战群儒，“气”压群芳，在那个动荡的年代里，维护了自己国家的利益和尊严。

而在今天，昔日烧杀抢夺的战场已经变成了工于心计和口才辩论的销售王国。“买卖不成话不到，话语一到卖三俏”，做销售，拥有一副好口才，才能打开成功之门。

在销售中，管理者高瞻远瞩，依据销售计划选拔出类拔萃的人才，才能让企业赢得更多的市场份额。而销售员能否得到上司的赏识，能否得到客户的青睐，不仅取决于热情的服务态度，还需要具有亲和力的语言，更需要具备高超的口才技巧。

毫无疑问，销售员的口才决定了他的业绩，一个高超的话术可以为企业创造百万价值，而一句不恰当的话，就可以毁掉一单生意。

因此，优秀的口才不仅是人们交往中的必备素养，更是销售员制胜的法宝。为客户介绍产品的过程中，需要我们对产品信息进行绘声绘色的描述，突出产品优势，让客户对产品产生良好的印象。

我们要猜透客户心思，把客户的需求和产品优势结合起来，进而让客户产生强烈的购买欲望。当客户对产品有异议时，要冷静沉着地对待客户，站在客户的角度，为客户解释，为客户疏导，用“金玉良言”温暖客户的心。

当你和客户在谈判桌上为价格问题争论不休时，当成交之后客户要求退货时，当客户对你的服务提出抱怨时，当千千万万个销售问题迎面扑来时，你该如何独当一面、收拾残局呢？

发挥口才的魅力,利用成功的销售话术,你就可以应付自如,这也正是本书的精华所在。好口才并非与生俱来,而是销售员在无数个茹苦含辛的生意场中用失败与经验换来的。勤能补拙是良训,一分辛劳一分才。

要想学好销售口才,不仅要说得好,更要丰富涉猎方方面面的知识,包括心理学、社交礼仪、市场营销学,等等。所以销售员要在平时的一点点中不断进取、不断学习,提升自身的销售技巧,才能在销售过程中厚积薄发,创造辉煌的业绩!

CONTENTS 目录

系列模板一 初次接触话术

- 001 >> 模板 01 迈过“谢绝推销”这道坎
- 005 >> 模板 02 完美的 30 秒自我介绍
- 010 >> 模板 03 避免立刻切入正题
- 014 >> 模板 04 “利益”是最好的敲门砖
- 019 >> 模板 05 适当制造一点悬念
- 023 >> 模板 06 “惊人之语”的妙用
- 027 >> 模板 07 电话约见怎么说

系列模板二 自我推销话术

- 031 >> 模板 08 三分钟说好开场白
- 035 >> 模板 09 价值不菲的“客套话”
- 040 >> 模板 10 热情的语言最动人
- 044 >> 模板 11 多开口向客户“请教”
- 048 >> 模板 12 声音要有感染力
- 053 >> 模板 13 加强语言的亲和力
- 057 >> 模板 14 用幽默活跃气氛

系列模板三 产品推介话术

- 063 >> 模板 15 精雕细琢产品推介词
- 068 >> 模板 16 站在对方的立场介绍
- 072 >> 模板 17 让客户承认自己的需求
- 076 >> 模板 18 坚定的语气，让人放心
- 080 >> 模板 19 “统计数据”的魔力
- 084 >> 模板 20 产品演示时，该说什么
- 088 >> 模板 21 适度说一些“小缺点”

系列模板四 诱导购买话术

- 093 >> 模板 22 聊共同感兴趣的话题
- 098 >> 模板 23 将“说明”与“说服”结合起来
- 102 >> 模板 24 多说给客户面子的话
- 107 >> 模板 25 客户试用产品时，该怎么说
- 110 >> 模板 26 让“第三者”替你说话
- 115 >> 模板 27 巧妙评价竞争对手的产品
- 119 >> 模板 28 别忘了使用肢体语言

