

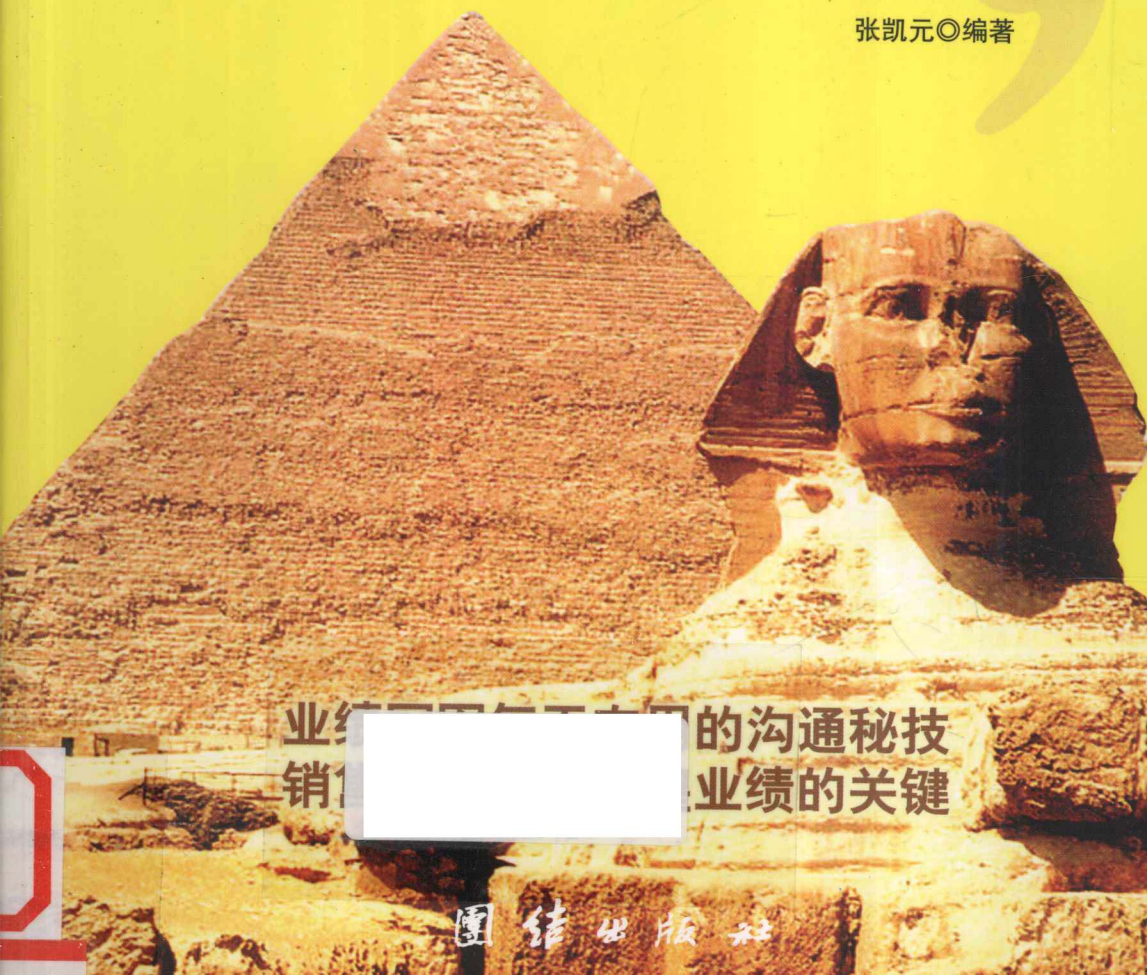
PEAK ARTS OF TOP SALESMEN



业绩惨淡者与销售冠军们都有哪些差距？世界金牌销售员是如何跟客户打交道的？

销售状元 的说话之道

张凯元◎编著



业绩惨淡者与销售冠军们的沟通秘技
销售业绩的关键

团结出版社

业绩惨淡者与销售冠军们都有哪些差距？世界金牌销售员是如何跟客户打交道的？

销售状元 的说话之道

张凯元◎编著

业绩冠军每天在用的沟通秘技
销售高手屡创辉煌业绩的关键

团结出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售状元的说话之道 / 张凯元编著. -- 北京: 团结出版社, 2011.3

