

话不在多 精准就行 一语中的 句句到位

1 一句话 说服客户

帮你成为最有说服力的销售员

吕国荣 吕品◎编著

说好销售中最关键的那句话★大幅度地提升你的销售业绩

用精彩的开场白打动客户
用一句幽默开启销售之门
一句话唤起客户的好奇心
一句赞美，顶得上十句劝说
一句提问，问出生意来
一句话激发客户的购买欲望
一句请教是最好的说服
找准客户异议，一句话解决
说到位，更要做到位

知名畅销书作者、著名培训师
吕国荣最新力作



化学工业出版社

话不在多 精准就行 一语中的 句句到位

一句话 说服客户

帮你成为最有说服力的销售员

吕国荣 吕品◎编著

说好销售中最关键的那句话★大幅度地提升你的销售业绩



化学工业出版社

· 北 京 ·

世界第一成功导师安东尼·罗宾曾说：“销售没有成功，不是顾客有问题，而是我们的说服力有问题。”从本质上说，销售工作就是要通过说服客户来达成交易。销售员只有成功地说服客户，最后才能达成交易。要想把客户说服，要注意语言表达的技巧和力度。

本书介绍了怎样在销售方面施展超级说服力，把握好说服客户的关键语言，提供大量贴近销售实际的事例和精练的要点，读者从中可以很轻松地学到说服客户的关键技巧，可以即刻运用于实战。本书不仅可用做销售员和准备进入销售行业人员的入门读本，也可作为企业销售员的培训教材使用。

图书在版编目 (CIP) 数据

一句话说服客户：帮你成为最有说服力的销售员/吕国荣，
吕品编著. —北京：化学工业出版社，2010.9
ISBN 978-7-122-08980-9

I. 一… II. ①吕…②吕… III. 销售学：口才学
IV. ①F713.3②H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 121820 号

责任编辑：曾清燕 张焕强
责任校对：顾淑云

装帧设计：润和佳艺

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011）
印 装：大厂聚鑫印刷有限责任公司
720mm×1000mm 1/16 印张 12 $\frac{3}{4}$ 字数 190 千字
2010 年 10 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899
网 址：<http://www.cip.com.cn>
凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：24.80 元

版权所有 违者必究

前言

俗话说：“一句话说得让人跳，一句话说得让人笑。”同是一句话，不同的说法，效果大不相同。

佐藤先生开的汽车已经很老很破了。他在创业年代艰苦奋斗惯了，现在成功了，怎么也舍不得换新车。

像佐藤这样的人，是各汽车销售公司最好的潜在客户，但是，很久以来，都没有人能成功地向他出售一辆汽车。主要原因就是，这些销售员总是会说：“您这辆车子太破太旧了，跟您身份不符……”“您这破车三天两头就要修理，修理费用得要多少呀……”这一类的话。佐藤听到这些话，心里总是不痛快。

最后终于有一位销售员成功了，原来，他没有发出这一类批评性意见，而是这样说：“您的车子还可以再用几年，现在换了新车有点可惜。不过，这辆车能够行驶 12 万公里，您开车的技术真是高超！”

这话真是说到佐藤心里去了。销售员的话隐含着车子太旧的信息，但是，表面上一个字也没有说，让佐藤感到十分受用。最终，他给自己换了新车。

这就是说服的力量。销售员只有成功地说服客户，最后才能达成交易。

推销过程就是销售人员运用各种方式、方法和技巧去说服客户购买的过程。世界第一成功导师安东尼·罗宾曾说：“销售没有成功，不是客户有问题，而是我们的说服力有问题。”

说服客户，关键在于方法，要想“一句话”把客户说服，要注意语言表达的技巧和力度。

“一句话”把客户说服，需要理解说服的心理学，知晓你要说服的人的性格特征，读懂他的信息，明了他的沟通风格，再遵循一定的说服法则，运用有效的说服技巧，才可“投其所好”，达到“一句话”顺利说服客户的目的。