系列模板五 价格谈判话术

- 125 >> 模板 29 如何报出产品的价格
- 130 >> 模板 30 坚定而勇敢地说“不”
- 134 >> 模板 31 列举种种“不贵”的理由
- 139 >> 模板 32 如何强调“性价比”
- 143 >> 模板 33 妙把“大钱”说成“小钱”
- 147 >> 模板 34 如何妙语解“僵局”

系列模板六 异议处理话术

- 153 >> 模板 35 问出异议的真假来
- 158 >> 模板 36 别说“不恰当”的话
- 162 >> 模板 37 引导客户多说“Yes”
- 167 >> 模板 38 反驳要像打太极
- 172 >> 模板 39 自嘲是最佳的防御
- 176 >> 模板 40 对付产品偏见的绝招

系列模板七 促进成交话术

- 181 >> 模板 41 用“提问”达成交易
- 187 >> 模板 42 至关重要的“成交信号”
- 193 >> 模板 43 “考虑考虑”的应对话术
- 198 >> 模板 44 一句话打开客户话匣子
- 203 >> 模板 45 来一点善意的“威胁”
- 208 >> 模板 46 “请将”不如“激将”
- 213 >> 模板 47 对客户的选择表示“尊重”

系列模板八 扩展销售话术

- 219 >> 模板 48 成交后必须要说的话
- 223 >> 模板 49 不卖产品，只卖好处
- 227 >> 模板 50 如何让客户购买更多
- 232 >> 模板 51 资源管理，让客户连成片
- 237 >> 模板 52 积极应对客户的抱怨
- 241 >> 模板 53 视拒绝为常态

系列模板一 初次接触话术

——对方有了好奇心,你就有了机会

模板 01 迈过“谢绝推销”这道坎

★ 模板导语

“谢绝推销”是每个销售员都曾遇到的难关。客户谢绝你的产品,或许是一种推托之词,或许是对你的产品有成见,或许只是不愿在“多余的事情”上浪费时间。这时,你就应该查明原因,正确地疏导客户的购物理念。一旦让客户的拒绝意愿动摇,你就可以乘虚而入,趁热打铁,完成交易。

迈过“谢绝推销”这道坎,才有机会向客户展示你的产品,打开销售的大门。让我们来看一下世界著名的推销员是如何来兜售他们的成功销售理念的。

“成功者绝不放弃,放弃者绝不会成功。”——世界第一推销训练大师、汤姆·霍普金斯的销售理念

“人类因挫折而成长,因实践而成功。”——世界顶级管理与营销培训大师博恩·崔西的销售理念

“对于强者来说,困难愈多成就愈大,具体到推销这个职业来说,在大的机构推销可以获得更大的成功。”——美国联合保险公司董事长、商界著名

的销售管理大师克莱门特·斯通的销售理念

“不要为失败寻找理由,要为成功寻找方法。”——世界顶尖推销大师、销售咨询培训专家马里奥·欧霍文的销售理念

放弃者绝不会成功,成功者绝不会放弃。如果汤姆·霍普金斯仅仅确定了自己的目标,却因为种种困难而试图绕过挫折,不能从一而终,那他还能否成为世界第一推销培训大师呢?

对于一般的销售员更是如此,因为想要获得客户的订单,所以你才要摆脱羞涩去拜访客户,从不断的实践中超越自己,从不断的尝试中提升自己,才能打破客户的心理防线。

拒绝越多,挑战越大,机会就越多,距离成交的目标也会越近。克莱门特·斯通的销售理念给了我们怎样的启示呢——强者永远不畏惧艰难,越是处于困难的境地,他们越能乐在其中。

那么,马里奥·欧霍文为什么不直接说我们要寻找失败的理由,而是强调要找成功的方法呢?正是这些成功的方法,才使我们有了成长和“升值”的机会。

巧妙应对客户的谢绝推销,是每个销售员应该具备的生存技能,也是整个销售界不断攻坚与揣摩的难题。

★ 模板关键词

谢绝销售 反对意见 直击挫折 创造需求

★ 模板应用

看看,看看,这么说你又失败了吧!