ISBN 978-7-5126-0366-0

I. ①销… II. ①张… III. ①销售—口才学 IV. ①F713.3②H019

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第020926号

出 版: 团结出版社

(北京市东城区东皇城根南街84号 邮编: 100006)

电 话: (010) 65228880 65244790 (出版社)

网 址: [http:// www.tjpress.com](http://www.tjpress.com)

E-mail: 65244790@163.com

经 销: 全国新华书店

印 制: 三河市腾飞印务有限公司

开 本: 170×240毫米 1/16

字 数: 245千字

印 张: 16

版 次: 2011年4月 第1版

印 次: 2011年4月 第1次印刷

书 号: 978-7-5126-0366-0/F.110

定 价: 33.00元

(版权所属, 盗版必究)

序言

销售状元 说话有一套

为什么有些销售员起得比鸡早，睡得比狗晚，干得比牛多，跑瘦了腿，流汗了汗，却拿不到几个订单？

为什么有些销售员专业知识很渊博，介绍起产品来口若悬河，滔滔不绝，客户却一点儿也不愿意听，避之唯恐不及？

为什么有些销售员屡败屡战，愈挫愈奋，天天去纠缠客户，业绩还是毫无起色？

反观那些销售高手，他们每天花的时间远少于同行，业绩却远远高于别人；他们惜字如金，说话不多，却能轻松说服客户购买自己的产品；他们从来不背诵那些专业的营销知识，却能培养出一大群回头客！

业绩惨淡者与销售冠军们的差距究竟在哪里呢？差距在于，前者不懂得如何与客户打交道，不善于发现客户的真正需求，不具备成为杰出销售员的最基本素质和本领；而后者则拥有一套使自己轻松创下高业绩的秘诀。

本书要向你揭示的，正是世界上最成功的销售员们每天都在使用的沟通秘诀。作为一名销售人员，只要你掌握了这套本领，取得惊人业绩只是时间问题。

老中医在给病人看病时，首先要对病人有一个全面的把握，弄清他体内的情况，然后再对症下药。如何才能知道病人得了什么病？怎样才能对症下药呢？中医靠的往往是四大基本功——“望、闻、问、切”。

成功的销售跟中医给病患看病差不多。优秀的销售员往往都善于通过观察、了解和询问客户，准确地判断出客户的真实心理和真正需求，找到与客户交流的最有效方法，从而成功拿下订单。

真正的销售高手，他们从不背诵那些专业的营销知识，而是去观察客户，研究客户的心理，找到客户的真正需求。

销售高手们成功的秘诀很复杂吗？其实简单得很。他们都跟好的中医那样，

练好基本功，用好四个技能足以。这四个不传之秘就是：“望、闻、问、切”。任何一位销售员，只要精通了这四点，就足牢牢把握住自己的客户。如果你在“望、闻、问、切”的基础上，再培养自己“钓”与“化”的本领，你就必定会成为销售状元！

销售高手的“望、闻、问、切”是什么？如何“钓”和“化”呢？

望——察言观色，判断类型，洞悉心理，看清变化，看准需求。

中医的“望”，为四诊之首。分别是望神、望色、望体、望舌，探查病人的身体状况，掌握病体的基本信息。

销售的“望”，是察言观色。对客户，特别是初次接触的客户，销售员要善于观察其面部表情，言谈举止，穿衣打扮，以及每一个细节动作，从而对其身份、需求和心理做出一个初步的判断。

通过观察衣服着装，言谈举止，可大概判断客户的收入水平、职业范围、文化程度、兴趣爱好，还能对客户的消费类型进行定位，从而洞悉客户的消费动机和消费心理，确定下一步的接触，该采取什么样的沟通策略。

闻——倾听客户的建议，要求，批评，抱怨，不满，挑剔。

闻就是听。中医往往通过听病人说话和呼吸，进一步判断其病情。

销售的“听”，则要求销售员善于倾听和琢磨客户所说的每一句话，从中判断出他的要求，了解他的经历、心情乃至性格，从而收集到充分的对销售有利的客户本身以及客户周边的信息。

销售状元们都是倾听客户的标准榜样。他们知道，乐于倾听，更容易获得对方的信任和好感。先做朋友，后做生意，生意更容易成功和长久。如何迅速和陌生人成为朋友呢？面带微笑地当客户忠诚的倾听者！

