

说得好，客户才欢迎 讲得妙，业绩才优秀
知道学，成功就招手 自训练，销售拿金牌

成为

金牌销售的

9堂口才课

王宏◎编著

掌握对客户沟通7个口才技巧

会说话的销售员更容易受欢迎

成为金牌销售员的7个口才技巧

销售口才技巧与实战案例



YZLI0890121882



机械工业出版社
China Machine Press

说得好，客户才欢迎 讲得妙，业绩才优秀
知道学，成功就招手 自训练，销售拿金牌

成为金牌销售的9堂课

王宏◎编著



YZLI0890121882



机械工业出版社
China Machine Press

“9 堂口才课”涵盖了预约客户、拜访见面、面谈交流、产品推介、疑虑处理、拒绝应对、促成交易、抱怨化解以及与不同性格类型客户进行沟通等口才技巧,全面展示了销售工作各环节中,销售人员对客沟通的说话技巧,是一本提升自身口才的训练指导书。

“四位一体”即每一个口才技巧通过技巧提示、销售情景、技巧解析、超级口才四个模块详细展现该技巧的应用方法、注意事项等,帮助销售人员应对销售过程中出现的各类沟通问题。

图书在版编目 (CIP) 数据

成为金牌销售的 9 堂口才课 / 王宏编著. —北京: 机械工业出版社, 2012. 1

ISBN 978-7-111-36704-8

I. ①成… II. ①王… 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 252482 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 李 浩 责任编辑: 李 浩 侯振锋

责任校对: 侯 灵 责任印制: 杨 曦

北京双青印刷厂印刷

2012 年 1 月第 1 版·第 1 次印刷

170mm × 242mm · 14 印张 · 1 插页 · 234 千字

标准书号: ISBN 978-7-111-36704-8

定价: 32.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心: (010) 88361066

门户网: <http://www.cmpbook.com>

销 售 一 部: (010) 68326294

教材网: <http://www.cmpedu.com>

销 售 二 部: (010) 88379649

读者购书热线: (010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

前言

俗话说：“没有金刚钻儿，就别揽这瓷器活儿。”做销售也是一样。要想成为金牌销售员，就要从训练口才开始，因为每一笔交易的达成，在很大程度上取决于销售人员的口才。

好业绩是“说”来的。那么，在销售过程中，销售人员如何与客户进行有效沟通才能成功签单呢？在平时的工作中，销售人员如何自我训练才能口出莲花，说出话来让客户心驰神往呢？

对客户沟通贯穿于销售工作的每一个环节。本书即针对销售人员与客户进行沟通的各个环节，以“9堂口才训练课”的形式总结了47个口才技巧，通过“四位一体”的内容结构为你展现了成为金牌销售员的说话方法，帮助你提升说话水平，拥有好口才，成功拿订单。

其中，“9堂口才训练课”涵盖了“预约客户、拜访见面、面谈交流、产品推介、疑虑处理、拒绝应对、促成交易、抱怨化解以及与不同性格类型客户进行沟通”的口才技巧，全面展示了销售工作各环节中销售人员对客户沟通的说话技巧，是一本提升自身口才的训练指导书。

“四位一体”即每一个口才技巧通过“技巧提示、销售情景、技巧解析、超级口才”四个模块详细展现该技巧的应用方法、注意事项等，帮助销售人员应对销售过程中出现的各类沟通问题。

优秀的销售人员都是会“说”的人。销售人员应从学习沟通开始，训练自己的口才，把握好每一次与客户沟通的机会，做到“善于掌控各种销售情景，精于和各类客户打交道”，让每一次交谈都向成功签单迈进一步。

