

经典销售系列

XIAOSHOU YAO DONG SHUOHUASHU

销售要懂 说话术

莫 强◎编著



实用—模板精练，方法准确，指导性强

趣味—案例丰富，版块清晰，灵活性强

系统—观点明确，读者广泛，可读性强

一线销售人员实用话术模板

广东省出版集团
广东经济出版社

经典销售系列

XIAOSHOU YAO DONG SHU

销售要懂 说话术

莫 强◎编著



一线销售人员实用话术模板

广东省出版集团
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售要懂说话术 / 莫强编著. —广州: 广东经济出版社,
2013. 5

(经典销售系列)

ISBN 978-7-5454-2114-9

I. ①销… II. ①莫… III. ①销售—语言艺术 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 077066 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	湛江日报社印刷厂 (湛江康宁路 17 号)
开本	730 毫米×1020 毫米 1/16
印张	17 1 插页
字数	236 000 字
版次	2013 年 5 月第 1 版
印次	2013 年 5 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 978-7-5454-2114-9
定价	36.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 38306107 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601950 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •

前言

美国的“超级推销大王”弗兰克·贝特格曾说过：“交易的成功，往往是口才的产物”。的确，销售人员的口才决定了能否拿下订单，决定了销售业绩的好坏，决定了你事业的成败，决定了你一生的命运。这绝非耸人听闻。

销售人员只有具备了熟练运用销售说话术的能力，才能在与客户约访的销售第一仗中巧妙应对，轻松晋级；才能在开场时与众不同地介绍自己，展现自己的魅力；才能在和客户面谈的时候通过自己的“花言巧语”，赢得客户的好感，拉近双方之间的距离；才能在介绍产品的时候让自己的产品更具威力，激发客户的兴趣，紧扣客户的需求将产品推介到客户的心坎里；才能在向客户销售产品的过程中掌控局势，让自己的话语更具说服力；才能让销售人员在和客户的价格博弈中赢得最大利益；才能在销售工作的最后阶段让客户在最短的时间内果断交易；才能让销售人员在售后服务工作中提升客户的“回头率”，将销售进行到底。

而那些不懂语言技巧、销售话术的销售人员，却常常会遇到这样的情况：辛辛苦苦地打了无数个电话，进行了无数次拜访，成交量却寥寥无几；滔滔不绝地说了无数句话，客户却依然无动于衷；坚持不懈地跟进了很长时间，结果却还是无果而终……

可能有人说，没办法，我天生口才就不好。不，口才并不是一种因人而异的天赋异禀，更不是上天的独特恩赐，而是人们在刻苦训练中赢

得的收获。只要你勤于学习、大胆实践、努力提高，你也能够妙语连珠、舌绽莲花，你也能够让客户听得津津有味，也能够让自己的销售工作变得轻松、顺利。

而这也是本书编写的初衷。本书从预约客户、拜访见面、面谈交流、产品推介、疑虑处理、拒绝应对等方面出发，呈现了销售过程中每个环节的话术精髓，全面展示了在销售工作各个环节中，销售人员与客户沟通的说话技巧，逐一解密销售高手的说话术以及谈判策略，并引导销售人员恰当、灵活地掌握和运用销售说话术。

话术王的成功不是因为比普通人聪明很多，而是因为他们拥有了“说好话”的核心技能。在这本书中，你可以找到打动客户的情感武器，掌握说服客户的独特能力，从而轻松地把陌生客户变成自己的朋友，把朋友转换成自己的“财脉”。如果你能够掌握本书所介绍的销售说话术，并灵活地运用到销售实践中去，那么你就能在短时间内培养出独特的口才，提升自己的说话能力和销售业绩，让自己的销售之路走向成功，走向辉煌。

目录

第一章

巧妙约访：

一语万金，打好与客户直接沟通的第一仗 / 1

预约是拜访客户的前奏，约访成功了就意味着销售人员获得了一次销售机会。在实际销售工作中，成功约访客户没那么简单。销售人员要想成功地拜访客户，就要运用自己的口才，和前台、秘书、第三方甚至是客户本人巧妙约访，打好与客户直接沟通的第一仗。