一位保健器材的销售员是这样介绍他的产品的:

“杨总,我们这里正在销售一款新上市的健身器材,能够提高身体素质,增强身体机能,适合各类人群使用,并且不易产生疲劳……”

“对不起,我现在还没有这方面的需要,如果有的话,一定和你联系。”

刚刚开口就吃了满嘴的“闭门羹”，下面你还如何介绍呢？不如我们换一种思维方式从客户的角度来思考一下。

销售员热情地和杨总打招呼：“杨总，您好，听说令尊大人马上就要过八十大寿了，身体还是那么硬朗啊。”

杨总：“谢谢，虽说他身体还好，但毕竟年龄大了，劲头大不如以前了。”

销售员：“是啊，老年人体质都会下降，行动不便，更应该加强室内运动，不仅可以增强抵抗力，还能保持好心情。”

杨总高兴地说：“你说得对。可是他身边没人照顾，出来运动又怕有危险，室内空间又太小，所以一直也没考虑过。”

销售员微笑道：“您不要担心，我们这里有一款新产品，专门为老年人准备的。”他把产品的好处介绍了一遍。

杨总的拒绝心理已经开始动摇了。

销售员又补充说：“您可以在他生日的那天，作为生日礼物送给他，现在送什么都不如送健康，您说是吗？”

杨总认同地点点头。

这样介绍，是不是很容易就迈过客户“谢绝推销”这道坎了！没错，抓住客户的需求，就很容易成功。请看那些带有着重号的地方，代表什么呢？

没错，那些就是“请君入瓮”，给客户制造需求，让客户难以拒绝的话术。

在整个销售领域，销售精英成功迈过“谢绝推销”这道坎的经典案例有很多，让我们一起来看看世界著名的销售员马里奥·欧霍文的表现吧！

世界著名的销售员马里奥·欧霍文曾经给他的一位客户打电话，想约他出来见面。

但是客户拒绝说：“对不起，我现在没有时间见你。”

欧霍文说：“我很理解，每个人的时间都很宝贵的，只需占用您几分钟，您将会得到一个重要的建议。”

客户依然拒绝说：“对不起，我对这个不感兴趣。”

欧霍文继续说：“是的，我能理解，对于一个资料少或是接触少的事情，

每个人都是很难立刻产生兴趣的,并且用最少的资金创造最大的利润,这也是很难令人相信的。但是我很乐意为您解答,给您提供建议。您看是下周二合适还是周四呢?”

客户这时脑子里都是“用最少的资金创造最大的利润”这句话,于是回答:“好吧,还是周四来吧。”

瞧,经过了一番“唇枪舌剑”,欧霍文终于约下了客户。而当他们见面的时候,几乎没费什么周折就成交了。

在整个电话约见的过程中,欧霍文没有提半句关于产品建议的事情,只是一直站在客户的立场上。经受客户的“百般阻挠”,他“临危不惧”从容应对,终于跨过了“不感兴趣”这道坎,完成了交易。

★ 话术要点

在销售过程中,当客户以各种理由拒绝你时,就说明他对你产生了不信任感,不能确定是否应该和你签订单。此时,你就要快速调换角色,以顾问的方式和客户沟通,了解客户的需求,分析客户遇到的问题,提供客户相应的解决方案,来增加客户的信任感,留住客户。

要点1: 摆脱拒绝, 不让客户说 NO

很多时候,成交的阻碍仅仅是由于客户不愿和陌生人接触,所以他才会给出N多种莫名其妙却又看似十分合理的“拒绝理由”。面对这种情况,优秀的销售员会把重点放在客户的反对意见上。这就要求销售员在接待客户时,首先要掌握完善的业务知识,做好反对预测,避免在商谈途中惊慌失措、语无伦次,让客户没有信任感。

