

成功销售的口才诀窍

XIAOSHOU YU KOUCAI
ZHISHI QUANJI

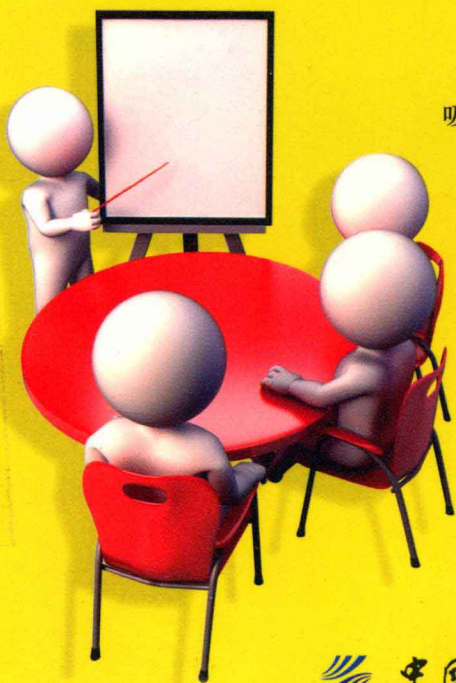
销售与口才

知识全集

口才是否高超, 关乎销售成败

乔梁◎编著

优秀的销售人员能用绝妙的语言技巧
吸引住客户, 用精彩的示范表演赢得客户的信任,
用热情的推销态度打动客户。



快速提升口才技巧的最佳读本

好学、易懂、
实用, 为你展示
销售员口才
精髓!

 中国纺织出版社

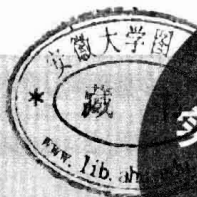
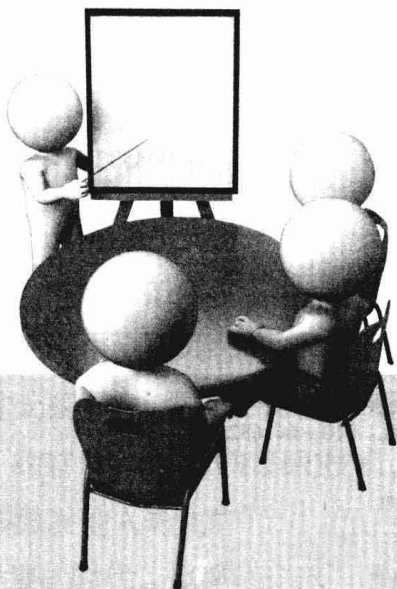
成功销售的口才诀窍

XIAOSHOU YU KOUCAI
ZHISHI QUANJI


销售与口才 知识全集

口才是否高超，关乎销售成败

乔梁◎编著



好学、易懂、
实用，为你展示
销售员口才
精髓！

 中国纺织出版社

内 容 提 要

口才是销售人员梦想成真的基石。拥有好口才，不愁商品销售不出；拥有好口才，不怕市场拓展不开。一名优秀的销售人员就像是一位无所不能的魔术师，他能用绝妙的语言技巧吸引住客户，用精彩的示范表演赢得客户的信任，用热情的推销态度打动客户。

本书正是针对销售人员的口才上的现实需求，有针对性地对相关领域内的知识进行了优化设计与重组，在内容编排与语言表达上也更适合销售人员的需要。全书共分销售口才的必备基本功与销售口才的实战攻略两大部分，理论中包含着实战，实战中又不乏理论的支撑，希望它能你的销售业绩倍增，职位直线上升，成为你的精明助手、得力秘书和高级参谋。

图书在版编目 (CIP) 数据

销售与口才知识全集 / 乔梁编著. —北京: 中国纺织出版社, 2012. 7

ISBN 978 - 7 - 5064 - 8626 - 2

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 094532 号

策划编辑: 曲小月 赵晓红 责任编辑: 赵晓红
特约编辑: 李广顺 责任印制: 陈 涛

中国纺织出版社出版发行
地址: 北京东直门南大街 6 号 邮政编码: 100027
邮购电话: 010—64168110 传真: 010—64168231
http: //www. c - textilep. com
E - mail: faxing @ c - textilep. com
北京市登峰印刷厂印刷 各地新华书店经销
2012 年 7 月第 1 版第 1 次印刷
开本: 710 × 1000 1/16 印张: 17
字数: 248 千字 定价: 29.80 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