对答如流，巧妙应对前台的盘问 / 2

巧用赞美，让前台、秘书为你服务 / 5

略施小计，绕过前台接线员 / 8

有些话别在电话里轻易说出口 / 10

借助第三方，轻松约见客户 / 14

语出惊人，通过“刺激”约见客户 / 16

变各种“借口”为见面 / 19

投其所好，抓住客户兴趣约见客户 / 22

连环发问，为客户“创造时间” / 25

用激将法让客户说话算数 / 28

第二章

开场破冰：

先声夺人，让你的开场白与众不同 / 31

很多时候，销售人员在向客户做开场白时，客户就已经决定了要不要继续听下去。所以，销售人员要谨记：创造第一印象的机会永远只有一次！

好的开场白能够在第一时间为销售人员打开局面。销售人员要想让自己的开场白与众不同，让客户对自己和自己的产品产生好奇心，就要学会开场破冰，先声夺人。

自我介绍，给客户留下美好的第一印象 / 32

开门见山，简洁表明来意 / 35

赞美，开场破冰最有效的金钥匙 / 37

过度的热情会让客户觉得虚伪 / 40

开场时就让客户充满好奇心 / 43

剑走偏锋，用戏剧性表演赢得机会 / 46

巧用道具，激发客户好奇心 / 49

利益为本，用利益吸引客户 / 52

微笑是最好的开场语言 / 55

可能遭到客户拒绝的自杀式开场白 / 58

第三章

慧言巧行，唤醒内在情感：

妙语攻心，拉近心理距离 / 61

语言的魅力是难以估量的，有时一句简单的话就能够起到巨大的作用。销售人员在与客户交谈时，要恰到好处地运用语言技巧，用自己的慧言妙语唤醒客户的内在情感，拉近双方的心理距离，以此促进面谈的成功。

选择对的时间，营造良好的洽谈环境 / 62

卖产品不如卖感情：唤醒客户的内在情感 / 65



- 用幽默的语言打开客户的心门 / 68
- 选择客户感兴趣的话题,使对方产生亲近感 / 71
- 谦虚求教,消除陌生感 / 74
- 寻找共同点,拉近与客户的距离 / 77
- 准确称呼客户的名字 / 80
- 向客户表达你的认同感 / 82
- 频繁打断客户是面谈的大忌 / 86

第四章

找准卖点,炫好亮点:

紧扣需求,把产品推介到顾客心坎上 / 89

推介产品是销售中的关键一环。销售人员在介绍自己推销的产品的时候,一定要找准产品的卖点,炫好产品的亮点,同时还要紧扣客户的需求介绍产品。这样才能把产品介绍到客户的心坎上,将产品销售出去。

- 围绕客户的需求来介绍 / 90
- 把产品的优点转化为对客户的利益 / 93
- 突出重点,着重强调产品优势 / 96
- 自曝短处,但要把弱点产生的原因讲清楚 / 99
- 让不专业的客户听懂专业的介绍 / 102
- 引导体验,让客户跟着 High 起来 / 105
- 巧用参照物,在对比中让客户看到产品优势 / 108
- 发挥数字魔力,用数据说服人 / 110
- 切忌过分夸大产品的优点 / 113

第五章

有效沟通促成绝对成交:

妙听巧问,赢得顾客好感 / 117

有效沟通是赢得客户的关键。销售人员要想将自己的

产品销售出去，最重要的前提就是要能够和客户进行良好的交流和沟通。这就要求销售人员在面谈工作中能够“听好”、“问好”，巧妙地运用销售话术，通过有效的沟通赢得客户的好感，并最终完成交易。

因人而异，对不同的客户用不同的话术 / 118

抛砖引玉，好问题问出客户需求 / 121

见微知著，找准客户需求点 / 123

学会倾听，别让客户插不上嘴 / 127

曲径通幽，用委婉的口吻将你的建议告诉客户 / 130

引人入胜，用富有魅力的语言打动客户的心 / 132

换位思考，站在客户的立场想问题 / 135

对症下药，从客户的问题和隐忧入手 / 138

高效沟通，打破面谈中的僵局 / 141

时机不对，别忘约定下次相见 / 144

第六章

做自己的说服力专家：

高调掌控局势，让客户无法说“不” 149

在销售工作中，客户的异议是每个销售人员都不得不面对的问题。销售人员要想让自己的销售工作更加顺利，就一定要抓住客户的异议，挖掘出客户异议后面的真相，巧妙地消除客户的顾虑，赢得客户的信任，高调掌控局势，让客户无法说“不”，从而让其变为交易机会。

