



10种超实用销售方法全覆盖
超150余个真实生动的销售对话案例
助你快速掌握实用的沟通技巧

学点销售 说话术

拓展你的销售思维，掌握客户倍增策略
每天仅需10分钟

即可全新掌握销售要点，快速提升销售额

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE



学点销售 说话术

江 猛 编著

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

本书全面讲述了在销售过程中的各种知识,作者以丰富的销售经验和通俗的语言讲解了销售中的语言艺术。

本书共 10 章,第 1~2 章讲解了语言的魅力,包括推销自己和关系网的用途;第 3~5 章讲解了销售中遇到不同客户的处理方法;第 6~7 章讲解了如何在销售中突出产品优势和破解客户抱怨、扭转商机的相关方法;最后 3 章通过售后服务和销售说话术来解决产品在销售过程中存在的问题,从而提升工作业绩。

本书操作性强,内容讲解通俗易懂,案例真实具体,讲解全面,适用于刚开始从事销售的读者和想了解销售或通过销售实战提升个人语言和交际水平的从业者。

图书在版编目(CIP)数据

每天 10 分钟学点销售说话术/江猛编著. —北京:
中国铁道出版社, 2013. 5
ISBN 978-7-113-16008-1

I. ①每… II. ①江… 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 026553 号

书 名: 每天 10 分钟学点销售说话术
作 者: 江 猛 编著

责任编辑: 刘 伟
特邀编辑: 赵树刚
责任印制: 赵星辰

读者热线电话: 010-63560056
封面设计: 多宝格

出版发行: 中国铁道出版社(北京市西城区右安门西街 8 号 邮政编码: 100054)
印 刷: 三河市华丰印刷厂
版 次: 2013 年 5 月第 1 版 2013 年 5 月第 1 次印刷
开 本: 700mm×1 000mm 1/16 印张: 12.25 字数: 243 千
书 号: ISBN 978-7-113-16008-1
定 价: 32.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社发行部联系调换。

前言

FOREWORD

优秀的销售人员总是能够凭借自己出众的口才赢得客户的信赖，取得骄人的业绩。好口才是个人魅力的展示，是取得销售业绩的保证。由此可见，销售人员练就一副好口才至关重要。

有的销售人员认为自己口舌笨拙，不会说话，每次销售失败都归咎于自己的“嘴巴”。其实，口才作为一种能力的体现，并非与生俱来。很多优秀销售人员的口才都是通过后天锻炼而成的。

要想拥有好口才，首先应该锻炼自己的表达能力，多掌握一些说话的技巧，在实践中不断总结和积累。除此之外，系统的学习也是一个重要的过程，多看一些关于销售口才的书籍，它能更迅速、更简便地让你掌握销售中所需的各种语言技巧。

然而，有关口才类的图书可谓是汗牛充栋，绝大部分都是简单机械地介绍训练的方法或理论，对销售人员实际帮助并不大，有的甚至会起到反作用。鉴于此，我们编写了这本书。本书绕开了传统的说教和理论，以销售过程中涉及的每个阶段为主线，参照实例故事进行深入浅出的分析，然后再由故事引出问题，层层深入。

本书按销售流程划分为 10 个部分，每个部分都列举出一个销售人员的销售口才技巧实例，再根据实例进行深入浅出的剖析，最后得出结论。

全书分为 4 个模块：包括 1 分钟看销售要点、2 分钟阅读销售案例、3 分钟品评经典评析、4 分钟演练个人技巧，每天只需 10 分钟，你就可以完成一次销售技能的迅速提升。

1 分钟销售要点

凝练、简洁。每句话都是作者通过销售实践总结出来的，从而为奋斗在销售一线的工作人员提供了一条条销售心经。

2 分钟销售案例

生动、鲜活。既有普通销售人员的亲身经历，又有中外销售大师的经验传授，让你在轻松的氛围中就可以领略到他人销售语言的魅力，你可以学习、模仿，把他人的经验作为己用。

3 分钟经典评析

深刻、警醒。古人在批评一个人的学习态度时常说，“知其然而不知其所以然”，也就是说一个人只知道事物的现象而不知道其本质，是学不到任何东西的。学习就要汲取它的精髓。学习销售语言也是同样的道理，看了有关销售的故事以后也许对你有所触动，但是要想真正领会每个故事传递出来的信息，还必须经过深入浅出的分析，这一部分则是对案例的精心剖析。