本书重点介绍了怎样在销售方面施展你的超级说服力，是一部全面的、实用性较强的指导销售员如何一句话说服客户的书籍。本书给读者提供了大量贴近销售实际的事例和精练的要点，读者从中可以很轻松地学到“一句话”说服客户的技巧，可以即刻运用于实战。相信你读了本书之后，说服能力将会大幅度地得到提升，成为最棒的说服高手。

本书通俗易懂，可操作性强，不仅是销售员和准备进入销售行业人员的入门读本，也是一本很有价值的企业销售员的培训教材。



一句话说服客户 | 目录
帮你成为最有说服力的销售员

CONTENTS

第一章

说好第一句话，用精彩的开场白打动客户

1

好的开始是成功的一半，客户听第一句话要比听以后的话认真得多。听完第一句话，许多客户就自觉不自觉地决定是尽快打发销售员走还是继续谈下去。因此，销售员在拜访客户之前一定要想好自己的开场白，给客户留下好的印象，为成交奠定基础。

- 一、好的开场白是成功的一半 / 2
- 二、如何说好开场白的第一句话 / 4
- 三、寒暄是开场白的开场白 / 7
- 四、用利益作为开场白 / 10
- 五、与众不同的开场白 / 13
- 六、销售员的 11 种经典式开场白 / 18

第二章

用一句幽默开启销售之门

24

幽默可以说是打开销售成功之门的金钥匙，它具有很强的感染力和吸引力，能让客户在会心一笑后，对销售员、产品或服务产生好感，从而诱发购买动机，促成交易的迅速达成。所以，销售员在推销活动中，如果能充分运用幽默的语言去表达，将会使推销工作事半功倍。

- 一、以轻松的幽默接近客户 / 25
- 二、不失时机地来一句幽默 / 27
- 三、利用幽默来营造一个愉快的沟通氛围 / 30
- 四、用幽默打开客户的心扉 / 33
- 五、做一个幽默的销售高手 / 36

第三章 一句话唤起客户的好奇心

39

好奇心是人们希望自己能知道或了解更多事物的不满足心态，是人类认识大自然和自身的原动力。

好奇心是“心灵的饥饿”，没有人可以抵挡住好奇心的诱惑。销售人员要想使自己的产品引起客户的兴趣，就要设法使客户对产品产生好奇，借助客户的好奇心理与客户建立起联系。

- 一、好奇心——一切出于想要了解的目的 / 40
- 二、一开始就激发客户的好奇心 / 42
- 三、适时利用客户的好奇心 / 45
- 四、如何唤起客户的好奇心 / 47
- 五、把精彩的东西留到最后 / 49
- 六、给客户制造一些悬念 / 52

第四章 一句赞美，顶得上十句劝说

55

美国心理学家威廉·詹姆斯指出：“渴望被人赏识是人最基本的天性。”赞美之于人心，犹如阳光于万物，让人精力充沛，更有活力，让人增加自信；让被称赞者更能接受、肯定自己。销售员要想让业绩持续上升，就先学会赞美吧！

- 一、有一种语言最能打动客户，那就是赞美 / 56
- 二、把客户夸高兴了再谈业务 / 58
- 三、赞美要赞到点子上，挠到客户的“痒处” / 61
- 四、抓住机会去赞美，产品就畅销 / 63
- 五、恭维过头讨人厌，适度赞美助推销 / 66
- 六、赞美之词也需要亮点 / 70
- 七、赞美竞争对手更易赢得信任 / 73

第五章 一句提问，问出生意来

75

会沟通的人都是会问问题的人，良好的提问能够充分了解对方的想法，得到你想知道的信息。销售

也离不开巧妙提问。如果销售员问得好、问得妙，往往就能把客户拉过来，把生意做成功；反之，就有可能把好好的生意给做砸了。

- 一、掌握提问技巧的好处 / 76
- 二、积极提问，赢得订单 / 78
- 三、提问的基本方式和技巧 / 80
- 四、正确提问，才能把握客户的需求 / 84
- 五、促成成交的巧妙提问 / 89
- 六、说服的最高境界是问问题 / 91
- 七、提问时需要注意的六个方面 / 96