异议是销售的障碍，但也是机会 / 150

挖掘顾客异议后面的真相 / 154

给客户专业意见，消除其“怕不合适”的疑虑 / 156

当场给客户验证产品的效果和品质 / 160

重复说明，加深客户的印象 / 162

第三方证明，有效消除客户对产品功效的疑虑 / 166
利弊分析法：通过对比抵消产品的“弊端” / 169
对于客户的过分请求，销售人员要委婉说“不” / 172
打太极，让客户异议化为无形 / 175
沉默也是一种施压策略 / 178

第七章

议价有方：

价格博弈，玩转数字游戏赢取最大利益 / 181

销售人员希望自己的产品能够卖上一个好价钱，客户希望自己能够买到物美价廉的产品，于是讨价还价就不可避免。销售人员要想在这场价格大战中取胜，就必须在讨价还价中掌握一些语言技巧，这样才能轻松地游走于价格与价值之间，让自己获得最大的经济效益。

一定要让客户讨价还价 / 182

巧妙选择报价的时机 / 184

不要在开始就报价过低 / 187

巧妙提问，试探客户的心理价位 / 190

表现出不情愿，让客户觉得自己占了便宜 / 193

化整为零，分解价格 / 196

掌握客户的喜好程度，对价位进行弹性控制 / 199

摸清客户底线，引导客户说出价格 / 201

运用产品比较法，促使客户自动加价 / 204

第八章

踢好临门一脚：

一锤定音，成交话术让生意板上钉钉 / 209

“行百里者半九十。”在接近成交的紧要关头，销售人员绝不能掉以轻心，否则很有可能会前功尽弃。这时候，

销售人员更需要锤炼自己的话术，谨慎用语，注意使用各种语言技巧，以此加快销售工作的步伐并踢好临门一脚，最终促成交易。

机不可失，把握客户发出的购买信号 / 210

设身处地，获得客户信任 / 214

巧言假设，激发客户想象 / 217

适当让步：利益驱动促使成交 / 220

趁热打铁，制造紧迫感让客户屈服 / 222

“二选一”让客户尽快做出决定 / 225

用“免费红酒”迷醉客户 / 229

借用客户陪同者的认同实现成交 / 232

第九章

后“声”可畏：

化解抱怨，将销售进行到底 / 235

销售人员将产品销售出去后并不代表销售工作真正结束了，确切地说，销售工作永远也不会结束，因为，成功的售后服务工作是永无止境的。销售人员要想留住老客户，就要学会使用一些高超的语言技巧巧妙地化解客户的抱怨，然后以负责的态度、耐心的解释将销售进行到底。