4 分钟演练技巧

全面、条理。这是本书的最大亮点，也是方法的学习。学习需要方法，如果不掌握一个好的学习方法，讲解再多也无法真正转化为自己需要的东西。因此，在掌握了以上三个部分之后，就需要通过第四部分进一步地吸收消化。

本书论述严谨合理、通俗易懂，将成功心理学中繁复的内容结合到推销实践中去，在保证销售知识系统性、全面性的同时，又追求简单化、便捷化。你每天只需花 10 分钟的时间，就可以读完一个章节，学到一个知识要点。本书具有很强的感染力和吸引力，能让读者轻松掌握销售中的说话技巧，迅速打开销售通道。

目 录

CONTENTS

Chapter 01 推销商品先推销自己，能说会道才是真本事 1

- No.01 说话是一门艺术，“能说会道”是一种技能 2
- No.02 成功在嘴边，开不了口就无法成功销售 4
- No.03 客户认可你更重要，推销商品先推销自己 6
- No.04 张弛有度，把握说话的主动权 8
- No.05 客户是上帝，避免与“上帝”叫板 10
- No.06 亲切赞美，能愉悦客户的心扉 12
- No.07 学会幽默，增加交流的“润滑剂” 14

Chapter 02 做销售就是做关系，一张嘴构建完美关系网 17

- No.01 善于与陌生人做朋友 18
- No.02 巧妙利用身边的人际资源 20
- No.03 巧用人情术，发展准客户 22
- No.04 让老客户为你介绍新客户 24
- No.05 利用竞争对手建立多方合作关系 26
- No.06 使用良好口碑与客户建立关系 28

Chapter 03 销售成功源于好的开始，说得好听才能

取信客户 31

- No.01 寒暄有道，抓住初次见面的 30 秒 32
- No.02 做好自我介绍，解除客户的戒备心理 34
- No.03 设计开场白，抓住客户注意力 35
- No.04 适当地开玩笑，将危机变成转机 38
- No.05 话语中展现真诚，避免产生排斥之心 39
- No.06 寻找共同话题，打破谈话僵局 42



No.07 抓住客户的兴趣点，缓解尴尬气氛	44
-----------------------------	----

Chapter 04 讨价还价有方法，不要让价格成为阻碍 47

No.01 忽略价格说价值，缩小讨价还价的余地	48
No.02 降价需循序渐进，避免客户得寸进尺	50
No.03 打折活动，做好诱饵引上钩	52
No.04 圈定价格上下限，让客户自己选择	54
No.05 化整为零，将价格实行分割	56
No.06 了解客户购买力，摸清客户底线再报价	58
No.07 采用价格比报价，让客户认清差距	60

Chapter 05 看人劝购，不同的客户用不同的语言 63

No.01 优柔寡断型的客户：用肯定性的语言鼓励对方	64
No.02 沉默寡言型的客户：用较简单的问题引导对方	66
No.03 先入为主型的客户：用提问的方式去化解误解	68
No.04 知识渊博型的客户：用赞许性的语言认可对方	70
No.05 强烈好奇心的客户：用优惠性的语言吸引对方	72
No.06 温和有礼型的客户：用专业性的语言折服对方	75
No.07 讨价还价型的客户：用妥协性的语言争取对方	77
No.08 自以为是型的客户：用保留性的语言激励对方	79
No.09 性格暴躁型的客户：用轻松愉快的语言消除紧张	81
No.10 颐指气使型的客户：用商量性的语言劝解对方	83
No.11 侃侃而谈型的客户：用简短的语言积极回应对方	85

Chapter 06 不落俗套凸显产品优势，准确无误推介

产品卖点 87

No.01 全面了解产品，做客户的销售专家	88
No.02 确定谈话主题，围绕核心内容展开	90
No.03 讲解简单清晰，让客户在最短时间认可产品	92
No.04 用讲故事的方式交流，让客户接受起来更容易	94
No.05 介绍要有针对性，结合客户的需求进行	96