第六章 一句话激发客户的购买欲望

98

客户虽然可能对产品感兴趣，但与产生购买欲望还是有一段距离的。只有客户有了强烈的购买欲望，他才会下定决心购买你的产品。因此，销售人员必须开动脑筋，迅速而准确地把握住客户的心理，想方设法激发客户的购买欲望。

- 一、主动了解客户的需求，说话说到位 / 99
- 二、有了感觉，就有了购买欲望 / 101
- 三、给客户一个购买理由 / 104
- 四、推动你的客户，帮客户下决心 / 108
- 五、巧用激将法 / 111
- 六、运用从众成交法，激发客户攀比心理 / 114

第七章 一句请教是最好的说服

117

真心地向客户求教，是使客户感觉备受尊重的最好方法。销售员可以利用向客户请教问题的方法来引起客户的注意。销售员可以找一些问题向客户请教，客户一般是不会拒绝虚心讨教的销售员的。

- 一、满足客户的自尊心和虚荣心 / 118
- 二、巧妙利用请教促成法 / 120

- 三、以请教接近法接近客户 / 121
- 四、请教客户，声东击西 / 123
- 五、“您是怎么开始您的事业的？” / 126

第八章 倾听，无言的说服

128

在如今竞争激烈的市场中，一个销售员仅仅拥有能说会道的“口才”是不够的，要成为一个顶尖的销售员还要具备另一种能力，那就是倾听。

日本推销大师原一平说：“对推销而言，善听比善说更重要。”

- 一、用倾听打开推销之门 / 129
- 二、认真聆听客户的每一句话 / 131
- 三、让客户充分表达 / 135
- 四、倾听可以化解客户的抱怨 / 137
- 五、适时适度地保持沉默 / 140
- 六、学会倾听 / 142

第九章 找准客户异议，一句话解决

145

任何销售活动，都会遇到客户的异议。客户的异议是推销过程的障碍，若想成功地销售，就必须做好应对和消除客户异议的准备。

销售员只有掌握良好的语言技巧，认清客户需求，巧妙化解客户异议，才能达到成交的目的。

- 一、没有异议就没有销售 / 146
- 二、正确认识来自客户的异议 / 148
- 三、有些异议不必当真 / 152
- 四、处理客户异议的常用方法 / 155
- 五、冷静面对客户的过激异议 / 159
- 六、不要陷在价格争议中 / 162
- 七、别把“争论”当“说服” / 167

第十章 说到位，更要做到位

170

说服是推销的核心智慧，可以这样说，推销员推销的过程，实际上就是想方设法说服客户购买所推销的产品或服务的过程。说服不仅靠说，更要靠做。只有掌握了一些经典的“说服法”并切实应用于实践，销售员才可以真正做到复杂环境下将产品销售给意向中的客户，从而成为最具说服力的销售员。

- 一、要想说服客户，先说服自己 / 171
- 二、介绍产品能给客户带来的好处 / 174
- 三、运用暗示技巧来说服 / 177
- 四、多让对方说“是” / 182
- 五、投其所好，以心换心 / 184
- 六、不要直接指责客户的错误 / 187
- 七、掌握微笑这门最好的语言 / 189

后记

192

参考文献

193

第一章

说好第一句话，用精彩的 开场白打动客户

好的开始是成功的一半，客户听第一句话要比听以后的话认真得多。听完第一句话，许多客户就自觉不自觉地决定是尽快打发销售员走还是继续谈下去。因此，销售员在拜访客户之前一定要想好自己的开场白，给客户留下好的印象，为成交奠定基础。





