

经商口才



36绝招

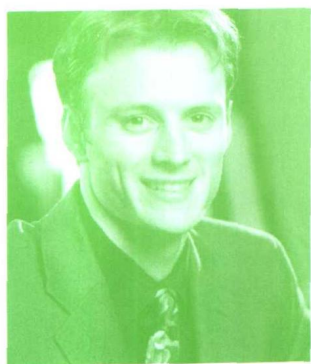
董冠◎编著

具有良好的经商口才，说服能力强的人，必然是商场中的活跃人物。
掌握经商口才的语言艺术，也是每个商人必备的能力之一。
经商口才是一门技术，也是一门艺术。

**The good eloquence
likes to handle affairs**

台海出版社

经商口才



36绝招

董冠◎编著

台海出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

经商口才 36 绝招/董冠编著. - 北京: 台海出版社,
2004

ISBN 7 - 80141 - 350 - 4

I. 经… II. 董… III. 商务 - 口才学 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 029201 号

书 名/经商口才 36 绝招

责任编辑/张 森

装帧设计/晓 强

印 刷/北京密云红光印刷厂

开 本/880 × 1230 1/32 印张/13

印 数/5000 册 字数/350 千字

发 行/新华书店北京发行所发行

版 次/2004 年 8 月第 1 版 2004 年 8 月第 1 次印刷

台海出版社 (北京景山东街 20 号 邮编: 100009 电话: 010 - 84045801)

ISBN 7 - 80141 - 350 - 4/G · 129 定价: 25.80 元

序 言

口才是经商的“敲门砖”，这是聪明商人皆知的成功之道。说得更明白一点：没有过人的口才，是绝对打不出一片商业的天地；一旦你拥有过硬的谈判口才，就能把谈不成的生意谈得如鱼得水，把小生意谈成大买卖。

在竞争激烈的商场，出色的表达能力是必不可少的。如果有人要拿去一个商人所有的财富而只剩下一样，那么恐怕你会选择口才，因为有了它，不久就可以拥有其他一切财富。

假如你是一名想立竿见影的商人，难道你不想在辩论时妙语连珠、风采迷人吗？难道你不想有效说服客户，扩大你的销售业绩和收入吗？难道你不想提高自己的领导水平，完善自己的人际关系吗？难道你不想在谈判、竞标等关键时刻脱颖而出，超越对手吗？无论在会议还是电话中，甚至是日常生活里和别人面对面打交道时，如何讲话都将极大地影响你在别人心目中留下的印象。每个人都希望自己在别人眼里既是强壮，自信，精力充沛，又是具有说服力的人。如何使得这一力量为你所用，有两个途径：认识到好口才的重要性，并且提升自身的说话能力。所以，从某种意义上说，口才也是成功资本！

现在，商业竞争越来越激烈，作为商人，一方面要去市场“练招”，另一方还要管理内部，这一切都取决于你的口才能力。

美国口才专家鲍特的经营理念是“经商中口才的能力直接导致成败，其概率可达85%。因此，靠有‘精锐度’的口才去与对手谈生意，成为必然要加以锤炼的从商素质。”可以看出，真正的商人，都是以口才为必不可少的成功资本。只有具备这种口才资本，你才能在市场上游刃有余，在公司内部有效地执行命令，让你的命令顺利地执行下去并得到出色的完成，在与员工相处的过程中，能相互沟通、避开矛盾，形成一个强大的作战团体；最后在市场营销过程中，能与顾客和谐相处，最大限度地占得市场份额。只有做到了这几个环节，你才能在经商中谈成大生意、做成大生意。

本书将帮助所有必须在商场上发表言论者，无论是开会，或是正接听一个重要的电话，或者面向台下的几百位听众正儿八经地发表提案，书中的全部内容都围绕这一主题。读者既可以把本书当成一门口才和演讲课程，从头至尾通读各个章节；亦可根据需要，随时研读其中的某一段。本书提出了现代商业社会中几乎每个人都会面临的一些问题：如何才能加强你的个人口才和职业演讲能力，从而提高销售额或获得提升，或者使得工作更有成效？本书通过目前其他同类书籍完全不同的方式来锤炼这些必备技能。

假如你想成为一个取之有道，能在市场上立住脚的大商人，那么你必须要有超人一等的经商口才！

目 录

第一章 口才魅力赢得顾客的心

吸引顾客要靠口才	(3)
信守你说的每一句话	(4)
喊出客户的名字	(6)
真诚而坦率地赞美顾客	(13)
向顾客提供保证或是作出承诺	(15)
质量好坏由顾客说了算	(17)
打电话向顾客致谢	(19)
即使顾客不买产品也要感谢他	(21)
绝不对顾客说“不”	(22)
100%的重视顾客的意见及问题	(24)
处理顾客的反对意见	(25)
处理顾客抱怨的话术	(26)
赔笑脸要递好话	(28)
多说“请”和“谢谢”	(29)