No.06	不落俗套，找到产品的独特之处	99
No.07	突出产品价值，你的话将会更有说服力	100
No.08	提供人情关怀，增强推销语言的感染力	102
No.09	删繁从简，避免使用过于复杂的语言	104
No.10	善用服务策略，提高客户的安全感	106

Chapter 07 消除客户抱怨，深入沟通才能不被客户拒绝 108

No.01	端正态度，正视客户的各种“拒绝”	109
No.02	积极应对，了解客户“拒绝”的原因	111
No.03	当拒绝只是一种自然防范时：坦诚相待，消除戒备	113
No.04	当拒绝是一种借口时：用心对待，以情动人	114
No.05	当拒绝是主观反应时：用事实说话，以理服人	116
No.06	当拒绝有客观依据时：提出解决方案	118
No.07	制造紧缺，让客户产生“抢购”心理	120
No.08	客观评价，有效增强客户的认同	122
No.09	善于引导，让客户逐渐认可产品	124
No.10	列举实例，用事实消除客户的疑虑	126
No.11	扬长避短，转移客户的关注点	128

Chapter 08 巧言识破谈判陷阱，妙语扭转商机 131

No.01	主动开口先声夺人，掌握场上主动权	132
No.02	设置限制有效提问，引导客户深入谈判	134
No.03	递进式探询，时刻保持进退自如	136
No.04	角色转换，用客户的口吻展开谈话	138
No.05	说“大”话，虚张声势给对方“下马威”	140
No.06	说“反”话，欲擒故纵变被动为主动	141
No.07	说“实”话，让客户痛并快乐着	143
No.08	说“假”话，以退为进“骗取”客户	145
No.09	说“软”话，适当示弱争取客户的认可	147
No.10	说“硬”话，咄咄逼人逼迫客户“就范”	149
No.11	说“巧”话，利用外部条件妙借势	151



Chapter 09 细说服务促成售后销售，保证业绩强力延续 154

No.01	诠释“一站式服务”，让客户售前售后都满意	155
No.02	做好服务延伸工作，积极拉回头客	156
No.03	积极预约回访，询问产品的使用情况	158
No.04	利用反馈信息展开交流，提升客户满意度	160
No.05	客户要求退货，先道歉后理赔	162
No.06	削弱客户的反对意见，妥善解决赔偿问题	164
No.07	服务不能只有热情，更要有效率	166
No.08	适当来点“多此一举”的服务	168

Chapter 10 销售话术有禁忌，说错比不说更可怕 170

No.01	忌生硬，说话要保持节奏和速度	171
No.02	忌多言，多言反会招致客户反感	173
No.03	忌批评，尊重客户的思想和观点	175
No.04	忌争辩，减少与客户无谓的争辩	177
No.05	忌质问，遇到问题要与客户商量	178
No.06	忌炫耀，尊重事实，勿自吹自擂	180
No.07	忌直白，不要直接指出客户的错误	182
No.08	忌业余，避免使用过度随意的语言	183
No.09	忌独白，讲解时要善于与客户互动	185

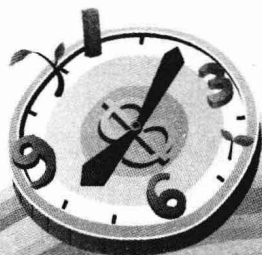
参考文献 188

Chapter 01

推销商品先推销自己， 能说会道才是真本事

有的销售人员面对客户时坐立不安、语无伦次，而有的则谈笑风生。为什么会出现这种情况？最根本的原因在于他们对“销售语言”的掌握程度不同。销售语言是销售人员在接待客户、推销商品和与客户谈判中专门使用的一种语言，它具有专业性、技巧性以及特定场合的特殊性，与我们平时聊天所用的语言存在本质上的不同。这就需要每一个销售人员能够掌握销售语言的技巧，并准确地加以运用。

- ◇ 说话是一门艺术，“能说会道”是一种技能
- ◇ 成功在嘴边，开不了口就无法成功销售
- ◇ 客户认可你更重要，推销商品先推销自己
- ◇ 张弛有度，把握说话的主动权
- ◇ 客户是上帝，避免与“上帝”叫板
- ◇ 亲切赞美，能愉悦客户的心扉
- ◇ 学会幽默，增加交流的“润滑剂”