当客户说:“对不起,我们没有预算。”你可以以其他公司的成功案例来说明,或说:“正因为如此,你才要购买此产品来增加公司的利润啊。”当客户说:“你们的价位太高了,我们现在支付不起。”你可以说:“我们产品的配套服务很完善,让您用得放心,这样也会帮您节省很多钱。”

要点2: 你不需要没关系, 我可以为你“创造需要”

当客户想要购买某种产品时,一定对这种产品有需求,这就如同饿了就

想买吃的道理一样。然而在真正购买产品时,客户需求的生产很多时候都不来源于自己,而是销售员。销售员为客户创造的需求越强烈,其购买产品的可能性也就越大。

优秀的销售员并不将精力全部投入在如何介绍产品上,而是拿出相当一部分的精力来了解市场需求,为客户种下需要的种子。在不经意的时候拿出一点点成果,使客户产生越来越多的产品需求。因为他们知道,客户对产品没有需求,再多的介绍也是徒劳。

所以,在具体的销售中,销售员要尽量将客户与产品联系起来,让客户在沟通中不断加强对产品的需求。例如,当客户对你介绍的健身器不感兴趣、试图找借口推脱时,你就应该努力将话题引入到运动与健康的关系上来,让客户意识到运动的重要性,增加其对健身器的需求。

要点3: 火眼金睛, 从言行举止中找到“破绽”

在试图找借口拒绝产品推销的时候,客户总是会在行为上有所表现,无论是语言、动作还是眼神,都会在一定程度上表达他们对产品的态度和看法。这时,敏锐的销售员就要迅速发现这一“不祥征兆”,尽快寻找客户感兴趣的话题,让客户产生共鸣,从而留住客户。

请记住:需求是客户购买的实质,销售员只要了解了客户的需求,就不愁迈不过“谢绝推销”这道坎。

模板 02 完美的 30 秒自我介绍

★ 模板导语

许多销售大师用自己的亲身经历告诉我们,推销之始,不是向客户介绍产品,而是向客户介绍自己。那么你该如何抓住这简短的几十秒,把自己充分地展示给客户,让一个初次见面的陌生客户对你感兴趣,以至于对你的产品感兴趣呢?

完美的自我介绍,才能迅速抓住客户的心,从而以最快的速度获得客户的认可。让我们一起来看看那些顶尖销售精英们的主张吧。

“世界上最成功的推销,都是从推销自己开始的,你一生中卖的唯一产品,那就是你自己。”——美国推销之神、全球汽车销售第一人乔·吉拉德

“在销售界,你永远都要记住,你卖给客户的不是你的产品,他们所购买的是你人格,你的诚信,是你自己本人,同时还会为你做产品推销。”——美国寿险大师法兰克·贝德加

“您好,我是中国人寿保险公司的季伍利,名字很好记,‘季’是季节的季;‘伍’是队伍的伍;‘利’是胜利的利,谐音就是‘记住队伍胜利’。我在公司是一名专业的‘保险经纪人’,我认为我的工作很伟大,因为我是为了让大家避开风险,给每一个人送去一份保险的。”——中国人寿保险公司季伍利

“在第一次与客户接触时,敬重和诚恳的自我介绍至关重要,以友善的态度来面对客户,引起客户的购买欲望,同时也要让客户感觉到你是在为他付出。”——世界顶尖推销大师、销售咨询培训专家、曾连续三次获得世界冠军推销员的殊荣马里奥·欧霍文

在这30秒的时间里,我们是焦点,能否创造辉煌,就要看我们是如何在“聚光灯”下展示自己了。永远不要忘记,客户喜欢向可靠的人购买产品。所以就算是为了成交,我们也要让客户认识自己,并成为我们的朋友。