第二章 如何提高推销口才

推销员提高语言的艺术	(33)
如何正确使用推销用语	(36)
接待顾客时使用的敬语	(39)
回答客户问题的用语方法	(41)
学会巧说话	(42)
推销成功的语言技巧	(45)

第三章 推销口才的最佳方法

如何与陌生的顾客接触	(51)
接近顾客的七种方法	(53)
引用别人的话打动顾客	(57)
使用推销语言的技巧	(59)
推销员切莫与客户争辩	(62)
楼房推销员的技巧	(63)
创造最佳的沟通方式	(64)
会话式推销访问	(68)
回答准客户的提问	(71)
间接处理顾客的意见	(76)
推销从巧妙提问开始	(79)
反驳顾客的诀窍	(81)
学会扭转客户的反对意见	(83)
处理顾客的异议	(90)

第四章 推销时的口才魅力

“诱”的推销语言魅力	(97)
“激”的推销语言魅力	(100)
“比”的推销语言魅力	(104)
“问”的推销语言魅力	(108)
“演”的推销语言魅力	(112)
“贴”的推销语言魅力	(114)
推销语言的综合魅力测试	(117)

第五章 商务演说与顾客的商谈

商务演说	(121)
商务演说的技巧	(123)
对新顾客宣传的四个步骤	(126)
怎样与客户面谈	(127)
与顾客洽谈的艺术	(129)
推销洽谈的技巧	(133)
在推销洽谈前闲谈	(135)
不要让第三者参与洽谈	(137)
推销洽谈的五种方式	(141)
别开生面的商谈	(142)
洽谈的十三种策略	(146)
推销员如何与大客户洽谈	(147)
应避免十七种愚蠢的洽谈	(152)
选择最后通牒的语言	(154)

第六章 说服客户的艺术

说服顾客的关键是口才	(159)
如何掌握说服的艺术	(163)
说服客户的三个诀窍	(165)
如何说服潜在客户	(169)
对待客户的“不”	(172)
说服顾客的术招	(176)

第七章 如何提高谈判的口才

提高自身的综合素质	(183)
增强谈判语言艺术感染力	(189)
准确把握各种类型的谈判	(200)
科学运用各种谈判技巧	(205)
谈判与商场交际语言	(218)
营造良好的谈判气氛	(230)
谈判中的注意事项	(237)

第八章 谈判开局时的口才魅力

开局谈判要有充分准备	(251)
营造良好的谈判气氛	(267)
及时掌握谈判的主动权	(268)

第九章 谈判磋商时的口才魅力

应对不同谈判者的谋略	(283)
成功谈判报价技巧	(296)
讨价还价要诀	(299)
谈判的问答奥秘	(309)
磋商的综合战术	(321)

第十章 达成协议时的口才魅力

说服对方新技法	(337)
打破终局僵局方略	(350)
让步的谈判战术	(354)
谈判较量中的诀窍	(360)
走出谈判误区方法	(366)

第一章

口才魅力赢得顾客的心

吸引顾客要靠口才

有人戏称：“顾客的钞票是最佳推销员的选票。赚的钱越多越说明你出色。”然而，从对方的口袋里赚钱，总是会让对方产生一种心痛的感觉。所以，出色的推销员总能够利用心理战术使顾客心甘情愿地掏腰包。

举例来说，在一家观光旅游商店，对于即将外出旅游的顾客来店时，店员将店内最昂贵的皮包全部都拿出来极力推销，会让顾客有被强迫购买的感觉。推销员越是热心，对方所产生的反感越是强烈。这种推销员多半会让顾客留下不良的印象。所以，这种推销员的做法将造成适得其反的效果。

此时，推销员与顾客的对话，应离开推销皮包的话题，而谈论一些有关旅游的事情，例如，要去玩几天？要在哪里过夜？要去拜访哪些名胜古迹等等有关旅行的事情来作为话题，并且将对话尽可能集中在旅行趣事方面。

例如也可这样问道：您什么时候出发？乘坐什么交通工具？您是否去××山？在××地方名特产特别多，我也曾经去过。那里清澈的湖水实在令人流连忘返……”等等这些话实在让人谈不胜谈。这些都是旅行时的共同乐趣，店员引起顾客的话题，而顾客的乐趣、兴奋也可传染给推销员而引起共鸣。能用这些话来与顾客交谈进而达成推销目的的推销员是值得栽培的。

这类推销员也会说道：“住两夜，那这只皮箱正好够装！若再加上一些小东西放在里面也不嫌重。”等等。这种建议，皮包、皮箱和一些小礼品都可顺利卖出，其他就连化妆品盒、换洗用品也可望追加添购。换句话说，有关联性的商品也可顺利出售。对于此种做法，经理应事先让推销员们具有巧妙服务的概念。