说话是一门艺术，“能说会道”是一种技能

⌚ 1Min

在销售中，说话是有很多技巧的，语言运用得好就能取得期望的效果；反之，就会导致销售失败。



应用案例

⌚ 2Min

一位身材较胖的妇女去一家鞋店购买高跟鞋。销售人员：“你脚这么胖，穿高跟鞋比较难看！”她十分生气，转身就走了。

她到了另一家鞋店，销售人员巧妙地对她说：“您的脚比较丰满，我认为中跟鞋会更适合您。”

她十分高兴，放弃了买高跟鞋的想法，最终买了一双价格不菲的中跟鞋。



案例分析

⌚ 3Min

同样的意思，为什么会出现截然不同的结果？这是因为表达方式不同。案例中两位销售人员在面对“脚胖”这个问题上，运用了两种不同的词语，“丰满”与胖比较起来就耐听很多，虽然都是同样的意思，但是给客户的心理感受是完全不同的。

再来看一个现实生活中的案例。

美国的新泽西与宾夕法尼亚是相邻的两个州，为了降低机动车的保险支出，两个州都制定了相应的法律：假如驾车的人放弃对某些交通事件的起诉权，就可以少交纳一些保险费。但两个州相关法律的表达方式却截然不同。

宾夕法尼亚的规定是：要拥有所有交通事件的起诉权，除非另外声明。

新泽西的规定是：要自动放弃某些交通事件的起诉权，除非另外声明。

在新泽西，有 80% 的人选择有限起诉权，而宾夕法尼亚只有 25% 的人作同样的选择。当然，良好的语言表达能力，并不是指单纯地说好话取悦客户，把不动听的说动听了，把方的说成圆的来欺骗客户。

会说话是一门艺术，同一个意思，表达方式的不同，结果可能就截然不同。案例中第一个销售人员不懂说话技巧，最终不但鞋没卖出去，还得罪了客户，损失了自己的利益。而第二个销售人员利用说话技巧，且对人热情耐心，最终赢得了客户的好口碑，也因此获得了利润，可谓一举两得。那么，作为销售人员应该如何掌握说话的技巧呢？



个人演练



4Min

销售的核心是说服，说服力的强弱是衡量销售人员水平的标准之一。优秀的销售人员必须有良好的语言表达能力，以保证在与客户交流时形成良好的谈话气氛，激发客户的购买热情，促使销售目的尽快实现。总的来说，销售人员说话应符合以下几个标准：

◆咬字清楚，语言流畅

咬字清楚，语言流畅是保证准确表达的第一要素，一名销售人员在与客户沟通的时候，首先必须让客户听清楚自己在说什么。流畅的语言可以很好地增加销售人员的自信心，同时也能获得客户的好感与信任。

销售人员首先必须注意发音、吐字。有些销售人员发音不标准，吐字不清晰，话说得不清楚，这不但会使客户无法全面理解你的意思，更重要的是会被客户带来压迫感。

◆控制音量，低沉稳重

声音可以感染客户，激发客户倾听的欲望，销售人员说话时要学会控制音量，既不过大，也不过小。太大会刺耳，太小听不清。对于销售人员来讲，与客户交流时尽量用低沉、稳重的声音，让对方通过声音就可以对你和你的产品产生一种强烈的兴趣。

如果从人的生理构造上来看，一个人的声音是由自身的发音条件所决定的，有的人声带厚而宽，发出来的声音就洪亮而浑厚；而有的人声带比较薄，说话的声音自然就小而尖。但这并不是不可改变的，因为声音还与一个人的发声方式有关。如果发声方式正确，声音也可得到很大的改善。由此可见，一个人的声音是可以改变的。销售人员由于职业要求，必须强制自己控制发声方法，让自己的声音变得洪亮、浑厚。

◆语速适中，快慢有度

讲话的速度是影响谈话效果的一个重要因素，太快或者太慢都会影响对方的听力效果。语速过快可能令客户无法听明白你的意思，对方还没有反应过来，你已经说完了；反之，会给人留下一种拖泥带水的不好印象。如果对方是急性子，你讲话过慢那就更麻烦了。