一、好的开场白是成功的一半

任何一次语言沟通都少不了开场白。专家在研究销售心理时发现，销售员在与客户沟通时，客户一般会记住前两分钟的话语，而且也会在这两分钟内决定是否与销售员交谈下去，因此，开场白的好坏，几乎可以决定一次销售工作的成败。换言之，好的开场白就是销售成功的一半。

就像创作悬疑故事一样，销售员要让开场白在第一时间抓住客户的注意力，以赢得与客户继续交谈的机会。通常来讲，开场白包括以下几个部分：感谢客户接见你并寒暄、赞美；自我介绍并介绍所在公司；介绍来访的目的来表示对客户重视等。

下面是一个销售员的客户拜访开场白。

销售员小王如约来到客户办公室，开场就说：“李经理，您好！很感谢您在百忙之中还抽出宝贵的时间来接待我，真是非常感谢！”（感谢客户。）

“李经理，您的办公室装修得这么简洁却看起来很有品位，可以想象您应该是一个做事很干练的人！”（赞美客户。）

“这是我的名片，请多指教！”（第一次见面，以交换名片自我介绍。）

“李经理以前接触过我们公司吗？”（停顿片刻，让客户回想或回答，给客户留时间。）

“我们公司是国内最大的为客户提供个性化办公方案服务的公司。我们了解到现在的企业不仅关注提升市场占有率和利润空间，同时也关注如何节省管理成本。考虑到您作为企业的负责人，肯定很关心如何最合理地配置您的办公设备，并节省成本。所以今天我来与您简单交流一下，看有没有我们能够帮上忙的地方。”（介绍公司以及此次拜访目的，突出客户的利益。）

“贵公司目前正在使用哪个品牌的办公设备啊？”（话题就这样引出来了。）

李经理也面带微笑非常详细地和小王谈起来。

从这个例子可以看出，好的开场白能够吸引对方的注意力，引起客户的兴趣，使客户乐于与我们继续交谈下去。

那么，要讲好开场白，需要注意哪几个方面呢？

1. 把握交谈的时机

与客户第一次约见，把握好交谈的时机很重要。有很多销售员在工作时热情很高，也掌握了熟练的口才技巧，但还是经常遇到没等切入正题就被客户拒之门外的情况，这往往是因为没有选择恰当的交谈时间。

如果在不适当的时间与客户进行交流，客户就会认为自己的事情受到了打扰。比如，当客户情绪低落的时候，或正赶上客户忙得不可开交时，销售员贸然上门，通常都不会达到预期的沟通效果。比如：

销售员：“您好，能否打扰您一下，我是××公司的推销员，以前贵公司买过产品，现在想做一个使用调查，占用您一点点时间就够了，不知是否可以。”

客户：“不可以！你没看见我正忙着吗？真是的，刚才老板还打电话来催，怪我没有及时把报表送上去。我没有时间，你改日再来吧。”

如果销售员事先对客户大致的时间安排进行充分了解，就可能有效避免尴尬局面的发生。对客户的具体时间安排了解得越清楚，销售人员就越容易找到合适的时机与客户展开沟通，从而最大限度地避免无功而返或引起客户厌烦。

了解了客户的时间安排后，销售员就可以根据这些信息选择一个合适的见面时间了。在选择具体见面时间时，销售人员也需要考虑客户的心情和需求。一些比较愉快或者对客户来说具有非同寻常意义的时间，很可能是最有利于展开互动沟通的时间，比如：客户刚刚领到工资的时候，结婚纪念日、节假日或者大楼奠基等有意义的日子，客户刚刚开业或住上新房需要大批采买商品的时候，客户获奖或得到晋升的时候等。

2. 建立和客户之间的亲和力

人与人之间有时会存在着莫名的缘分，从毫无关系的两个人到认识，再到信任，最后成为朋友，这需要彼此间心与心的交流。在与客户正式沟通前，销售员也要有意识地制造自己与客户之间的这种缘分，而制造这种缘分的关键就是让客户在第一眼看到你时要有一种亲切感和亲和力。

