

销售实战
宝典

朝阳◎编著

对销售员来说，听是基础，说是关键，做是完善。

销售


应该

这样听
这样说
这样做



好耳朵+好口才+好表情+好行动=好业绩

会听会说会做是销售员必须精通的基本功，只有掌握好这三方面的知识，才能在做销售的时候神定气闲、游刃有余。

 中国纺织出版社

销售实战
宝典

朝阳◎编著

对销售员来说，听是基础，说是关键，做是完善。

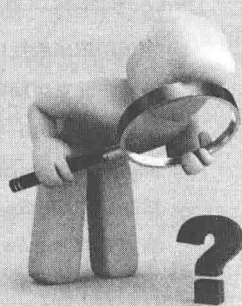
销售


应该

这样听

这样说

这样做



 中国纺织出版社

内 容 提 要

一个成功的销售人员不仅要会说，还要会听，更要会做。只有认真地倾听客户的真实需求，才能知道自己应该怎样说才不会遭到客户的拒绝，从而使顾客欣然接受你的意见，你才有可能去安排有关成交事宜。可见，在整个销售过程中，听是基础，说是关键，做是完善。

本书共分上、中、下三篇，针对销售工作中最常见的问题，结合实际案例，分别从听、说、做三方面论述，为从事销售工作的朋友提供了切实可行的方法，认真研读本书定能提升你的销售水平，进而提高你的销售业绩，使你成为一名出类拔萃的销售员。

图书在版编目(CIP)数据

销售应该这样听这样说这样做 / 朝阳编著. —北京: 中国纺织出版社, 2014.7

ISBN 978-7-5180-0615-1

I. ①销… II. ①朝… III. ①销售学 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 080070 号

编委会成员: 李 津 谢伟峰 宋军营 陶红旗 彭志宇 邓昊鹏
余新民 周晓兵 唐艳杰 刘 智 雷红英 舒 伟
谢艳玲 王 可 张小娟 李应菊 龚万军

策划编辑: 曹炳镝 责任印制: 何 艳

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010—87155894 传真: 010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

三河市宏盛印务有限公司 各地新华书店经销

2014年7月第1版第1次印刷

开本: 710×1000 1/16 印张: 18.5

字数: 269千字 定价: 33.80元



凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社图书营销中心调换

前言



在当今竞争激烈的市场中，要想成为一个成功的销售员不仅要会说，还要会听，更要会做。只有认真地倾听了客户的真实需求，才能知道自己应该怎样说才不会遭到客户的拒绝，顾客欣然地接受了你的意见，你才有可能去安排有关成交的事宜，总的来说，销售是销售员在听懂客户需求的基础上，向客户说明白产品或服务能带给他的最大利益，然后销售员再采取一些销售技巧促成交易的过程。可见，在整个销售过程中，对于销售员来说，听是基础，说是关键，做是完善。

日本推销大师原一平说过：“对于推销而言，善听比善说更重要。”听是对话中所占比重最大的部分，根据权威销售研究机构的对 2000 例销售谈话的调查，顶头的销售人士通常花 60% ~ 70% 的时间在倾听上。上帝造人的时候，就是两只耳朵，一张嘴巴，所以要求我们用 2 : 1 的比例来使用听和说。你想要客户说出你想要知道的答案，只要做一个好的听众就可以了。而从客户角度而言，客户说的越多，他越喜欢你。因为你的倾听给他带来的不仅仅是礼貌，更是一种尊重。你的倾听让你的客户有了倾诉和发泄不满的渠道，你所要做的就是让客户感到安全和舒适，没有压力地说出他的痛苦与快乐，他的苦恼，他最关注的问题等等。在销售过程中，只有认真耐心地听客户说出自己的真正需求，你才可能有的放矢地开展接下来的销售工作。倾听不仅体现着一个人的道德修养水准，而且关系到是否能与对方建立一种和谐的人际关系。因此，无论客户说什么，即使他说得不合理、不符合逻辑，甚至是抱怨、贬斥，销售人员也最好不要打断他的话，耐心地听他说完，如果你能做到这样，也许你会收到意想不到的销售效果。