一个优秀的销售人员在说话的时候应该做到语速适中，在必要的情况下，可以根据客户的具体情况来调节自己的节奏，做到不紧不慢，恰到好处，从而取得良好的谈话效果。

◆恰当地运用停顿

为了准确表达思想和情感，说话时要有一定的停顿。运用停顿能帮助自己整理思绪，观察对方的反应，引起对方的好奇，促使对方回话，引导对方速做决定。

这就要求销售人员在说话的时候要适当地停顿。但并不是必须像书面用语一



样按照标点符号来停顿。只是说话时要有一定的层次感、节奏性。口头表达要根据谈话的具体需要、情景的需要采取必要的停顿。

作为一名优秀的销售人员，说话要讲究技巧，这样才能产生较强的感染力，让客户听起来感到舒心。同时，调整语速语调，也可以使自己在客户心目中的形象高大起来。虽然每个人的音质各不相同，但作为销售人员，说话一定要符合最基本的标准，语气柔和，声音圆润，语速适中，显示出热情和亲切感。

No.
02

成功在嘴边，开不了口就无法成功销售

⌚ 1Min

销售学大师查尔斯富特雷尔说过，要想成功推销你必须敢于开口去说，如果你胆怯而不敢开口向你的顾客去说，你永远没有销售机会。销售没有什么秘诀，很简单，只要敢于“开口”就有成功的机会。销售的过程就是沟通的过程，而不“开口”怎么去沟通呢？



应用案例

⌚ 2Min

乔·库尔曼 22 岁开始从事第一份寿险推销工作，29 岁时被评为美国金牌推销员。一次，乔·库尔曼去见一家工厂的老板，这位客户工作非常繁忙，之前好几个推销员都吃了闭门羹，但乔·库尔曼还是决定去拜见。当他见到客户后，发现对方正在忙碌着，他便主动地前去打招呼，对方却没有多看他一眼。

“您好！我叫乔·库尔曼，是保险公司的推销员。”

客户脸上立刻露出了不悦的神情，不耐烦地说：“又是一个推销员。别烦我了，我还有很多事情要做，没时间听你推销。”

然后继续愤愤不平：“在你之前，今天已经来过 10 个推销员了，都被我赶走了，现在我没工夫听你说，即使有也不想浪费在你们这些烦人的推销员身上。”

乔依然保持着微笑：“请给我 1 分钟的时间，允许我做一个自我介绍。”

对方更加不耐烦：“我很忙，根本没时间听你说话，你快走吧！”

尽管同样吃了闭门羹，但是乔并没有决定走，而是快速地思考怎么寻找对方关心的话题。他用了整整 1 分钟时间观察客户放在地上的产品。

问：“您生产的这些产品？”

在得到客户肯定的回答后，又问：“您从事这行的时间一定不短了吧？”

客户回答：“22 年了。”

“真了不起啊！那您是怎么开创您的事业的呢？”



当乔问到这句话时，对方的态度有所改变。最后，乔不但卖出了自己的这份保险，还在客户的带领下参观了他的工厂，真正地取得了客户的信任，两人也建立了深厚的友谊。



案例分析



3Min

销售人员一定要善于与客户沟通，要敢于说话，善于说话。因为通常人对陌生的推销总是心存戒备的，往往会以各种理由将其打发走。如果你换一种方式与对方交谈，结果则可能会有所不同。正如案例中的乔·库尔曼，他是第一位连任三届美国百万圆桌俱乐部主席的推销员。在他 25 年的推销生涯中，推销出了 4 万多份人寿保险，平均每天 5 份。很多人认为他有不为人知的秘诀，其实他的奥秘就是，当遭到客户拒绝之后，他不但没有因为对方恶劣的态度而退缩，反而更加大胆，积极主动地去与对方搭讪，最终凭借自己的执着和智慧打动了对方。尤其是谈到对方创业经历的时候，瞬间把双方的心理距离拉近了。