★ 模板关键词

30秒钟 完美的自我介绍 焦点 推销自己

★ 模板应用

我们来看看下面这些“完美的30秒自我介绍”。

示例1

“您好,我是××公司的晨星,晨是一天之计在于晨的晨,星是启明星的星。听完我的介绍,您首先就能看出我的最大特点就是勤奋,因为我是第一

颗能够见到的星星嘛！我相信只有勤奋才能及时了解每一位客户的需求，才能为每一位客户提供周到的服务。所以我希望我今天的到来，能为您带来哪怕是一点点的帮助。”

示例2

“您好，我是晨星，作为一名销售员，我相信我的出现肯定会对您的某种需求有所帮助。我已经做了几年销售了，我们的产品也畅销全国各地，您也一定听说过××品牌吧。所以，我不敢说我们的产品百分之百让您满意，但是我绝对会付出百分之百的努力协助每一位客户，满足他们的需求。”

几十秒的自我介绍，语言简单，却是意味深长，以平凡见真知。上面两个示例，总体效果不错，但是侧重的角度不同，各有千秋。示例1首先以自己的名字作为引子，把自己最大的闪光点告诉客户，“我会全力以赴对待每一位客户”，同时这也是每一个销售员最应该具备的品质。示例2可谓直抒胸臆了，虽然在某种情况下可能不如示例1的效果好，但是措辞有力，诚心可嘉。同样也会博得客户的信任。

我们再来看一个新颖别致的简短的自我介绍。

销售员：“李先生，您好，我是××公司的销售顾问刘欣，我很真诚地告诉了您我的意图，这的确是一个销售电话，我想您一定不会挂电话吧！”

客户：“最讨厌无关紧要的销售了，既浪费时间又浪费精力。”

销售员：“那我真要小心了，别再又为您增添一个无关紧要的人了。”

客户：“呵呵，你还真幽默，说吧，你今天准备了什么产品？”

销售员：“我们最近有一款新的……”

这简单的自我介绍，可以说并没有什么太高的含金量，但却是一个成功的开始。因为他以独特的幽默，在第一时间博得了客户的笑容。

是的，人可以平凡，但是自我介绍一定不能简单。请看那些带有着重号的地方，都代表什么呢？

没错，那些就是将你变得与众不同的话术利器。

★ 话术要点

一段简短的自我介绍,就如同公司的一段广告,运用灵活的方式把自己和产品的优势巧妙地推销给客户,给客户留下深刻印象,激发他们的购买欲望。请你记住以下相关要点。

要点1: 自我介绍,都介绍什么

1. 自我情况介绍

自我情况介绍的内容包括本人的姓名、所在单位和部门及所承担的职务或具体从事的工作等三项。这三项被称为销售中“自我介绍三要素”,要如实地介绍给客户,缺一不可。

♥ 姓名:姓名要说完整,对于初次见面的客户不可说我是小刘,或者我是小李。这是对客户的不尊重,而且容易给客户留下模糊的印象。

♥ 单位:对于公司的名称要全部报出,以便客户能准确知道自己公司的相关信息。对于你的所在工作部门,必要时可以相告,一般可以暂不报出。

♥ 职务:如果担任高职务,最好报出来,以便在介绍产品时赢得客户的信任。如果没有或不值得一提时,只说明自己从事什么工作即可。例如“您好,我是日本人寿保险公司的原一平”。

2. 突出自己的强项

如果你擅长射击,如果你有打网球的爱好,都可以在介绍中表露出来,这样可能会收获有同样爱好或兴趣的客户。销售员要能充分地认识自我,做好自我定位与评价。对于个人的得失与成败,应当时刻记录下来,做到每日三省。这样就可以在自我介绍中,真实地推销自己的强项,扬长避短。

3. 注重语言和举止的协调

鲜花再美也需要绿叶的衬托,无论你的自我介绍说得如何天花乱坠,如果动作很呆板,就会给人一种很不和谐的感觉。适宜的动作作为衬托,会使你的介绍声情并茂,给客户留下深刻印象。

要点2: 自我介绍的技巧

1. 在做自我介绍时,首先要信心十足,举止大方自然。