业绩不理想者，对客户总是不闻不问，要么被动地等待业务，要么随意打断客户说话，要么喋喋不休。这样的销售员，客户避之犹恐不及，又怎么会愿意购买呢？因此，这样的销售员业绩总是惨淡，就不难理解了。

问——用“问”勾起客户兴趣，引导客户思路，获知客户需要。

中医的“问”，是问诊。中医给病人看病时，光有“望”和“闻”还不够，还得“问”。问什么？询问病人发病的时间、具体症状等详细的病情。

销售的过程同样离不开“问”。销售高手都有这样的体会：在销售中，会有超过一半的时间用在对客户的询问式交流上。而且，问的时间越长，你得到的信

息越多，成功的机会也就越大。欲引导和影响客户，问是最好的方式。销售高手都善于通过问去引起客户谈话的兴趣，从而进一步了解客户的购买欲望和消费能力。

切——具体情况具体分析，对症下药，投其所好，有的放矢。

“望、闻、问”是基础，“切”是最关键的一步。中医的“切”主要是指切脉，即根据脉象的变化来判断病情。

销售的“切”，则是根据上述三步得到的信息，进行汇总分析，对客户做出最全面的判断：他的购买欲望，购买力，对产品的要求，以及其它各种信息。然后对症下药，投其所好，有的放矢，满足客户的真正需求。

钓——让客户对你的产品难以抗拒，你就能轻松拿到订单。

一位中医会“望、闻、问、切”，才能悬壶济世；一位销售员能熟练使用“望、闻、问、切”，就能轻松拿下订单了。但要成为销售状元，还得熟练运用另外两项说话本领——“钓”与“化”。

钓过鱼的人都知道，懂得用饵的人，每次都能钓到很多鱼。销售状元们则都是“钓鱼”高手，他们“钓”的“鱼”是客户。尽管这样来作比喻有些人觉得很恰当，但事实上，只要你摸清了客户的心思，掌握了人性的弱点，就能让客户主动地给你订单，还觉得自己是最大的赢家。

化——化不利为有利，化不幸为幸运，化优势为业绩。

“化”就是化解，转化，引导，升华。想成为销售高手？你得能临危不乱，从容面对客户的冷脸，拒绝，妥善地处理好客户的批评，误解，责难，挑剔，抱怨，愤怒，化不利局面为有利局面，化拒绝为业绩，化抱怨客户为忠诚客户。

销售状元们都拥有一张“见人说人话，见鬼说鬼话”的嘴。通过滴水不漏的口才，销售状元们常常能化腐朽为神奇，化危机为奇迹，化不幸为幸运，化优势为胜势，化资源为业绩。

这套来自全球众多销售状元的最有价值的经验，已经成就了数以万计的销售人员。这套专门为销售人员打造的销售口才红宝书，值得每一位欲成为销售高手者学习，上午学习，下午就能去用，用了就能带来实实在在的业绩。

还等什么？马上往下一页翻吧！

目 录

序 言 / VII

销售状元说话有一套



销售状元都炼有一双能“看穿” 客户内心的“火眼金睛”

为什么有些算命先生会算得很准？难道那些算命先生真有神仙般的本领？非也。那是因为他懂得察颜观色，会通过观察你的言谈举止、穿着打扮、面部表情和眼睛的变化等，判断出你内心的真实想法。欲成为销售状元，请先掌握一套算命先生般察颜观色的本领，练就一双能“看穿”客户内心想法的“火眼金睛”。

01. 仅靠一张“嘴巴”，很难纵横“销售江湖” / 002
02. 想做好销售，不妨像算命先生那样有点儿察言观色的本领 / 006
03. 不必费劲四处找，客户就在你身边 / 011
04. 林子大了什么鸟儿都有，要会分辨客户的类型 / 014
05. “探测”准了客户的购买信号，“上钩”了的“鱼儿”就绝不会跑掉 / 019
06. 擦亮双眼，洞悉客户的真正需求 / 023
07. 业绩高手都很有眼力见儿，能通过体态语言看透客户的真实内心 / 027
08. 读懂客户的眼神，能更容易抓住客户的心 / 032
09. 瞪大眼睛去挑客户的优点，狠狠地赞美它 / 036
10. 重视红花也别忽略了绿叶，请注意和善待订单决策者身边的人 / 039