本书适合销售一线人员，尤其是销售新人使用，也可作为销售培训的教材，或者是企业的销售管理人员指导下属的参考书。

另外，需要说明的是，本书所呈现的47个口才技巧，销售人员要深入领会，用心理解，并在实际的工作中灵活使用，结合运用，不可生搬硬套。

在本书编写过程中，很多朋友给予了热情帮助，在此向黄慧慧、叶江颖、姜波、王凤荣、刘宝华、王强、李静、刘建芳、肖书民、易超等表示衷心感谢。

目录 Contents

前言

第1课	预约，巧用电话达成所愿	1
	做好前奏：资料齐全是成功预约的保证	3
	对答如流：有效应对前台小姐的盘问	9
	赢得好感：让前台、秘书为你服务	13
	绕道而行：迂回战术巧妙地跨越前台	16
	假借身份：有效突破前台、秘书的防线	19
	关注细节：千万别在通话中犯这些错误	23
第2课	拜访，让你的开场最给力	27
	自我介绍：给客户留下美好的第一印象	29
	见面开场：精心准备才能让拜访不盲目	33
	善假于物：借用小道具让沟通更顺畅	38
	使用赞美：开场破冰最有效的金钥匙	41
	陌生拜访：这样的开场方式很有效	45
第3课	面谈，话要往心坎儿上说	49
	别乱插话：频繁打断客户是面谈的大忌	51
	曲径通幽：用委婉的口吻将你的建议告诉客户	54
	妙趣横生：用幽默的语言打开客户的心门	57
	投其所好：用客户感兴趣的话拉近彼此的距离	61

引人入胜：用富有魅力的语言打动客户的心	65
慧言巧行：多种方法打破面谈中的僵局	69
第4课 推介，夸好自家的“瓜”	75
紧扣需求：围绕客户的需求来介绍	77
炫好卖点：把产品的优点转化为对客户的利益	81
自曝其短：将产品弱点产生的原因讲清楚	85
通俗易懂：用客户最容易理解的方式来介绍	89
引导体验：让客户跟着 High 起来	92
第5课 疑虑，打消才能继续销售	97
给专业意见：消除客户“怕不合适”的疑虑	99
做给客户看：当场验证产品的效果和品质	103
第三方证明：有效消除客户对产品功效的疑虑	106
用数据说话：拿出有效数据来赢得客户的信任	110
利弊分析法：通过对比抵消产品的“弊端”	113
第6课 拒绝，类别不同话也不同	117
需求型拒绝：稳住情绪让交谈继续下去	119
拖延型拒绝：不被蒙蔽追问原因再应对	123
价格类拒绝：让客户相信物有所值	127
产品类拒绝：化误解为客户能看到的利益	132
货源类拒绝：赢取客户的信任才是王道	136
第7课 成交，技巧让签单更简单	141
爱达模式：实现签单的销售沟通链条	143
有效提问：问对问题才能促成销售	147
异议成交：化异议为利益的成交技术	152
机不可失：把握客户释放的购买信号	156

适当让步：迂回处理问题的拿单艺术	160
临门一脚：六种技巧帮助你达成交易	164
启发销售：把单做大做多的秘密武器	170
第8课 售后，抱怨化解四要四不要	175
态度上：要负责，不要推脱	177
交流中：要解释，不要争辩	181
疑难事：要耐心，不要厌烦	185
表情上：要微笑，不要冷漠	189
第9课 沟通，客户不同话也不同	193
和平型客户，营造和谐的氛围	195
力量型客户，开门见山很关键	200
活泼型客户，巧用赞美和好奇心	205
完美型客户，用你的“完美”征服他	209



第1课

预约，巧用电话达成所愿

做好前奏：

资料齐全是成功预约的保证

技巧提示

◆ 预约是拜访的前奏，没有预约而直接去拜访客户是冒失的，也更容易被拒绝。

◆ 掌握的资料越多，与客户的第一次电话沟通就会越顺畅；找到主要负责人的相关信息，预约也就更容易成功。

◆ 适时提出面谈时间，尽量使用选择性问句，比如“您下周二或者下周三，哪天有时间呢？”这样效果会更好。

预约是拜访的前奏，预约成功就意味着销售机会。因此，电话预约客户是刚入行的销售员必须要学会的技能之一。

然而，在实际销售中，客户的拒绝如同家常便饭，理由也是五花八门，成功预约并不是那么容易。作为销售人员，如何来完美演绎这一销售的前奏之曲呢？

事先收集资料，客户信息掌握齐全是成功预约的保证。只有信息资料齐全才能让电话沟通畅通无阻，也才能顺利地约到你的潜在客户。

销售情景

邵然是一家网络信息公司的销售员，他从朋友那里打听到××公司正准备向电子商务领域拓展。在网上详细了解了该公司的情况后，他便把电话打到了该公司的总机上。

前台：“您好！××母婴用品公司。”

邵然：“您好！我是××网络信息公司的邵然。我了解到你们公司正在大力发展电子商务，想和贵公司洽谈一下合作，请问电子商务这一块儿由谁负责？”