前言

FOREWORD

提起销售，可能很多人会说，销售不就是卖商品吗？不错，销售是卖商品，可它又不仅仅是卖商品那么简单。销售是一门技术，也是一门艺术，同时它还是一个充满挑战、充满艰辛、更蕴涵着极大成功的职业，不管你信与不信，世界上80%的富翁都曾经做过推销员，推销员作为一种职业，既能充分锻炼个人能力，又能很好地实现个人价值。

如今，从事推销或与销售相关的人员是一个庞大的群体，据一项统计表明：这一群体的人数已接近5000万，也就是说，在中国每二十几个人中就有一名销售人员，并且这个数字还在上升。随着推销人员队伍的不断壮大，很多销售人员都希望能找到成功推销的捷径。

在如今的市场经济条件下，推销员跟以往街头叫卖的小商贩截然不同，不能仅凭着漂亮的吆喝来招揽顾客。怎样让客户购买？良好的推销技巧是推销成功的前提，而口才无疑是推销技巧的核心。著名成功学大师戴尔·卡耐基曾说：“一个人的成功，约有15%取决于知识和技术，另外的85%则取决于沟通——发表自己意见的能力和激发他人热忱的能力。”可以说，没有相应口才技能的人将无法适应这个飞速发展的时代，也很难在这个竞争激烈的社会中博取自己的一席之地。

口才越来越重要，已成为了适应现代社会的一种发展要求，而这种要求反映



在那些需要经常性接触客户的销售人员身上，其意义也就更为重大了。从本质上来说，销售工作就是要通过说服客户来达成交易。如果销售人员欠缺相应的口才技巧，就无从与客户进行有效的沟通，也就谈不上对客户的说服，进而也就无法成功地达成交易。

“交易的成功，往往是口才的产物”，这是美国的“超级推销大师之王”——弗兰克·贝特格近30年推销生涯的经验总结。因此，可以这样说，对于销售人员，哪里有声音，哪里就有了力量；哪里有口才，哪里也就吹响了“战斗”的号角，进而也就有了成功的希望。

作为一名优秀的销售人员，一定要做到能用绝妙的语言技巧去吸引客户，用精彩的示范表演赢得客户的信任，用热情的推销态度去打动客户。本书正是针对销售人员的这种现实需求，有针对性地对相关领域内的知识进行了优化设计与重组，在内容编排与语言表达上也更适合销售人群的需要。本书理论和实战相结合，让销售人员一看就懂，一学就会，以期帮助销售人员快速提升业绩。

编著者

2012年3月

目录

CONTENTS

上篇 销售口才之功力必备

口才是销售人员最基本、最重要的武器。好口才是打开顾客心扉，快速实现成交的通道，是实现销售目标的保证和推动力。好口才并不是一种天赋的才能，它是可以锻炼出来的，通过最基本的训练，可以做到吐字清楚、语速适中、逻辑清晰、饱含感情。想要妙笔生花，就要准备好上乘的笔墨纸砚；想要口吐莲花，就要掌握最优秀的口才基本功。只有掌握好基本功，才能进一步完善口才技巧，提高口才水平，让口才从技术升华为艺术。

第一章 一流的销售离不开一流的口才

做销售，不仅需要有精明的头脑，还需要有不错的口才。俗话说：“买卖不成话不到，话语一到卖三俏。”好口才不仅是你成功销售的助推器，也是你施展个人魅力的制胜法宝。

一个销售员拥有好口才，就是为自己步入辉煌的职业人生加上了一个优质筹码。

一流的口才是销售成功的有力保证 2



一流的口才是有效沟通的基础	4
一流的口才才能激发客户购买的欲望	6
一流的口才才能促使客户做出购买的决定	8
一流的口才促进成功销售	9
一流的口才为你赢得客户	11
一流的口才使你“步步为赢”	13

第二章 说话心理：摆正心态

心态决定命运。心态不同，精神状态就不一样，展现在客户面前的气质和信心也不一样，取得的成效自然也有所不同。所以说销售人员销售商品，首先是推销自己，而后才是销售产品。一个销售人员的成长离不开对心态的修炼，只有具备良好的心态，在与客户交谈时才会游刃有余、收放自如。

克服销售中的恐惧心理	15
自信是成功销售的基石	18
不达目的绝不罢休	20
诚信让你的销售之路走得更远	21
遭“拒绝”是成功销售的开始	23
销售员的字典里没有“放弃”二字	24
生意不成礼仪在	26