销售高手的业绩有 80% 是靠耳朵来完成的

善于倾听是成为销售状元的必备能力。销售员80%的业绩都是靠耳朵来完成的。倾听，是订单不请自来的最有效助力。因为客户的话就是一张藏宝图，会倾听客户销售员往往能找到大宝藏。

01. 先当“听话”高手，后做销售状元 / 044
02. 施展好了倾听的“魔力”，嘴巴不张也能黄金万两 / 048
03. 适当时，让我们的嘴巴休息一下吧，多听听客户的话 / 051
04. 嫌货才是卖货人，不妨先听听客户都挑些什么毛病 / 053
05. 适时沉默，让客户说，听出客户的真实意图 / 056
06. 学会倾听，让客户轻轻地告诉你他的“购买信号” / 059
07. 不想让客户讨厌你，就别随意打断客户的话 / 062
08. 当发现自己说话时间超过 45%，就必须当机立断地闭嘴 / 065
09. 没听清楚客户需求就推销，结果很可能是剃头挑子一头热 / 068
10. 你真诚的倾听，足以“扑灭”客户再旺的“怒火” / 072
11. 切除喧宾夺主这个大毒瘤 / 074
12. 让客户多说一点，谁更沉得住气谁就更容易成为赢家 / 077
13. 锣鼓听声儿，听话听音儿——捕捉客户话里的潜台词 / 080



最伟大的推销员能5秒钟内 和陌生人成为朋友

销售孕育于问题。“问”是销售状元能在5秒钟内和陌生人成为朋友的秘诀。恰当的发问，能助你与陌生人在极短的时间内愉快地交谈起来，进而成为朋友。越会提问题，就越容易发现对方的真正需求，并让对方信任你。客户对于自己信赖的人所推销的东西，往往很乐意接受。

01. 不同的种子长出不同的粮食，不同的问法问出不同的结局 / 086
02. 问对了问题，业绩就骄人 / 091
03. 宜将剩勇追“穷寇”，多问客户“为什么” / 094
04. 与客户打交道最聪明的方法：让客户尽可能多地说“是” / 097
05. 做成一桩大生意有多难？两个问句就搞掂 / 100
06. “以二择一”法则，帮助你的业绩迅速飚升 / 104
07. 扮好黑脸红脸，生意红红火火 / 107
08. 君子不开口，神仙难下手——用问题打开客户的嘴 / 109
09. 问对5个问题，就能做成一次销售 / 113
10. 教你问好10个神奇问题，让大人物迅速对你感兴趣 / 116
11. 掌握一套5秒钟让陌生人成为你客户的妙法 / 120
12. 路边的野花不要采，不该问的请别问 / 123



业务高手都是能针对客户需求 “对症下药”的“神医”

兵无常势，水无常形。医术高明的大夫知道，世间没有包治百病的万灵丹，对症下药是对医者的根本要求。能切中客户“脉搏”，知悉所需，投其所好，并根据具体情形说出合适的话，从而拿下订单，这是销售高手最基本的功夫。

01. 销售状元最常用的秘诀：投其所好 / 128
02. 换位思考，将心比心，站在客户的角度说话 / 132
03. 要想让客户信赖你，一定要谈客户感兴趣的话题 / 135
04. 把客户当成“恋爱对象”，客户也会让你“有好日子过” / 138
05. 把话说到客户的心坎上，才能打动客户 / 141
06. 学会一语中的，远胜喋喋不休 / 144
07. 看不清客户需求就推销，只能是摇唇鼓舌放空炮 / 146
08. 抱持“互惠互利”的双赢原则，销售业绩就会突飞猛进 / 148
09. 秘书与接待人员不是障碍，而是桥梁 / 151
10. 欲满足客户的一些“无理”要求，就要学会“利用”上级 / 153
11. 不能说实话时，善意的谎言必不可少 / 156
12. 告别“乞丐心理”，用坚定的自信和肯定的措辞感染客户 / 159



业绩冠军们全是销售“诱惑”的行家里手

为什么鱼会被钓上来？因为爱吃鱼饵。为什么客户爱买销售高手们推销的产品？因为后者知道前者的真正需求。鱼会因饵而上钩，人会因受不了“诱惑”而掏腰包。“诱惑”就是让人掏腰包的“饵”。每个人都至少会被一样东西“诱惑”，只要知道这个人“爱吃”什么“饵”，从而提供相应的产品，成交率自然是100%！