前台：“这项业务由信息技术部的李经理负责。”

邵 然：“请问他的分机号是多少？”

前 台：“105。稍等，我帮您转一下！”（当客户确实有业务需要时，前台通常愿意提供相应的信息和帮助）

邵 然：“您好，请问是李经理吗？”

李经理：“我就是。你是哪位？”

邵 然：“李经理您好，我是××网络信息公司的邵然。我听说咱们公司正准备拓展电子商务领域，是这样吗？”（询问自己获得的信息是否和对方的情况相符）

李经理：“对。我们想通过互联网对公司产品进行大力的推广和销售，这也是顺应购买方式的发展潮流嘛！”

邵 然：“您真有眼光。确实是这样，目前，网络购物已经成为人们生活中不可或缺的便捷购物方式。李经理，我们公司最近新开发了一套网络免费推广软件，我想介绍给您，您下周二或者下周三，哪天有时间呢？”（用选择性的问题预约时间，间接提出预约请求）

李经理：“那就下周三上午吧！”（预示着预约成功）

邵 然：“我们约在下周三上午10点，您看可以吗？”

李经理：“可以。你过来时提前给我打个电话。”

邵 然：“好的，李经理，那咱们见面聊！再见！”

技巧解析

预约客户的方式很多，其中，电话预约是其中最经济、最方便，也是最常用的方式。像上述案例中的销售员邵然，通过电话成功地与客户的主要负责人建立了联系，并约定了具体的面谈时间，为推销自己的软件产品开了个好头儿。

在使用电话预约客户的过程中，邵然经历了以下3个步骤，这也是销售人员在预约客户时应遵循的基本沟通步骤。

1. 收集信息，锁定目标客户

目标客户是指具有潜在购买需求、具有购买力的群体，是企业的产品的使用对象，当然也是销售人员服务、推销的对象。有了目标客户，才让销售人员的销售成为可能。那么，如何才能从林林总总的组织和单位中锁定自己的目标客户呢？具体如图1-1所示。

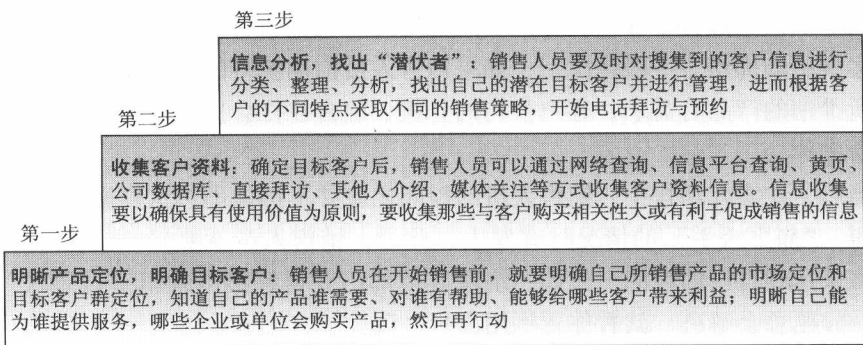


图 1-1 锁定目标客户的步骤说明图

上述案例中的销售员邵然，就是通过朋友介绍了解到“客户有对产品进行网络推广和销售的需求”，锁定了目标客户，从而使自己的电话拜访非常顺利。除此之外，寻找、收集客户信息的方式还有很多种，笔者归纳了 5 种常用的方式，具体如表 1-1 所示。销售人员可以在日常的销售工作中结合使用。

表 1-1 寻找目标客户的 5 种方式

序 号	方 式	操 作 说 明
1	网络搜索法	通过互联网上的网络搜索引擎（如百度、搜狗等）和一些电子商务网站（如阿里巴巴）的搜索功能寻找目标客户，输入关键字就可能会有成千上万条相关信息
2	资料查阅法	通过查阅工商企业名录、黄页、报纸、杂志、公告以及一些团体组织的会员名册等，寻找目标客户
3	日常关注法	平时对媒体的新闻报道、自己或他人的销售实践以及日常人际交往中的一些信息留心关注，记下有价值的信息并借此寻找目标客户
4	客户推荐法	通过现有客户或一些朋友的介绍获取目标客户的信息，或者让现有客户帮助自己推荐客户。当然，这个方法的前提是自己及所提供的服务获得客户的充分信任与满意
5	会议寻找法	利用参加各种会议的机会寻找目标客户，如展览会、订货会、技术交流会、专业联谊会等，参会结束后要注意及时联系以加强客户的记忆，及时筛选有效客户