不做“一锤子买卖”，成交后说声“谢谢” / 236

对客户表示想再次合作的愿望 / 238

友好道别，完美收尾 / 241

在客户抱怨时先耐心倾听 / 244

态度上，要负责不要推脱 / 248

交流中，要解释不要争辩 / 252

主动向客户征询反馈信息 / 255

反复强调利益，始终牵线客户 / 258

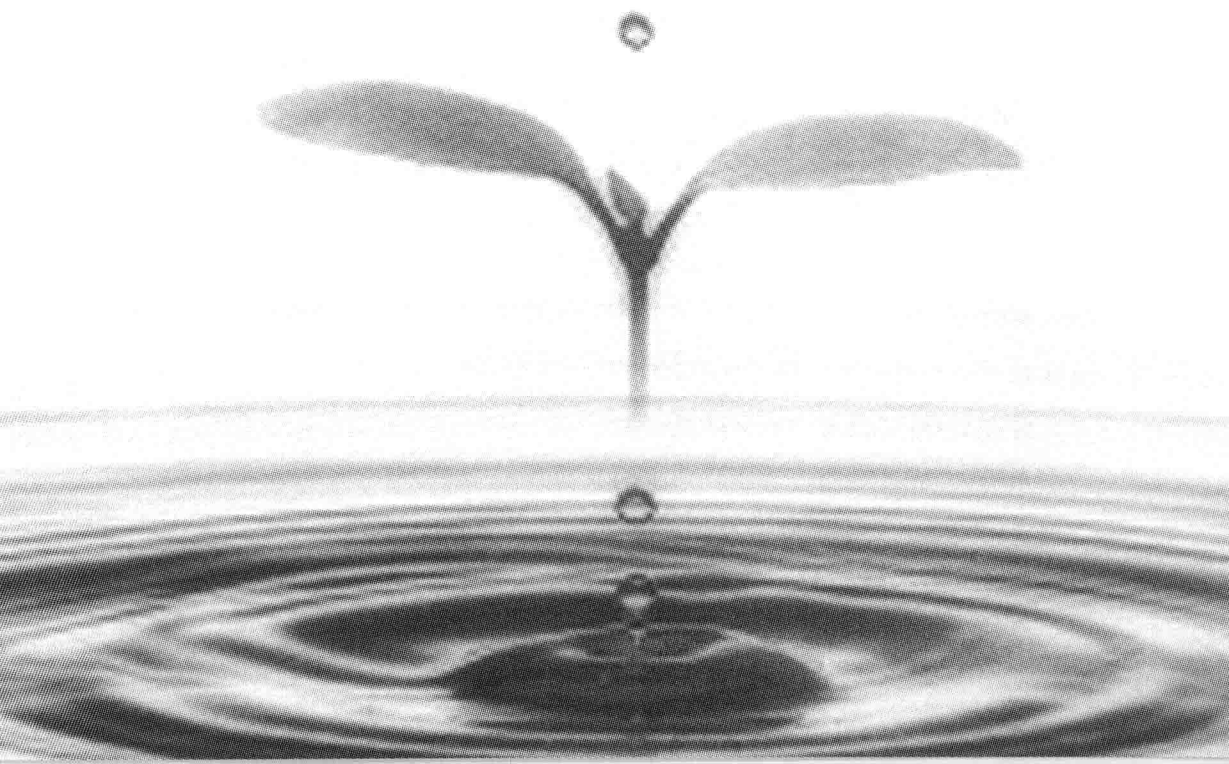
如何拒绝客户的不合理请求 / 261

第一章

巧妙约访：

一语万金，打好与客户直接沟通的第一仗

预约是拜访客户的前奏，约访成功了就意味着销售人员获得了一次销售机会。在实际销售工作中，成功约访客户没那么简单。销售人员要想成功地拜访客户，就要运用自己的口才，和前台、秘书、第三方甚至是客户本人巧妙约访，打好与客户直接沟通的第一仗。



对答如流，巧妙应对前台的盘问

一线销售人员实用话术模板



(1) 向前台表现出自己和客户很熟悉。

模板：你们王总昨天是不是又加班了？

(2) 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。

模板：具体事宜我只能和你们王总谈。

(3) 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”。

模板：你还是赶快转接电话吧，这件事要是耽误了，你自己和你们王总解释！



实战情景演练

李明在一家挖掘机制造企业做销售经理，有一天他无意当中了解到：××建筑公司因为某项工程需要采购15台挖掘机。这可是一个大单子啊，李明决定不能放过这单生意，于是在查询了该公司的基本资料后，他拨打了××建筑公司的总机电话。

前台小姐：“您好，××建筑公司！”

李明：“我是李明，请问你们王总在吗？”

李明为了让前台小姐产生自己和总经理早已相识的感觉，于是直接说出了对方老总的姓氏，而这其实是自己在该公司的网站上看到的。

前台小姐：“嗯……我们王总认识您吗？”前台小姐本能地问道。

李明：“请转告你们王总，我是××重工的李明。请问他在吗？”

李明并没有回答前台小姐的问题，而是通过追问避开了对方的问题。

前台小姐：“他在，请问您找他有什么事？”

李明：“这件事我只能和你们王总谈，你赶紧把电话转过去吧！”

前台小姐：“请稍等。”

听到李明如此坚定的语气，前台小姐不敢再追问，赶紧把电话转给了总经理。

王总：“您好，哪位？”

李明：“王总，您好，我是××重工的李明。上次听××工程公司的李总说您这里需要10台挖掘机，我这里有些相关产品想要介绍给您，您下周二有空还是下周三有空呢？”

由于王总确实有这方面的需求，所以他很愿意看看李明公司的产品价格。听了李明的介绍后，他说：“嗯，我想一想……那你下周二上午9点过来吧！”

就这样，李明巧妙地攻克了前台小姐这一关，最后顺利地获得了拜访王总的机会，达成所愿。



典型案例解析

在上述案例中，李明在并不认识客户方的负责人——王总的情况下，却能突破前台小姐的重重阻拦，最后顺利地拜访到王总，其中原因有两点：

(1) 李明从自己的客户那里获取了客户的采购需求信息，然后通过网络搜索将该公司决策人姓名以及基本的情况了解到手，做好了充分的资料准备。

(2) 李明在应对前台小姐的盘问时，深知自己该说什么、用什



么语气说、怎么说，表现得从容不迫、对答如流，让前台小姐听后没有任何怀疑地转接了电话。



销售话术 360°全解

销售人员去往客户所在公司，不可避免地要受到前台或秘书的盘问，这时候，销售人员就需要冲破前台、秘书的阻碍，想办法攻破各个难关，甚至让前台小姐或者秘书成为自己的助手，为自己服务。如果销售人员不知道客户的联系方式，而需要前台或秘书人员的电话转接时，由于他们一般都负有“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。所以，在这时候，应对他们的盘问就成为销售人员不得不面对的事情。而销售人员要想不被拒之门外，顺利预约成功，就要具备“对答如流”的沟通本领。