01. 学会销售“诱惑”，才能钓得滚滚财源 / 164
02. 用萝卜当鱼饵，是钓不到鱼的 / 167
03. 成功的销售，就是让客户觉得自己占了便宜 / 170
04. 有时候就是要故作姿态，吊吊客户的胃口 / 173
05. 大多数人都爱争强好胜，请维护好客户的优越感 / 178
06. 绝不能“忽悠”客户，但可用“移情法”引导客户的兴趣走向 / 178
07. 赞美用得好，就能“说”来大把订单 / 181
08. 挠到对方的“痒处”，才是最高明的赞美 / 184
09. 你先为客户着想，客户才会为你着想 / 187
10. 与客户最看重的政治取向保持一致，你将很容易得到客户认同 / 190
11. 制造人情小礼物，做个贴心的人 / 193
12. 牢记对方名字，你将收获巨大 / 196



屡创辉煌业绩者都是爱制造奇迹的“四化”大师

销售状元都是善于“化腐朽为神奇，化不利为有利，化拒绝为成交，化优势为业绩”的“四化”大师。当机会来临时，他们总能将机会、智慧与口才完美结合起来，屡创销售奇迹，从而成为业界翘楚，名利双收。

01. 能“见人说人话，见鬼说鬼话”，才当得了销售状元 / 200
02. 成为挖掘客户沉睡购买欲望的高手，就能让业绩呈几何级倍增 / 203
03. 习惯于化“拒绝”为“成交”：成功的推销都从客户的拒绝开始 / 206
04. 当客户提出异议时，正是你创造更好业绩的契机 / 211
05. 抱怨处理得好，反而能为你培养出一大批忠实客户 / 214
06. 客户投诉你，表示他还想和你合作，但希望你知错能改 / 218
07. 学会应付大客户的非分要求，才算是真正走在了成功路上 / 222
08. 细节会给你带来新客户，也会令你流失老客户，请警剔 / 225
09. 销售技能并非关键，真诚才是客户接纳你的主要因素 / 229
10. 讨价还价的最高境界是：既实现最大利益，又不伤和气 / 231
11. 让产品自己站出来“说话”，是打消客户疑虑的最好办法 / 235
12. 完美地运用好机会、智慧与口才，就能成为销售状元 / 238



为什么有些算命先生会算得很准？难道那些算命先生真有神仙般的本领？非也。那是因为他懂得察颜观色，会通过观察你的言谈举止、穿着打扮、面部表情和眼睛的变化等，判断出你内心的真实想法。欲成为销售状元，请先掌握一套算命先生般察颜观色的本领，练就一双能“看穿”客户内心想法的“火眼金睛”。



仅靠一张“嘴巴”， 很难纵横“销售江湖”

如何才能说服客户，赢得订单呢？有不少推销员认为，只要有好口才就行了，因此他们往往只练“嘴功”。然而，大量的销售案例表明，要想成为销售状元，登上业绩冠军的宝座，赢得销售领域的成功，仅有好的口才还不行，还需要懂得用眼睛去认真观察，用耳朵仔细地倾听，用双手熟练地进行产品示范，用工具去给客户提供足够的证明。

1. 用眼睛仔细观察

日本保险业销售状元原一平认为：“一开口就谈生意的人，是二流推销员。”他认为，销售是从融洽双方感情、密切双方关系、创造一个有助于说服客户的良好气氛开始的，而要创造出这种气氛，销售人员就必须擦亮眼睛，仔细观察。

销售人员在走进客户的办公室之后，首先要用眼睛仔细观察。观察什么呢？观察客户办公室的布置、办公桌的摆放等。在和客户谈话时，则要观察客户的言谈举止，以了解客户的性格、爱好、志趣、脾气。掌握好这些信息，对说服客户是十分有用的。

有一位销售人员到一家工厂去找该厂厂长联系业务。一走进厂长办公室，他便发现墙上挂着几幅装裱精美的书法作品。而厂长正在小心翼翼地掸去一幅书法立轴上的灰尘。看到此情此景，这位销售人员立即意识到厂长喜爱书法，于是便走上前去对厂长说：“厂长，看来您对书法一定很有研究。

唔，这幅篆书写得好，真可称得上是‘送脚如游鱼得水，舞笔如景山飞云’，妙哉！妙哉！看这悬针垂露之法的用笔，就具有多样的变化美。棒极了……”厂长一听，认为此人对书法很内行，一定是书法同好，便说：“请坐！请坐！请坐下来细谈……”于是，双方的感情迅速拉近。后来，厂长便签下了推销的订单。

