

中国成功商人只做不说的生意经

要想做成一桩生意，
品牌不是重点，会谈才是关键。

张笑恒 著

把话说到对方的心里，绝对成交的话术大公开！

生意是谈出来的

SHEN [REDACTED] HI
TANCHULAIDE

波谲云诡的商场，只有心法和话术齐修，才是赢得生意的制胜秘诀
成交生意并不难，一句拉风的话，胜过一千张订单。

超人气企业名家教你：挖掘客户、拜访客户、产品介绍、化解僵局、应对拒绝……一系列商战口才要领和技巧，获得客户的好感和信赖，快速谈成生意。

中国民族摄影艺术出版社

生意是 谈出来的

SHENGYISHI
TANCHULAIDE

张笑恒 著

中国民族摄影艺术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

生意是谈出来的 / 张笑恒著. -- 北京: 中国民族摄影艺术出版社, 2013.6

ISBN 978-7-5122-0419-5

I . ①生… II . ①张… III . ①销售学
IV . ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 120512 号

生意是谈出来的

作 者: 张笑恒

责任编辑: 白 弋 萨社旗

出 版: 中国民族摄影艺术出版社

地 址: 北京东城区和平里北街 14 号 邮编: 100013

发 行 部: 010-64211754 84250639

网 址: <http://www.chinamzsy.com>

印 刷: 三河市祥达印装厂

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 次: 2013 年 8 月 第 1 版第 1 次印刷

印 张: 17

字 数: 230千字

I S B N: 978-7-5122-0419-5

定 价: 29.80 元

版权所有 侵权必究



Preface

能否做成一笔生意，往往在于交谈的结果。有人缺少“嘴上功夫”，笨嘴拙舌、词不达意，跟客户话不投机，因而很难把生意做成。所以，拥有谈生意的金口是非常必要的。

拜访客户时，我们若是一进门，就开始滔滔不绝地介绍商品，一般很难达成交易。因为客户面对陌生的我们，最初是很有戒心的，刚一见面就推销产品，自然会遭到对方本能地拒绝。所以日本销售专家二见道夫曾说：“一开口就谈生意的人，是二流业务员。”

此时，我们要做的是说些客套的开场白，消除彼此之间的隔阂，创造轻松的会谈氛围。比如说：“下午好，我是××，很高兴见到您。您办公室装修得虽然简洁，但很有品位，可以想象得出您应该是个做事很干练的人！”即便是简短的几句话，都可能帮助我们有效地吸引客户的注意，赢得客户的好感，最终做成生意。所以客套话千万不能省，而且还要尽力打动对方。

很多人总在疑惑，自己的产品这么好，却没有人买，而别人的产品好像还不如自己，却大为畅销。其实，并不是你的产品不好，而是你没有把握住客户的心理，没有满足客户的某种需要。所以，就算说得再多，若是说不到关

键点上，摸不透客户的心理，还是无效。如果我们能够发现那些关键点，那么那些看似复杂的问题就会迎刃而解。

如何才能了解对方，抓住对方关键点呢？一个好办法就是——问。在谈生意时，我们要通过投石问路、开放式提问、封闭式提问等多种方法，去了解我们要面对的客户。

问什么呢？客户的出生地、求学经历、工作经历、创业历程、个性、家庭、喜好、习惯、独特缘由、公司服务的对方、主要产品或技术等等。若是在谈判中向对手提问，可以找出对方要些什么，然后设计一项让对方认为可以接受的协议或条件，从而在谈判桌上掌握主动权。尤其是当客户提出一些特殊要求时，我们一定要问几个“为什么”，这能让我们发掘出对方潜在的需求或立场背后的利益。

当客户对产品有异议，说我们的产品太贵、质量不高或者效果不佳时，我们该怎么办？严词驳斥客户，定然会伤害感情。这时候，就要讲究说话的艺术了。

冬天，一位商人在镇上卖便壶。一位客人看了看，自言自语道：“这便壶大了些。”商人马上笑着轻声接了一句：“大是大了些，可您想想，冬天夜长啊！”听罢，客人会意地点点头，便掏钱买了。

一位生意人和客户谈了好久，生意马上要拍板时，客户却总抱怨商品太贵了，不愿点头。这位生意人没有反驳客户不识货，他懂得客户害怕“买贵或者买了质量太差的产品”的心情。于是他说：“我们公司的产品的确很贵，这正是我最自豪的地方。因为一分钱一分货，只有最好的公司才能销售最好的产品，只有最好的产品才能卖到最好的价钱。”客户想了想，最终点了头。