所谓亲和力的建立，就是通过某种方法让客户依赖你，喜欢你接受你。当客户对你产生依赖感，喜欢或接受你这个人的时候，自然对你的产品也会爱屋及乌。

销售员想要和客户建立起亲和力，利用天气、利益、生活、新闻事件、兴



趣爱好、赞美的话语等都可以作为开场白的话题。例如：“今天天气不错！”“一家人都在这儿，真热闹！”“啊，真气派，大家庭就是不一样！”“啊，你也喜欢收集邮票呀！”

3. 语言表达要准确、流畅

在与客户交谈的开场白中，销售员准确流畅的声音除了能给客户带来惊喜、信任外，还可以给自己的第一印象加分。有些销售员辛辛苦苦地准备好各式各样的精彩开场白就因自己一开口磕磕绊绊、吞吞吐吐，让客户产生了反感。如果是这样，你就必须加紧训练，让自己的语言表达得准确、流畅，否则根本无法与客户继续交往。

那么，怎样才能让自己的语言表达更加准确、流畅呢？

(1) 语速要适中。讲话时，销售员要依据实际情况的需要调整语速，最好不要过快，应尽可能娓娓道来，给他人留下稳健的印象，也给自己留下思考的余地。

(2) 语调要吸引人。明朗、低沉、愉快的语调最吸引人，与客户沟通时，放低声音比提高嗓门声嘶力竭地喊听起来让人感到舒适。

(3) 吐字要清晰。与客户沟通时，销售员要吐字清晰，声音清亮圆润，讲话流畅。避免含混其辞、咬字不清，这是做到声音美的最起码要求。

(4) 用词要文雅，发音要准确，不要讲方言土语，更不要讲脏话、粗话。



金牌销售经验谈

- ★ 一个好的开场白最好达到三个效果：吸引客户的注意力；建立融洽的关系；与自己所销售的产品建立关联。
- ★ 选好时机、问候得体、表达流畅是打造良好开场白的基础。

二、如何说好开场白的第一句话

销售员在向客户推销产品时，最好第一句话就能让客户产生好感，引起客户的注意，如果不能做到这点，就会影响以后的沟通效果。当然这第一句话最

好能找些实用或者出其不意、新颖的话来吸引客户，这样既能让客户产生兴趣，又能让客户立刻做出反应。

如何才能通过短短几句话成功吸引客户的注意力？销售员可以参照以下几种具体的方式。

1. 提及客户可能最关心的问题

例如，“听您的朋友提起，您现在最头疼的是产品的废品率很高，通过调整生产流水线，这个问题还是没有从根本上得到改善……”

2. 谈谈双方都熟悉的第三方

例如，“是您的朋友王先生介绍我与您联系的，说您近期想增置几台电脑……”

3. 赞美对方

例如，“他们都说您是这方面的专家，所以也想和您交流一下……”

当然赞美的话语要符合实际情况，过分的夸奖会让客户产生反感。

4. 提提客户的竞争对手

例如，“我们刚刚和××公司有过合作，他们认为……”

当客户听到竞争对手时，往往会变得很敏感，因而也就会把注意力集中到你要讲的内容上。

5. 引起对方对某件事物的共鸣（原则是客户也认同这一观点）

例如，“很多人都认为当面拜访客户是一种最有效的销售方式，不知道您是怎么看的……”

能够引起对方的共鸣，会有助于销售工作的顺利进行。

6. 用数据来引起客户的兴趣和注意

例如，“通过增加这个设备，可以使贵公司的生产效率得到 50% 的提升……”

“我知道贵公司现在的产品废品率比较高，如果有一种方法能够使公司的废品率降低一半的话，您是否有兴趣了解呢？”

7. 有实效的话语

例如，“我觉得这个优惠活动能给您节省很多话费，截止日期为 12 月 31 日，所以我觉得应该让您知道这种情况……”