除了会听，销售员更应该知道哪些话必须说，哪些话必须绝口不提；哪些

话要说得恰到好处，哪些话又要说得拐弯抹角。美国的“超级推销大王”弗兰克·贝特格通过对30年推销生涯的总结得出结论：“交易的成功，往往是口才的产物。”作为一名销售人员，一旦具备了一流的口才，就能够顺利地发展客户；就能够在极短的时间里迅速地吸引客户的注意力，引起他的兴趣，从而打开销售工作的局面；就能够逐步激起客户的购买欲望，并最终说服对方作出购买决定。口才是销售成功的核心，销售员销售口才的好坏会在销售工作的每个环节得到证实。因此，可以毫不夸张地说，销售的成功在很大程度上可以总结为销售人员对口才的合理运用和发挥。

会倾听，会说话是推销工作的基础，销售的最终目的是成交，也就是销售员如何在恰当的时候做出恰当的行为才是决定是否成交的根本。在仔细聆听客户的心理诉求，掌握一定的销售话术之后，销售员要集中精力想好怎样应对，要学会察言观色，体会客户肢体语言中潜藏的秘密，对待不同类型难缠的客户要用不同的方法，对客户的拒绝要找到突破口，对客户要进行恰当的引导，要关键时候促成交易，要做好售后服务以促成二次交易等等。

会听会说会做是销售员必须精通的基本功，只有掌握好这三方面的知识，才能在做推销的时候心不慌、气不乱，神定气闲，游刃有余。本书结合销售工作中最常见的销售案例，进行听说做三方面立体的论述，是一本销售员的入门指导大全读物，希望读者在阅读中掌握精髓，举一反三，迅速提高销售业绩，成为闪闪夺目的销售精英。

编著者

2013年10月

目 录



上篇 销售应该这样听

第一章 会倾听比会说更能赢得客户的心

会倾听比会说更能赢得客户的心	003
倾听是最重要的销售力量	003
倾听是与客户沟通的开始	006
销售中的倾听胜于善辩	008
倾听使客户视你为知己	009
从倾听中找到客户的兴趣点	012
于倾听中尊重客户及其需求	014
用倾听来化解客户抱怨	015
实现高效倾听有法可循	018

第二章 不唱独角戏，在适当的时候把话语权交给客户

别把销售沟通变成一场独白	023
学会把耳朵而非嘴巴借给客户	025
以接纳的态度倾听客户	026
在某些时候要学会闭嘴	028

让客户对你提出批评和建议	030
保持沉默有时效果会更好	032
情绪同步，创造倾听的机会	034

第三章 听弦知音，找出客户话语背后的潜台词

倾听能听到客户的心声	037
听明白哪些是客户的场面话	038
客户不停抱怨是希望你降价	041
意见变得具体是成交的信号	043

第四章 当客户倾诉异议时，找到客户的陈述重点

耐心倾听，嫌货才是买货人	047
多动脑分析，不要听风就是雨	050
找准靶心，辨别真假异议	053
倾听中抓住有利于销售的关键点	054
无关痛痒的话里也有机会	056
抓住要害，“牵着客户鼻子”走	059

第五章 不善于倾听的行为表现

不善于倾听的行为表现	063
没有把客户的话听到心里去	063
没听客户说到最后就下结论	066

倾听时心不在焉，眼神不定	068
客户说话时随便插话	070
随时设想反驳客户的意见	073
学会使用倾听反应	075
不理解对方的情况下就发表意见	078

中篇 销售应该这样说

🔍 第六章 掌握重点，以需求为重进行产品推介

介绍产品时要突出卖点	083
让客户亲身参与感受产品	088
找到客户利益的关键点	090
站在客户的角度思考问题	093
巧妙介绍客户“无所谓”的产品	094
以专业的语言进行产品介绍	097
巧妙地告诉客户真相	099

🔍 第七章 能说会道，善用赞美和幽默打动客户

每个客户都有可赞美之处	103
赞美你的对手更能赢得客户信任	106

赞美应建立在真实的基础上	107
在客户面前保持适当的幽默感	109
幽默助你打开客户的心门	110
赞美让客户觉得自己很重要	113
幽默能更好地消除客户的戒心	115
幽默助你达成交易	117