事实上，想让前台说“是”并不容易。销售人员说得不到位、说得不坚定、说得不流畅都很难突破前台的防线。因此，销售人员在面对前台的盘问时要注意以下沟通细节：

(1) 称呼出要找的人的姓氏更有说服力。

在案例中，李明的第一句话不仅报了自己的姓名，还称呼出了对方总经理的姓氏。李明在话语间将自己和对方总经理非常熟悉的感觉表现了出来，这就比只是说“请问你们总经理在吗”更有说服力。

(2) 巧妙发问，避开对方的“带刺”问题。

案例中，前台小姐一听李明说要找“王总”，顿生警惕，于是立刻问他“我们王总认识您吗”，而李明并没有正面回答她，而是追问“请问他在吗”，使得前台小姐不得不在“在”或“不在”中做出答复。

(3) 用“威胁”的口气迫使对方转接电话。

当前台小姐问李明“找总经理有什么事情”时，为了避免其“挡驾”，李明依然没有正面回答，而是用不容置疑的口气“威胁”她，表示

事情只能和总经理亲自谈。前台小姐从电话中感受到了李明的气势，她只好为李明转接了电话。

不过，“威胁法”具有两面性，如果使用不当就容易弄巧成拙，彻底失去与潜在客户沟通的机会。因此，销售人员必须掌握好电话中的沟通情景、自己的语气等，谨慎使用“威胁法”，把握好一个“度”，最好提前准备两三句“威胁”的语言，并多加练习，以方便使用。

巧用赞美，让前台、秘书为你服务

一线销售人员实用话术模板



(1) 真诚地赞美、请求、攀认，消除他们设置的障碍，赢得前台、秘书的好感。

模板：请问是××公司吗？听您如此甜美的声音，一定是贵公司的前台工作人员吧，帮我转接一下电话，好吗？

(2) 沟通技巧视具体情况结合使用，以拉近双方的距离。

模板：你说话的声音真悦耳，以前学过播音吧？

(3) 礼貌用语不可少，记得多使用“请”“谢谢”“麻烦您”“请您”等。

模板：麻烦您帮我联系一下张总，谢谢！



实战情景演练

前台：“您好，这里是××公司，请问您找谁？”

销售人员：“您好，麻烦您帮我联系一下刘总，谢谢！”



前台：“请问您怎么称呼？”

销售人员：“我是××公司市场部的王琳，你叫我琳琳就行。您贵姓？”

前台：“我也姓王！我们刘总不在！”

销售人员：“哦，您也姓王啊，那咱们五百年前可能还是一家人呢，哈哈。不过您的声音可真好听，您应该是学过播音吧？”

前台：“哈哈，您说话也很好听，谢谢！”

销售人员：“王小姐，您真是个称职的秘书，我懂得这份工作的艰辛，所以，我很理解您的心情。其实您想多了，你们刘总一定会对我要和他谈的业务感兴趣的，他肯定不会批评您的。”

前台：“谢谢您的体谅，可是我们刘总出去开会了，他现在真的不在。要不您明天再打过来吧，到时候我给您转接电话。”

销售人员：“好的，谢谢啊，那咱们明天再聊！”

前台：“再见！”



典型案例解析

“温柔地”应对前台、秘书人员，销售人员可能会收获到意想不到的成果。正如案例中的销售人员王琳那样，在一开始利用“同姓王”攀认“几百年前是一家”，既不失幽默，又拉近了自己与前台小姐之间的心理距离；“不过您的声音可真好听，您应该是学过播音吧”、“您真是个称职的秘书”几句话让前台小姐美到了心里，谁不愿意听到赞美之言呢；而“我懂得这份工作的艰辛，所以，我很理解您的心情”、“他肯定不会批评您的”，既让前台小姐感受到了尊重，还让她彻底臣服，最终答应了王琳的请求，让王琳的销售工作前进了一步。