2. 电话探问，找到主要负责人

目标客户确定后，销售人员的下一步工作就是要找到那个能决定购买的主要负责人，否则，所有的工作开展都可能是在白白浪费时间和精力。

找到客户的主要负责人，也就是那个“拿主意”的人，销售人员可以在信息收集阶段完成。然而，事实上却并不那么容易。很多时候，客户方的主要负责人是谁，其主要职务、联系方式等都无从查找。此种情况下，销售人员就只能在

初次的电话沟通过程中探问，通过客户公司的总机、前台、秘书等来获得，就像上述案例中的邵然。一般情况下，如果销售人员前期获得的信息准确，客户确实对你所推销的产品有需求，客户公司的总机、前台往往会提供给你想要的信息并乐于帮助你。

当然，在实际销售中，销售人员的探问之旅并不都像邵然这样顺利，遇到前台阻碍、“痛下杀手”的情况时有发生。此时，销售人员就要想办法，采取一定的策略来达到自己的目的。比如，绕道其他部门获得答案，采用“试错法”等。总之，问题总会解决，就看你用不用心想办法。

其中，试错法是指在电话中先试着报出一个错误的人名或电话号码，引导对方帮助自己改正，并给出正确答案，从而获得客户主要负责人信息的方法。具体的话术示例如下：

示例一

销售员：“您好，我是××商贸公司的，请给我接一下负责市场推广的张经理。”

前台：“您弄错了吧？我们负责市场推广的是梁经理，不是张经理啊！”

销售员：“哦，对，对，对，是梁经理，请帮我转一下电话，谢谢！”

示例二

销售员：“您好，我找市场部的梁经理，请问他的分机号是815吗？”

前台：“不是，是812。”

3. 沟通赢好感，力争电话预约能成功

良好的开端是成功的一半。销售人员与客户主要负责人进入到电话沟通的环节后要特别注意：留给客户一个美好的第一印象非常重要。自报家门、产品介绍、预约、回应对方等，每一个细节都不能有疏漏，以期赢得客户的好感，为后续的各项销售工作打好基础。

（1）自报家门。

电话接通的第一关是自报家门，销售人员一定要镇定自若，尽量使用清晰的声音、简洁的语言来介绍自己，让客户知悉你是谁、你的所属公司以及你所能提供的产品或服务。

（2）回应对方。

电话沟通中，客户难免会提出一些问题，而销售人员应事先设想一下客户会问到哪些问题，并想好回答的措辞，这样在实际的通话中就可以应付自如、赢得好感。

（3）产品介绍。

第一次电话中，产品介绍是必不可少的，销售人员一定要记住沟通的要点：

语言简短,说出产品的主要特点或卖点即可,不可过多透露细节;只要能够吸引客户的兴趣、达到愿意与你见面详谈的目的即可,千万记住多说无益。

常见的话术如下:

我给您推荐的××讲师,教给学员的都是实战方法,学完就能用!

我们是专门研究人力资源管理的专业公司,服务过的客户有××、××……

我们对我们的产品绝对有信心,我可以给您先安装一个免费试用版,让您先体验一下……

目前我们这款产品正在搞促销,您知道,像我们这种大品牌,一般都是不搞活动的……机会难得啊!

(4) 适时预约。

在向客户阐明如果选用自己所销售的产品将会获得什么利益之后,或者回答客户的某个疑问之后,销售人员可以及时提出预约请求,力争让客户同意面谈。

另外,销售人员发出预约请求时最好不要问诸如“您什么时候方便”、“您明天有时间吗”等,这样很容易遭到客户的拒绝。较好的预约语言应该是让客户明确而有所选择,比如,案例中邵然就选用了这样的问题“您下周二或者下周三哪天有时间”,让客户忽略掉“拒绝见面”这事儿,而是直接选择哪天面谈,无论客户选择哪个答案对销售人员都是有利的。

超级口才

训练1——自报家门时表示自己是客户的朋友推荐来的,迅速拉近距离
销售员:“请问是范总吗?”

客 户:“我是,你是哪位?”

销售员:“我是××公司的销售部经理,我叫×××。是××商贸公司张总介绍我找您的,他说您的公司正准备采购一批台式电脑,让我给您推荐一下我们的产品。”

客 户:“张总介绍来的啊,你们公司代理的电脑都有什么品牌啊?”