点“语”成金，一句话促成了一笔生意，这就是“善讲”的重要性。

商务谈判是生意中最重要的一环。到底能不能获取属于自己的利益，或者能不能得到我们应有的最大利益，就要看我们怎么把它说出来，怎么说服对方接受我们的意见。

在一次商务谈判中，乔治先生对对方的条件完全不能接受，但对方布朗先

生又是一位长期的合作者，开始该怎样表达自己的异议，而不伤害感情并使得谈判继续下去呢？

乔治先生说：“布朗先生，我十分佩服您的坦率，正是您这种坦率使我们成为长期合作的朋友。也正是这种坦率，鼓励我必须以加倍的坦率讲出自己的看法。我恐怕不能答应您的要求。如果有新的可能，我仍然愿意与您继续商谈。”这种经过艺术加工的“不”既不会伤害双方的和气，又使乔治清楚明确地表达了自己的看法。布朗先生听罢，想了一会儿，表示愿意做出让步。

要让谈判能够顺利成功，我们最好掌握一定的谈判技巧和说话技巧，在双方审时度势、小心试探的过程中，该争则争，该让则让，取得谈判成功。尤其是谈判陷入僵局时，我们可以通过喊“暂停”，鼓励对方珍惜谈判成果，继续谈下去，或者转移话题，缓解紧张的气氛，打破僵局。

每一个生意人都梦想拥有好口才，因为这相当于给自己的事业加上了一个优质砝码。不过，好口才是需要学习和练习的。本书全面讲解了开发客户、拜访客户、介绍产品、处理拒绝、打破谈判僵局、电话销售等商业环节的口才要领和技巧以及注意事项，可以帮助你修炼说话术，获得客户的好感，快速使生意成交。只要不断学习、锻炼、积累，相信你一定能拥有一副金口才。

Contents



第一章 别直奔主题，先套交情再谈“正事儿”

1. 开场的客套话，不能省 / 2
2. 从客户感兴趣的话题入手 / 5
3. 用共同兴趣打动对方 / 7
4. 和客户套近乎要讲原则 / 10
5. 恭维的话要到位 / 12
6. 向客户虚心求教赢得好感 / 15
7. 适度抬高身价，人人都愿意与比自己牛的人交往 / 18

第二章 良好的谈吐，使人愿意和你做生意

1. 自信的人，别人才能信任你 / 22
2. 言谈话语要体现真诚，不要欺骗客户 / 25
3. 赢得他人信任的快捷方式——夸赞你的对手 / 28
4. 幽默的人处处受欢迎 / 30
5. 避免过于热情，让客户难以接受 / 33

6. 少说“我”，多说“我们” / 35
7. 永远不要强迫对方 / 37
8. 心平气和，谈生意要有好心态 / 39

第三章 了解对方越多，对自己越有利

1. 问得越多，获得成功的概率就越大 / 42
2. 投石问路术：第一时间掌控对方虚实 / 44
3. 开放式提问，让客户参与到谈话中来 / 47
4. 封闭式提问摸清底牌 / 49
5. 通过倾听客户的谈话来了解需求 / 52
6. 掌握倾听的技巧 / 55

第四章 不怕对方说不，成交从被拒绝开始

1. 客户以“忙，下次再谈”为借口拒绝 / 60
2. 客户以“先考虑考虑”为借口拒绝 / 63
3. 客户表示“已经有这方面的供应商了” / 65
4. 客户以“不感兴趣”为借口拒绝 / 68
5. 客户直接以“不需要”为借口拒绝 / 71
6. 客户以“把资料发过来吧”为借口拒绝 / 74
7. 客户以“我会主动联系你的”为借口拒绝 / 77
8. 客户以“太贵了”为借口拒绝 / 79

第五章 谈判是心理较量，攻心术让你更高一筹

1. 开价一定要高于你想要的实价 / 84
2. 将丑话说在前边，看对方怎么反应 / 87
3. “黑脸” “白脸” 轮番唱 / 90
4. 要尽量保持身后还有决策者的谈判优势 / 93
5. 故布疑阵，迷惑对手 / 95
6. 用强硬去软化对手 / 98
7. 运用竞争的态势，向对手施压 / 100
8. “沉默” 也是一种策略 / 103
9. 逼迫对方接受自己的条件 / 106

第六章 妥协的艺术，该争则争，该让则让

1. 不要急着用让步来促成生意 / 110
2. 欲擒故纵让对手让步 / 112
3. “你再加点，生意就成交” / 115
4. 随时准备说“不”以掌握主动权 / 117
5. 避免对抗性谈判 / 120
6. 守住底线，决不动摇 / 122

第七章 谈生意的禁忌之言，打死也不说

1. 在刚认识的客户面前，不可说夸大不实的话 / 126
2. 不说批评性话语 / 129
3. 不要用反问的语调和客户谈业务 / 132

4. 避谈使生意进入僵局的话题 / 134
5. 不要轻易承诺，一经承诺就要守诺 / 136
6. 回避不雅之言 / 139
7. 专业性术语，让客户如坠五里云雾中 / 141
8. 枯燥的话题，束之高阁比和盘托出更高明 / 145
9. 对商业机密要守口如瓶 / 147