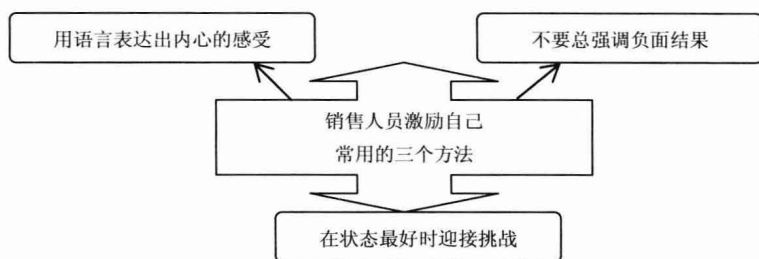
销售就是敢于开口去说，客户能否被说服，就在于你开口的那一瞬间，如果你不开口客户就会离开。与其坐等客户开口，不如主动开口，这两者之间有很大差别。坐等客户开口也能有销售机会，但机会肯定很少，这有两个方面的原因：一是大部分客户对你的产品了解得很少，因而不可能主动购买你销售的产品；二是客户的需求往往处于沉睡状态，如何使之从潜在状态变为显在状态，成为一种购买冲动，这就需要销售人员去激发，而要激发不开口怎么行？



个人演练



4Min



◆善于表达内心的感受

心理学研究中有一种“内省法”，就是让人冷静地观察自己的内心，然后将观察的结果如实地讲出来。这样可以使紧张的心情得到释放，人就会感到轻松一些。如果销售人员能不断地运用这种“内省法”，讲出自己对于成功的渴望，对战胜困难的信心，必然会获得前进的动力，减少沮丧的压力。

◆不要总强调负面结果

不要总是给自己这样的提醒“昨天我被客户拒绝了”、“卖出一件商品怎么这



么难”。因为越是这样，就会越紧张、沮丧。所以，应避免用失败的教训来提醒自己，而应多用一些积极性的暗示，如“客户虽然拒绝了我，但态度并不坚决，我还有机会”、“卖出商品是迟早的事，也许明天就会成交”等，这种积极的暗示比起总向自己强调负面结果要好得多。

◆在状态最好时迎接挑战

每个人都有“情绪周期”，有时难免会陷入莫名的情绪低迷阶段。这时就应该先做些简单的工作，如日常的客户回访、客户资料整理等，不要在这时给自己增加负担。在情绪高涨时处理那些棘手的问题，好心情能激发饱满的工作热情，促使人们增强信心，产生知难而上的挑战欲。人在良好的状态下迎接挑战，可以淡化不良情绪。良好的心态就是一种成功的暗示。

“开口”是你向客户传达产品信息、激发其欲望的唯一途径，除此之外，你别无选择。因而，要实现成功销售，必须主动“开口”，而不是坐等客户“开口”。



客户认可你更重要，推销商品先推销自己

⌚ 1Min

成功的销售人员在推销产品之前都懂得先推销自己。在推销产品之前，必须先把自已推销给客户。而要成功地把自已推销给客户，需要有良好的表达能力，表达能力决定了与客户的交际能力，而交际能力又直接决定着产品的销量。因此，销售人员在展开产品推销之前，必须学会推销自己。



应用案例

⌚ 2Min

日本保险业泰斗原一平 27 岁进入日本明治保险公司开始了自己的推销生涯。开始推销时，他说话笨拙，很难与人沟通。有一天，他向一位僧人推销保险，当详细介绍保险之后，僧人平静地对他说：“听完你的介绍之后，丝毫引不起我投保的意愿。”

说完，僧人注视着原一平，良久，接着又说：“你说的话，一定要吸引对方，如果做不到这一点，将来就没什么前途可言了。”

原一平一脸茫然，哑口无言。

僧人又说：“年轻人，先努力改造自己吧！”

原一平说：“改造自己？”

僧人接着说，“是的，要想做一名优秀的推销人员，必须先从改造自己做起。改造自己首先要正确认识自己。”



“认识自己？”

原一平摇摇头，僧人接着又说：“你在给别人推销保险之前，必须先推销自己，你知不知道自己是一个什么样的人呢？”

