

• 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

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

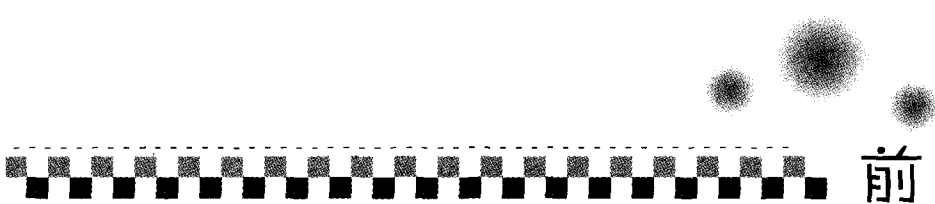
责任校对 / 张沁萍

定 价 / 29.80 元

责任印制 / 母长新

---

图书出现印装质量问题,本社负责调换



# 前言

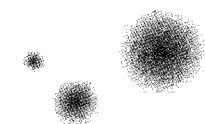
所谓口才，是指在口语交际过程中，说话者运用准确、得体、生动、形象、有效的口语表达策略，达到特定的交际目的，取得圆满交际效果的口语表达艺术。随着时代的发展、科技的进步和信息化社会的到来，口才的作用越来越显著了。

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！



《销售口才大全集》是一本探讨销售口才技巧的书，分为上下两篇，上篇主要介绍销售口才的基本理论，内容主要涉及销售口才的重要性，销售人员应该具备的基本素质，销售人员如何说好开场白，销售人员如何运用赞美、讲故事等销售技巧以及销售口才的语言禁忌等；下篇主要介绍销售实践中最常见的一些口才技巧，内容主要涉及接近客户的口才技巧，介绍产品的口才技巧，讨价还价的口才技巧，处理客户异议的口才技巧，开拓客户资源的口才技巧，促成交易的口才技巧等。

本书内容言简意赅，在介绍销售口才理论和技巧的同时，穿插了一些颇具实用性的销售案例，集知识性、指导性和趣味性于一体，让你在轻松愉快的阅读中，学习和掌握销售口才的基本技巧。愿本书成为你的良师益友，为你的销售事业提供一些借鉴和帮助！



# 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



如何利用短信做好电话销售 / 271

电话销售的 7 个注意要点 / 272

电话销售成功的 6 个关键要素 / 274

电话销售的六大助手 / 276

电话销售必要的礼仪 / 277

电话销售中，不同阶段要扮演不同角色 / 279

电话销售的 11 种成交技巧 / 280

## 第十九章

处理客户异议的口才技巧——要“灭火”，切勿“点火” / 283

客户异议的基本类型 / 284

找出异议背后的真实意图 / 286

学会判断客户异议的真伪 / 288

处理客户异议的服务技巧 / 290

认可客户的要求 / 292

处理客户异议的 5 大技巧 / 293

## 第二十章

促成交易的口才技巧——将客户往前“推”一把 / 297

从客户身上捕捉成交信号 / 298

利用欲擒故纵法促成交易 / 302

用激将法让客户为面子签单 / 304

反客为主，让客户与你签单 / 307

利用“保有余地法”促成订单 / 309

“五感构图”让成交更简单 / 311

促成客户成交的其他 15 种技巧 / 314





## 第二十一章

### 催收货款的口才技巧——拿到钱才是硬道理 / 318

弄清货款回收困难的原因 / 319

催收货款遵循的原则 / 320

催收货款的实战策略 / 322

把握催收货款的 10 种制胜因素 / 324

机智应对客户的种种借口 / 327

## 第二十二章

### 售后服务中的口才技巧——增强客户的品牌忠诚度 / 329

重视售后服务是赢得客户的法宝 / 330

客户的抱怨是最好的礼物 / 331

处理客户抱怨的基本原则 / 333

好口才帮你处理客户的投诉 / 335

化解客户抱怨的 7 个黄金步骤 / 337

处理客户抱怨时忌说的 10 句话 / 339



销售人员是靠嘴吃饭的。良好的口才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：“他对我说的那些话，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