第八章 有效打破僵局的 7 个绝招

1. 不妙的时候喊“暂停”，适时中止谈判 / 150
2. 避免谈判陷入无意义的争执 / 153
3. 鼓励对方不要轻易放弃 / 155
4. 转移话题，缓解气氛 / 157
5. 场外沟通打破僵局 / 159
6. 不要只考虑自身利益，而要寻找双赢的解决方案 / 161
7. 设定最后期限，尽快结束持久战 / 164

第九章 忽视礼仪细节，小心功亏一篑

1. 不要与客户隔着办公桌握手 / 168
2. 为他人做引荐最容易犯的错误 / 171
3. 与外国客户谈话相处的礼仪禁忌 / 174
4. 开车接待，客户坐在哪里最合适 / 177
5. 不要让重要客人用一次性杯子喝茶 / 179
6. 笑脸相迎还要笑脸相送，结尾和开始一样重要 / 181
7. QQ、MSN、E-mail谈生意，尽量少用网络语言 / 184

第十章 谈判中的读心术，洞悉心理占据优势

1. 辨识对方是否有诚意 / 188
2. 读懂客户的几种笑语 / 190
3. 客户的手部动作给你的暗示 / 192
4. 客户眼神里的秘密 / 195
5. 频繁点头的客户究竟是什么意思 / 197
6. 脚部动作泄露出的小秘密 / 200

第十一章 邀君更进一杯酒，如何在酒桌上谈生意

1. 给生意宴请找个恰当的理由 / 204
2. 与客户进餐的时候，不要再谈公事 / 206
3. 学好斟酒，开局大吉 / 209
4. 碰杯、敬酒，要有说辞 / 211
5. 敬酒分主次，谁也不得罪 / 213
6. 以茶代酒时，如何打好圆场 / 215
7. 掌握“没话找话”的本领 / 217

第十二章 不“打”不成交，如何利用电话谈生意

1. 掌握合适的拨打时机 / 222
2. 对方的秘书接电话时 / 224
3. 预约电话不谈生意 / 227
4. 在电话拨通后30秒内抓住对方的注意力 / 230

5. 用声音迷住你的客户 / 232
6. 接听电话需要注意的地方 / 234

第十三章 地域文化，如何与不同风格的商人谈判

1. 与北京商人侃政治能赢得好感 / 238
2. 不要和精明的上海商人讲人情 / 240
3. 实实在在地与勤俭的晋商谈生意 / 243
4. 要给浙商留下稳妥可靠的印象 / 246
5. 适当赞美和肯定敢拼敢赢的福建商人 / 249
6. 一定要给湖北商人留面子 / 251
7. 多谈钱、快做事能获得广东商人的认可 / 254
8. 与香港商人做生意要守信用 / 256



第一章

**别直奔主题，
先套交情再谈“正事儿”**

① 开场的客套话，不能省

与人谈生意，如果你为了节省时间，或者不知道怎么寒暄，上来就直奔主题，谈论价格、质量、数量、包装、运输等话题，十有八九会碰壁。生意本身也许只是利益问题，或许你还会认为，生意人是追逐利益的，只要有利可图，怎么开场不过是个形式，这有什么重要。

事实上，开场适度的客套不仅有助于创造轻松的会谈氛围，还可以消除彼此的隔阂，尽快熟络起来。比如，作为销售人员，面对的常常都是陌生的客户，如果刚一见面就推销产品，自然会遭到对方本能的拒绝。无怪乎，日本著名销售专家二见道夫对此评论道：“一开口就谈生意的人，是二流业务员。”

所以，谈生意，寒暄的开场白是不能省的。即便是简短的几句话，都可能帮助我们有效地吸引客户的注意力，赢得客户的喜欢，最终做成生意。

推 销售员安迪如约来到客户办公室。

“周总，您好！看您这么忙还抽出宝贵的时间见我，真是非常感谢啊！”安迪与周总握手。

“周总，办公室装修得虽然简洁却很有品位，可以想象得出您应该是个做事很干练的人！”

“这是我的名片，请您多多指教！”周总接过名片。

“周总以前接触过我们公司吗？”安迪停顿片刻，看周总的反应。

“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。……考虑到您作为企业的负责人，肯定很关注如何最合理配置您的办公设备，节省成

本。所以，今天来与您简单交流一下，看有没有我们公司能协助的。不知贵公司目前正在使用哪个品牌的办公设备？”

周总面带微笑非常详细地和安迪谈起来。

生意之所以要谈，肯定是因为不能一拍即合，在最初达成一致，而期望通过交谈来寻找一种方式来实现双赢。那么，在交谈时，双方必然都想为自己争取更多的利益，或者坚持自己的观点不愿意让步，这势必会让双方都神经紧绷，心存戒备，甚至会产生敌对的态度。这时候，恰到好处的寒暄，往往能够创造良好的谈判氛围，引起对方的兴趣，为接下来进入正题的交谈做好准备。