从此，原一平开始努力认识自己、改善自己、反省自己，最终大彻大悟，成为一代推销大师。



案例分析



3Min

推销产品就应该先推销自己，百分之百地把自己推销给客户，让客户充分地了解你、信任你，从而与客户建立起相互信任的关系。如果你本身都得不到客户的信任，产品又如何能推销出去呢？若想取得客户信任，首先要认识到“你一生中卖的唯一商品就是你自己”。像原一平一样，世界上最成功的推销员都是从推销自己开始的。推销商品应该先推销自己，一个销售人员如果无法把自己展示给客户，就无法取得客户的信任。只有让客户接受了自己，你的销售才有可能成功。然而，推销自己有时候比推销商品还难，不但要重视外表，更要重视内在品质。

只有让客户喜欢你，他才能喜欢你推销的产品，从而达到销售的目的，这是销售人员成功的关键。

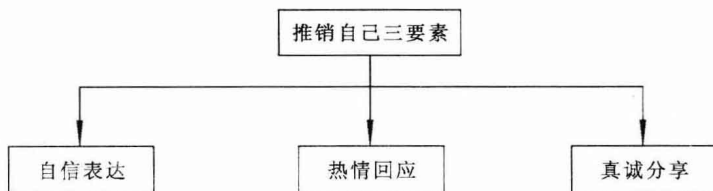


个人演练



4Min

推销商品前先推销自己，既然推销自己如此重要，那么，如何向客户推销自己呢？一般要注意以下三点：



◆ 自信表达

自信是销售人员应具备的一项最基本的素质，只有凭借乐观、自信、积极的态度，才敢于去面对每一个客户，敢于与客户展开更深入的交流。

优秀的销售人员坚信，自己一定能说服客户，所以即使遭受拒绝，也能坚持不懈地去与客户交流。然而，我们也看到很多不自信的销售人员，尤其是刚从事销售的人一般都不自信，比如，拜访客户时在门前犹豫再三，不敢进门；鼓起勇气敲门，客户开门你却紧张得不知说什么；介绍产品吞吞吐吐，三言两语就被客户打发掉；不敢给客户打电话或者打了电话不知道如何开口等，这些都是不自信的表现。

作为销售人员，如果想在客户面前更好地推销自己、展示自己，首先必须信



心满满地表达心中的想法，让客户更多地了解你。

◆热情回应

每个司机都知道，汽车上路前都要对发动机进行预热，这样做的目的是保证汽车尽早地进入良好的行驶状态，做销售也是一样。推销自己最重要的一个要素是热情，在面对客户时，要使自己像一把火一样燃烧起来。很多销售人员缺乏的正是这份热情，尤其是在遭到客户拒绝之后，底气更加不足，就打退堂鼓。如果你缺乏对销售的执着和热情，必然会产生一种消极的心态，在消极心态的影响之下，说话表达都会受到影响。

◆真诚分享

细心的人都会注意到，当你以一种诚恳的态度与一个人说话，或者求对方办事时，对方一定会很乐意，并容易对你产生好感，反之就会遭到拒绝。若要别人接受你，必须有真诚、诚恳的态度。作为一名销售人员，在向客户推销的时候，态度必须诚恳，讲的每句话都要表现出对对方有十足的兴趣，并与之共同商量解决的办法。比如，要认同自己的产品，并把自己觉得好的商品推荐给客户，真诚地与客户分享。能很好地与客户分享的销售人员才能感染客户，从而获得订单。

当具备了以上三种要素之后，你的心态就会全然不同，你的自信与热情也会自然而然地产生，并洋溢出动人的感染力。



张弛有度，把握说话的主动权

⌚ 1Min

话语的主动权在销售中具有至关重要的作用，销售人员只有将主动权牢牢掌握在自己手中，才能扮演好引导者的角色，从而让销售顺利进行。



应用案例

⌚ 2Min

珍妮是一位房地产销售人员，一天，客户要求实地查看房子。在看房的过程中，她发现客户对这套房子总体还是比较满意的，但是最终仍提出了一些异议。

客户：“这栋房子价格有点高。”

珍妮：“先生，如果与周边房价相比的话，这个价格是非常划算的。”

客户：“这个地方已经远离市区了，为什么还这么贵？”

珍妮：“您说得对，但是这个地方是政府未来规划的重点区，发展潜力很大。我想问一下您计划全款购买呢？还是首付加贷款？”