销售员:“××、××、××等品牌,我们都有。为了让您更详细地了解,我想给您带过去一些资料,不知道您明天或后天哪天有空?”

客 户:“明天下午我有空。”

销售员:“那我明天下午3点去拜访您,您看行吗?”

客 户:“行,就明天下午3点吧!”

训练2——“绕道其他部门”、“试错法”获取客户的有效信息

客 户：“你好！”

销售员：“您好，请问是××公司人力资源部吗？”

客 户：“不是，这里是市场部！”

销售员：“哦，对不起，请问人力资源部的分机是 805 吗？”

客 户：“错了，是 806。”

销售员：“哦，不好意思，谢谢您！”

对答如流：

有效应对前台小姐的盘问

技巧提示

- ◆ 在打电话之前，通过侧面打听或上网搜索等方式获取潜在客户的基本信息
- ◆ 从容不迫地应对前台小姐的盘问，最好不要轻易说出自己的真实目的
- ◆ 用“威胁”的口气让前台小姐感觉到“这是应当马上转接的电话”

如果不知道客户企业主要负责人是谁、他的联系方式是什么，而需要前台或秘书人员的电话转接，销售人员就不得不需要应对他们的盘问，因为他们一般负有“过滤电话”的职责，在他们的潜意识里，销售电话是必须要过滤掉的。而要想不被拒之门外，顺利预约成功，销售人员就要有“对答如流”的沟通本领。

销售情景

张强是一家挖掘机制造企业的销售经理，偶然在一位客户那里得到消息：××建筑公司因为某项工程需要购进10台挖掘机。这可是一个不小的单子，张强下决心要拿下这单生意，于是在查询了该公司的基本资料后，拨通了××建筑公司的总机电话。

前台小姐：“您好，××建筑公司！”

张强：“我是张强，请问你们赵总在吗？”（直接说出对方老总的姓氏，让前台小姐有这个人 and 总经理早已相识的感觉，而老总姓氏是在该公司的网站上看到的）

前台小姐：“我们赵总认识您吗？”（前台小姐出于职业的本能通常会这样问）

张强：“请告诉他，我是××重工的张强。请问他在吗？”（没有回答对

方的问题，而是通过追问对方避开了问题)

前台小姐：“他在，请问您找他有什么事？”

张强：“当然有事，我只能和赵总亲自谈，你把电话转过去吧！”（用坚定的语气让前台小姐感觉“这是应当马上转接的电话”）

前台小姐：“请稍等。”（张强坚定的语气让前台小姐不敢再追问，把电话转给了总经理）

赵总：“您好，哪位？”

张强：“赵总，您好，我是××重工的张强。上次听××工程公司的李总说您这里需要10台挖掘机，我想带一些资料去拜访您，您下周二有空还是下周三有空呢？”（表明是熟人介绍，增加亲近感，同时用选择性的问题敲定预约时间）

由于赵总确实在寻找挖掘机的供应商，所以他很愿意看看张强公司的产品价格。听了张强的介绍后，他说：“嗯，我想一想……那下周二上午9点，你过来吧！”

就这样，张强巧妙地攻克了前台小姐这一关，最后达成所愿，顺利地获得了拜访赵总的机会。

技巧解析

受到前台或秘书的盘问是不可避免的，销售人员只有想办法“攻关”，冲破前台、秘书的阻碍，甚至让他们成为你的助手、为你服务。像上述案例中的张强，他与客户方的负责人赵总并不认识，却能在前台的重重阻拦之下突破重围，其中原因有两点：

第一，张强从自己的客户那里获取了客户的采购需求信息，通过网络搜索了解了该公司决策人姓名以及基本的情况，做好了充分的资料准备。

第二，在应对前台小姐的盘问时，张强从容不迫、对答如流，深知自己该说什么、用什么语气说、怎么说，让前台小姐听了没有任何怀疑地转接了电话。

事实上，想让前台说“是”并不是件容易的事。销售人员说得不流畅、说得不到位、说得不坚定都很难跨越前台这条“鸿沟”。因此，销售人员要向张强学习，在面对前台的盘问时注意以下沟通细节：

1. 称呼出要找的人的姓氏更有说服力

案例中，张强的第一句话不仅通报了自己的姓名，还称呼出对方总经理的姓