第八章 巧妙提问，将主动权牢牢掌握在手中

在假定购买的前提下提问	121
站在帮助客户的角度提出问题	124
设计问题套问客户的隐性需求	125
以提问摸透客户的真实想法	127
刨根问底让客户不能反悔	129
向客户提问需要注意的问题	131
掌握客户成交前表达出的重要信息	133

第九章 合理报价，掌握讨价还价的口才艺术

“金额细分法”让客户觉得更划算	137
客户一再砍价时如何使利润最大化	139
运用留面子效应让顾客欣然接受	142
对不合理要求巧妙说“不”	144
火候未到不能轻易说定价格	146
根据客户喜好程度控制价格弹性	148

让客户在讨价还价中找到心理平衡	149
向客户证明价格与利润的优势	153
如何向节约俭朴型客户讲价格	155

第十章 规避风险，销售中这些话术地雷不能踩

开场后就直奔主题	157
与客户东拉西扯找不到重点	159
一再强调自己不说假话	160
与“上帝”叫板	162
只有批评没有建议	164
把丑话说在前头	165
客户一质疑你就急忙解释	167
三句话不离本行	170
矮子面前说短话	172

下篇 销售应该这样做

第十一章 察言观色，肢体语言暗藏销售捷径

客户的表情也在向你说话	177
客户言不由衷时的身体语言	180



从眼睛看出客户的心理变化	183
头部动作透露出的客户信息	184
客户的腿部动作比面部表情更真实	186
表示积极态度的肢体语言	187
客户表示不满的肢体语言	189

第十二章 抓住软肋，找对方法应对难缠客户

维护骄傲客户的自尊心	191
给犹豫不决的客户制造危机感	193
摸清控制型客户的脾气	195
镇定自若地对待专制型客户	197
使用暗示引导顽固型客户	199
用真诚感动情感细腻型顾客	201
对待小心谨慎型客户不能着急	203
把握冲动型客户这一滚滚财源	205

第十三章 扭转乾坤，改变来自客户的拒绝

把客户的拒绝当作全新的挑战	207
客户的拒绝也可以转化为肯定	209
巧妙处理客户的过激型异议	211
无论如何不与客户发生争执	214
应对否定产品的客户有绝招	217
专业建议消除客户“怕不合适”的心理	219

客户说“考虑考虑”时该怎么办	221
借第三方之力消除客户对产品功效的疑虑	223
客户说“需要和某某商量”时该怎么办	226

第十四章 巧用暗示，不动声色地引导客户

用最短的时间吸引客户的注意力	229
引导客户跟着你的思路走	231
用以退为进的方法抓住客户的心	232
学会让客户一开始就说“是”	234
利用好奇心激起客户的购买欲	237
以不断重复重要信息来加深印象	240
用利益引导法来引导客户	242
运用语言巧妙地诱导客户	243

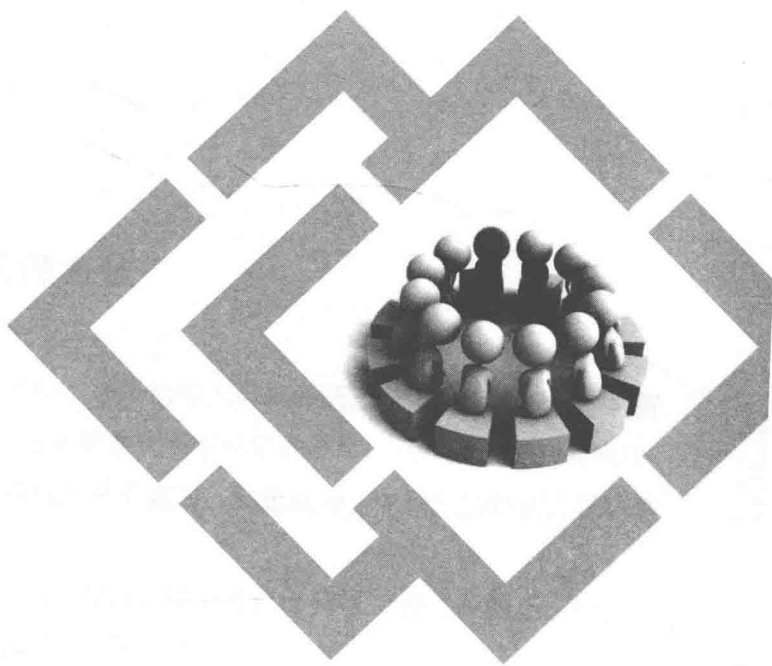
第十五章 看准时机，找对方法快速成交

抓住购买信号，勿失销售良机	245
根据客户的意向引导成交	247
激将成交法促成成交	248
以煽情的话促使客户购买	251
巧妙利用客户的怀旧心理	253
以魔术成交法促成交易	255
与客户签单时要沉得住气	256
把单做大做多的秘密武器——启发式销售	258