在销售过程中，客户有许多真实想法并不会直截了当、明白无误地告诉销售员。这时，销售员就要仔细观察客户的言谈举止，以洞悉客户的内心世界，找出客户没有说出的意思：他需要的是什麼，最关心的是什麼，最担忧的是什麼，还需要考虑的是什麼，犹豫不决的原因是什麼，等等。一旦销售员掌握了客户的内心世界，进行针对性的说服，也就掌握了主动权。

2. 用耳朵认真倾听

有些推销员认为，做买卖就要有个“商人嘴”，因此口若悬河，滔滔不绝，导致客户几乎没有表达自己意见的机会。

倾听非常重要。因为了解对方的问题所在与真正需求是推销成功的前提。你想要客户说出正确的答案，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，他就会越喜欢你。因为你的倾听给他带来的不仅仅是礼貌，更是一种尊重。推销员的倾听让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与乐，他的苦恼，他最关注的问题等等。

当然倾听也并非被动的接受，聪明的推销员总能从客户的话中听出弦外之音。在倾听的过程中，推销员到底应该听什么呢？

推销之所以成功，是因为产品或服务可以帮助客户解决他的问题。在实际的推销对话中，问题会出现很多种，真假难辨，无法预料。而推销员的任务是听出真正的问题所在，而且是最核心、最令客户头疼的问题。此外，推销员还要注意那些容易让客户敏感的条件和情绪性字眼。当客户感觉到痛苦或兴奋时，通常在对话中要通过一些字、词表现出来，如“太”好了、“真棒”、“怎么”可能，“非常”不满意等等，这些字眼都表现了客户的潜意识导向，表明了他们的深层看法。一般而言，在成交的那一刻，客户做决定

总是感性的。所以每当客户在对话中流露出有利于购买成交的信号时，推销员就要抓住机会，及时促成。

事实上，推销员通过听往往要比通过说能做成更多的交易。难道日本保险业销售状元原一平会语重心长地指出：“对推销而言，善听比善辩更重要。”

3. 用双手熟练示范

推销员只有让客户清楚地认识到所推销的产品确实能够给客户带来利益，才能打动客户。然而，人们常说：“耳听为虚，眼见为实”，客户不会轻信推销员对产品的介绍，要说服客户，推销员就需要用一定的方式向客户证明你的产品确实具有你所说的优点。为此，推销员就要用手进行示范。

示范，就是推销员通过对商品的现场操作表演的方式，把商品的性能、特色、优点展现出来，使客户对商品有直观的了解。

有一家企业开发了一款专门治疗风湿性肩周炎的仪器。然而，该产品在商场柜台里摆放了半年都无人问津。没想到，有一天该产品忽然被客户抢购了300多台。经过了解，畅销的原因是，推销员不仅向客户介绍商品的性能，而且现场进行表演，在一位患肩周炎的老人身上具体示范。奇迹发生了，当即这位老人的胳膊不仅能抬起，而且伸直弯曲也不疼。围观的客户无不为之折服，纷纷解囊争购这款产品。

4. 用工具证明效果

通常，客户是凭听推销员对商品的介绍来购买商品的。如果推销员备有促进推销的小工具，则更能吸引客户，激发他们的兴趣和好奇心，引发他们的购买欲。一个皮包里装满推销工具的推销员，一定能对客户提出的问题给予令人满意的回答，客户也会因此而信任并放心购买。

美国伽罗克公司的推销员，在推销他们的多功能大功率车床时，推销员用印有大量彩照的册子介绍商品。在图片册子的每页上，产品介绍言简意赅。利用图片册描述产品功能引起客户的注意，客户说：“以前我不知道你们生产这种产品。”该公司所有的推销员使用图片向客户推销后，6个月内

订货就增加了300%。

综上所述，推销除了靠“嘴”外，还有许多更重要的，仅仅依靠一张“嘴巴”闯天下的推销员是很难获得成功的，这是因为，推销是一门包罗万象的“武功”，客户可不是一招一式就能轻松对付的，想要成功，推销员要训练自己的方面还有很多。

在本章，我们先详细介绍如何“用眼睛仔细观察”，也就是“望”。在后面的章节里，我们还将详细地学习“用耳朵认真倾听”，也就是“闻”等。