因此，聪明的生意人在开场时，会不间断地讨论一些非业务性的话题，并在言谈里，体现关注他人、关心他人利益的一面，传达友好的一面。

当年，邓小平与英国女王及其丈夫爱丁堡公爵会谈前就有一番精妙的寒暄。虽不属于生意谈判，但我们可以从中借鉴。

双方见面时，邓小平迎上前，说：“见到你很高兴，请接受一位中国老人对你的欢迎与敬意。”然后又接着说：“这几天北京的天气很好，这也是对贵宾的欢迎。当然，北京的天气比较干燥，要是能‘借’一点伦敦的雾，就更好了。我小时候就听说伦敦有雾……”爱丁堡公爵说伦敦的雾是工业革命的产物，现在没有了。邓小平风趣地说：“那么，‘借’你们的雾就更困难了。”爱丁堡公爵回答道：“可以借点雨给你们，雨比雾好。你们可以借点阳光给我们。”

虽然这些话，看起来好像是闲谈，与谈判的问题并不相关，但却能够创造轻松舒适的氛围。事实上，高明的寒暄总是能既热情，又不卑不亢，给对方留下一个鲜明、深刻的第一印象。

注意，寒暄的内容可以很多，但一定不能令人不舒服。许多业务新人，寒暄时，常说些带批评的话，伤了别人还不自知。虽然这些话本意不是批评指责，只是想有一个开场白，但在客户听来，感觉就会不太舒服。

什么话题可以营造出令人轻松愉快的气氛？你可以谈双方的家乡、风土人

情、阅历、趣闻轶事、爱好专长等。如果双方有共同认识的朋友，你也可以通过共同回忆找到共鸣点。

身为淘宝网店的店主，白悠非常善于用套近乎的开场白获得客户的好感。当一个客户给她发来信息时，她都会从对方的资料里、头像上，多多少少地发现一点信息。比方说，客人的资料显示其所在地是上海，她就会和对方说说东方明珠、黄浦江等。如果对方的头像是动漫人物，她就夸对方有童心。

一次，白悠遇到一位湖北客户，猜出对方是武汉人。她就直接说：“你们那儿的汉正街挺有名啊！”其实白悠没去过汉正街，还是在多年前从电影里知道的，没想到她这几句话就和客户拉近了距离，很顺利地完成了一单生意。

开场白，是面对面谈生意进入正题前两分钟要说的话，如果是电话销售时，是前30秒要谈的话题。所以，闲谈话题不必过于冗长，可能偏离主题；而且，客套话不可一说再说，否则会起到反效果，让人觉得虚伪。最好轻松友善地说几句真诚又切中要点的赞誉话，比如：“苏经理，我听华欣服装厂的张总说，跟您做生意最痛快不过了。他夸赞您是一位热心爽快的人。”或“恭喜您啊，李总，我刚在报纸上看到您的消息。祝贺您当选十大杰出企业家。”

谈生意直奔主题，反而会遭到客户拒绝。说些寒暄的话、礼貌的客套话，反而能营造轻松愉悦的谈话气氛，吸引对方的注意，有利于生意的顺利进行。所以，开场的客套话，不能省。

② 从客户感兴趣的话题入手

不少生意人和客户见面不到一分钟就被下了逐客令，很大程度上是因为他们的话根本不能引起客户的半点兴趣，客户自然不愿投入过多的热情。

要想引起客户的注意，那我们就要“投其所好”，因为打动人心的最佳方法就是从对方感兴趣的话题入手，与对方产生共鸣。所以，找准客户感兴趣的话题，才能够打开客户的心门。

推 销售员何磊到一家帐篷制造厂谈生意。尽管何磊做了多次产品展示，客户陆老板仍然没有购买的意思。

此时，何磊有些失望了，但忽然想起一事，便插话说：“我前天看报纸，看到有很多喜欢露营的年轻人，用的就是贵公司生产的帐篷，不知道是不是真的？”

谁知，此话一出，陆老板立马兴奋起来，从抽屉里拿出报纸，指着报道侃侃而谈道：“没错，没错，咱们市销售的帐篷有51%都是我们生产的，大多数年轻人野外游玩时都用我们的产品。我们的帐篷质量好，结实耐用，用的都是进口材料，而且价格也不贵……”

何磊认真听陆老板饶有兴致地讲了半个小时后，又巧妙地将话题引到了公司的产品上。心情极佳的陆老板询问了一些细节问题后，爽快地在合约上签了字。

言逢知己千句少。一旦遇到自己感兴趣的话题，每个人都会情绪激昂地