第十六章 关注细节，以细节服务稳定回头客

掌握开启客户心灵的钥匙	261
承诺客户的就要立即去做	263
记住每一个客户的名字	264
随时记下客户的要求	267
勇于认错使客户回头	268
提供超出预期的售后服务	270
给客户惠赠礼物要用心	273
解决客户投诉要及时、巧妙	276
令“关键客户”感受到VIP待遇	279
对客户的秘密要三缄其口	281
参考文献	284

上 篇
销售应该这样听



第一章

会倾听比会说更能赢得客户的心

倾听是最重要的销售力量

在如今激烈的市场竞争中，如果销售人员具备能言善辩、谈吐诙谐、机智幽默等“会说话”的能力，通常能收到事半功倍的效果，获得意想不到的成功。但是，仅仅拥有能说会道的口才是不够的，要想成为一名顶尖的销售人员，你还应具备倾听的能力。

日本推销大师原一平说：“有效的推销是自己只说三分之一的话，把三分之二的话留给对方去说，然后你去倾听。”

众所周知，乔·吉拉德被世人称为“世界上最伟大的销售员”。他是一个非常会说话的人，但他也有由于不善于倾听而导致交易失败的教训。

有一次，吉拉德正向一位客户推销汽车，交易过程十分顺利。当客户正要掏钱付款时，另一名销售人员跟吉拉德谈起了昨天的篮球赛。吉拉德一边跟同伴津津有味地说笑，一边伸手去接客户递过来的车款。不料，客户却突然掉头而去，决定不买了。吉拉德苦思冥想了一天，不明白客户为什么会已经挑选好

汽车又突然放弃了。

当天晚上，按照客户留下的地址，吉拉德找上门去想问个究竟。客户见他满脸真诚，就跟他实话实说道：“你的错就在于你没有自始至终听我说话。今天下午在我付款的时候，我同你谈到了我的儿子，他刚考上密歇根大学，是我们家的骄傲。可是你一点儿也没有听见，只顾跟你的同伴谈篮球赛。我一生气就改变主意了！”

吉拉德这才恍然大悟。原来是因为自己没有认真倾听客户的谈话才导致自己丢掉了这笔生意。他从此引以为戒，外出推销时不仅带上自己的“嘴巴”，还要带上自己的“耳朵”。

雄辩是银，倾听是金。一名成功的销售人员不仅要会说，还要会听。只有同时掌握了说话和倾听的双重技巧，你的业绩才会不断提高。

客户在和销售人员交谈时，都希望对方能够耐心地听自己倾诉。一个不懂得倾听，只是滔滔不绝、夸大其词的销售人员不仅无法得知客户的各种有关信息，还会引起客户的反感，导致销售的最终失败。无论怎样，要想成为一名成功的销售人员就应当谨记，在客户兴高采烈地述说的时候，你最好做一名忠实的听众。假如你真这么做了，你会发现客户已大大提升了对你的认同度。

一般情况下，大多数人在交谈时都不太愿意听别人说话，而是喜欢让别人听自己说话。还有一种现象就是，大多数人都喜欢谈和自己有关的事情，而不是只谈和对方有关的事情。

可是在一般的推销过程中，绝大多数时间都是销售人员在说，客户只有很少量的说话时间，因此，这样的销售人员总是业绩平平。而那些经验丰富的销售人员通过实战总结出了一条规律：如果你想提高业绩，就要将自己听和说的比例调整为7:3，即70%的时间让客户说，你倾听；30%的时间用来自己发问、赞美和鼓励客户说。

可见，“听”比“说”更重要。倾听客户的言谈对推销有下面几点好处：

1. 倾听是对别人的一种尊重

当你聚精会神地听客户说的时候，客户会有一种被尊重的感觉，从而能够