这种时间的限制往往会让客户产生紧迫而稀有的心理。

不管你用什么话作为开场白，向客户问候时的肢体语言也是至关重要的。心理学专家认为，无声语言所显示的意义要比有声语言多得多，而且深刻，因为肢体语言通常是一个人下意识的举动，所以说肢体语言很少有欺骗性。销售员一个简单的握手动作，一个无心的眼神交流，一个不经意的微笑，也许在转瞬间就能成交百万的销售大单。

在与客户初次见面时，销售员若能成功地掌握问候语的肢体语言，会为双方进一步沟通做出良好的铺垫。得体的问候能在举手投足之间流露出你的涵养、风度、气质、学识和品位。而不得当的肢体语言会导致销售失败。

以下是在一家旅行社的门店里，销售员在与客户交谈时的情景。

客户：你好！

销售员：您好。（面无表情。）

客户：嗯，我想了解一下这里有没有一些关于××旅游线路的信息。

销售员：当然，我们这里有很多关于这类信息的资料，您需要的是一些介绍手册，还是想查看一下可行性和价格信息？（使用一种很友善的声音，但双手交叉抱在胸前，而且没有直接看着客户。）

客户：哦，我现在只需要一些关于这类信息的资料，至于什么时候去，我们还没定好呢。

销售员：那没问题，这里就是您所需要的资料（把资料所在地指给客户），您可以查看一下。如果有什么问题，可以咨询我，我随时为您服务。

客户：好的，谢谢你。

销售员：不用谢。

尽管销售员说得很友好，但是客户还是觉得有点不舒服。因为销售员对待客户时表面上很客气，而实际上态度不真诚，这让客户觉得销售员只是敷衍自己而已。如果加上一些肢体语言，比如面带微笑和客户打招呼，眼睛直视客户，主动提供客户所需资料，这样客户会觉得你很尊重他，非常愿意为他服务。

只有问候用语运用得当，给客户第一印象才会好。光有问候，没有肢体语言，这样会让客户觉得虚伪。但问候语言也要注意时空感，一般以距离客户

1.5 米的时候进行问候最为合适，对于距离远的客户，以点头微笑示意。

总之，销售员能在和客户初次见面时，要成功地做到：微笑、握手、问候客户、使用肢体语言、进行眼神交流、向客户致谢，只有做到这几点，才能给客户心中留下良好的印象。凭着这良好的印象，加上你说话的技巧和丰富的产品经验，定能成功地征服客户。



金牌销售经验谈

- ★ 为了吸引客户的注意力，在第一次与客户的接触中，销售员就要做到引起客户的兴趣，然后再切入销售。
- ★ 开场白的本质是激发客户的兴趣，引起客户的注意。
- ★ 销售员应该掌握一些基本的肢体语言和销售礼仪。

三、寒暄是开场白的开场白

在寒暄这个词中，寒是寒冷的意思，暄是温暖的意思，合起来就是问寒问暖。寒暄就是话家常，比如说，谈一些轻松的话题，聊一些对方关心的问题，说一些互相恭维的话等。寒暄看上去很简单，但功效不可忽视。因为唠家常式的寒暄能让第一次接触时彼此的紧张心情轻松下来，将距离感慢慢缩小。

在礼仪之邦的中国，寒暄最能表现出人际关系的和谐，几句得体的寒暄会使气氛变得融洽，有利于顺利地进入正式交谈。

一般来说，销售员在与初次见面的客户交谈时，开场白都是从“寒暄”开始的。寒暄是交谈的“导语”，具有抛砖引玉的作用，是销售过程中不可缺少的重要一环。得体地与人寒暄可以赢得客户的好感，让沟通顺利进行下去。

贝尔那·拉弟埃是“空中汽车”飞机制造公司的著名销售专家。当他被推荐到“空中汽车”公司后，他面临的第一项挑战就是向印度推销飞机。这是个棘手的任务，因为这笔交易之前曾被否决过，能否重新寻找成功的机会，就全靠销售的谈判本领了。

拉弟埃深知肩上的重任，他稍做准备就飞赴新德里了。接待他的是印航主