一味持促销态度，将使得许多对话无法进行，甚至使顾客对推销产生反感。

如此一来，店员所说的话会令顾客感到缺乏可信度，对话也会中断。所以，对于顾客不想要的东西，千万不要给予关联性的销售建议。

信守你说的每一句话

你不要轻易许诺，许了诺言要信守，你要给人一种遵守诺言的印象，这样，你的产品与服务便会走俏。

信守一种诺言是人们的美德，但是有些人在生意上经常不负责地许各种诺言，但很少能遵守，结果毫无必要地给别人留下恶劣的印象。如果你说过要做某件事情，就必须办到；如果你办不到，觉得得不偿失，或不愿意去办，就不要答应别人，你可以找任何借口来推辞，但绝不要说：“我试试看”；如果你说试试看而又没有做到，那么你给对方留下的印象就是，你曾经试过，结果失败了。



你的信用能给予顾客良好的印象，你是否信守自己的诺言？你是否轻易地允许承诺？你是否值得他人委以重任？还是你总是忘掉别人委托之事？当顾客打听你们公司产品状况时，你转达了多少次错误信息？或是顾客向你打听公司的样品，或关于宣传方面的材料，你是否多次提供不实的材料？

要信守约定，看起来似乎很简单，做起来却相当困难，你只要稍有疏忽，就可能无法赴约。有时候你认为别人可能不需要你的服务，如果这种自我安慰的想法让别人知道了，就会让别人觉得你是个懒人。

而且你可能也有侥幸心理，以为顾客能原谅自己，你这种怠惰的心理让人一看便明白了。

所以，你在服务时，千万别轻易许诺，许了诺，便一定遵守，顾客会为你的态度所打动，他们会认为你是一个守信者，从而会信赖、依靠于你，你在生活中便会战无不胜，攻无不克。

不论你在生活上或是工作上，你的信用越好，你就越能成功地推销你的服务；你应对的客人越多，你的服务推销就做得越好。

所以，你必须重视你自己所说的每一句话，生活总是照顾那些讲话算数的人，食言则是最不好的习惯，你必须改变自己的缺点，成功地推销你自己。

不管你所推销的产品是哪一种，不管你用的推销策略如何，但你总要对自己所说的话负责，你用自己的行动去说服顾客的异议，让他们亲眼看到你所做的都是为了他们的利益，为了遵守诺言，你可以放弃其他的，给人一个可信的面孔。

你推销服务或产品可曾遵守这种美德，如果你以前没

有，请从现在开始，或许你会比以前做得更好。

产品的销售，需要成功的广告和宣传手段，但最能打动人心、最受顾客欢迎的还是你那可靠、守信的服务态度和售后服务。

喊出客户的名字

“人类行为有个极为重要的法则，如果我们遵从这个法则，大概不会惹来什么麻烦，如果我们遵守这个法则，便可以得到许多友谊和快乐。这个永恒不灭的法则就是：时时让别人感觉自己很重要。你若能准确投合人性这深刻的渴求，对方的感情帐户内就会增加更多有利于成交生意的种子。”有一位心理学家如是说。对推销员来说，此番话重点就是：如何让别人感到自己是受重视的。

1. 记住名字。

喊对方的名字，他们会觉得这是世界上最悦耳的音符。

名字是构成一个人身份和自尊的重要一环，人性的本能告诉我们：记得我们名字的人，一定最重视我们。

所以，要想以言语敲开他人紧闭的心门，联系很难打交道的客户，最简单也最有效的办法就是：记住他们的名字。

每当你和陌生人或潜在的事业伙伴接触时，想办法知道他的名字，要听清楚对方的正确姓名，他将因为你显得如此有兴趣而非常高兴，你则会由联想而准确迅速地记住这个名

字。然后，你要在谈话过程中一有机会就提及他的姓名、职位，来强调你对他的重视。

发莱，一个从未受过中学教育的人，在自己四十六岁前就当上了民主党全国委员会主席，并成功地帮助罗斯福登上了美国总统的宝座。他的秘诀是什么呢？

“我能叫出五万人的名字。”

无论什么时候遇到一位不认识的人，他都会问清他的全名、家里人口、职业以及政治倾向，然后他好好地记住这些事。下次再遇到那人，即使是一年以后，他也能拍他的肩膀，问候他的妻子儿女，问他后院的花草。怪不得别人都愿意追随他！

李小姐刚刚接手一个地区的业务，去拜访一位可能的顾客。她走进 A 公司的办公楼，找到总经理办公室，非常自信地走向秘书小姐，伸手说：“您好，我是李××，您是——”，秘书小姐不得不伸出手说：“我姓张，张××，请问您有什么事？”这样，李小姐巧妙地得到了对方的名字，并在下面的谈话中不断提及，让秘书小姐有一种受到重视的感觉，那么，请她就一件十分必要且重要的事通报一声，就是顺理成章的事了。推销员要想和陌生人打交道，千万记住：名字是重点！

2. 真诚关心。

伊索寓言中有一句名言：

“太阳的温和热要比大风更容易脱去人的外衣。”

对于推销员来说，顾客并不是敌人，不是讨厌的家伙，而是你的朋友，你的衣食父母。所以，你要做的是把注意力从“我”转到“您”身上，把每一个和你交谈的陌生人都当作“朋友”来关怀，竭尽所能，去体会他的喜怒哀乐，解决