第三章 推销自己：让客户对你产生浓厚兴趣

美国推销大王乔·吉拉德曾说：“推销前先推销自己。”所以，一个成功的营销员首先应该懂得如何推销自己，只有把自己放在一个适当的位



置作为推销商品的前奏，取得客户的信任与认可，客户才会放心接受你，才会对你所推销的产品感兴趣，从而促成销售。

推销产品前先推销自己	28
会说话是一门艺术	31
在微笑中完成销售	33
让客户感受到你的关心	35
激发客户的交谈兴趣	36
与客户争论是销售的大忌	38

第四章 会说的同时还要会听

在销售过程中，雄辩是银（而且永远是银），倾听是金。真正成功、卓越的销售总是从倾听开始的。倾听不仅是一种美德，而且是一种获取信息的技巧，越懂得倾听，我们就越能越过客户的心理防线，与客户建立起有利于销售的关系。

要学会倾听	41
全神贯注地去倾听	43
不要随意打断客户的话	45
用心“聆听”对方的肢体语言	46

第五章 用赞美打动客户

赞美是世界上最动听的语言，这种语言如果运用得当，往往能起到意想不到的效果。很多时候，一句不经意的赞美，就会触动对方最敏感的心弦，



令对方感动莫名，心花怒放。但赞美也要注意技巧，如果运用不当，则会弄巧成拙、令人生厌。

赞美客户会助销售一臂之力	48
赞美要恰到好处	50
真诚的赞美没有人会拒绝	52
借用第三方力量进行赞美	54
赞美客户要有的放矢	56
赞美客户的技巧	57
称赞对手更易赢得信任	59

第六章 幽默是销售成功的“金钥匙”

幽默可以说是销售成功的金钥匙，它具有很强的感染力和吸引力，能迅速打开顾客的心灵之门，让顾客在会心一笑后，对你、对产品或者是服务产生好感，从而诱发购买的动机，促成交易的迅速达成。所以，一个具有语言魅力的人对于客户的吸引力可以说是你想象不到的。

推销中的幽默艺术	62
幽默是最好的促销方式	64
利用幽默打开客户的心扉	66
不失时机的幽默	67

第七章 成功销售的口才诀窍

一位世界推销大师一针见血地指出：“发生在金牌销售人员身上的奇

迹，有80%是由口才创造的。”那么，销售人员怎样才能练就一副好口才呢？世界成功学大师戴尔·卡耐基说：“口才并不是一种天赋的才能，它是靠刻苦训练得来的，销售口才也是如此。”

把话说到客户的心里	70
向客户提问的艺术	72
记住客户的名字	74
不可或缺的肢体语言	76
激将法——成交的撒手锏	78

第八章 销售人员不能说的话

俗话说“祸从口出”，有些话在某些场合确实不该说。不知道所忌，就会造成失败；不知道所宜，就会造成停滞。这在销售行业也是一样，因一句话而毁了一笔业务的现象比比皆是。所以，销售人员如果能避免失言，业绩肯定会百尺竿头，更进一步。

销售过程中不要急于求成	81
避免使用专业术语	83
销售中不能喋喋不休	85
对产品的推销要客观	87

第九章 一线万金：来自电话销售的口才

成功的电话销售被戏称为“一线万金”，电话线在销售人员、企业和客户之间建立起一条更高效、方便、快捷的销售沟通渠道。电话销售能极大提



升成交率，再将更多的产品信息传递到目标市场，达成交易的同时降低企业的业务开发费用。

电话销售的流程及技巧	89
电话销售中的开场白	91
有效的提问很重要	93
成功绕过秘书的技巧	96
电话推销中的语言沟通技巧	98
电话销售中应注意的事项	100

第十章 怎样巧妙应对客户的口才

美国著名销售大师凯比特说：“每个人讲话的力量都是巨大的，它能把不可能变成可能，把不利变成有利。”不同的人有不同的乐于接受的方式，所以要想使自己被别人接受，达到销售的目的，就必须先了解对方乐于接受什么样的方式，针对他们的不同，采取不同的沟通技巧，研究并熟悉他们，努力扩大应对的范围，优化应对方法。

帮优柔寡断的客户做决定	104
如何应对疑虑重重的客户	106
应对喋喋不休的客户，直说问题的关键点	108
应对挑剔型客户的策略	110
面对寡言型客户，注意观察和引导	112
应对不同年龄段客户的口才技巧	113
应对不同性别客户的口才技巧	116



下篇 销售口才之实战攻略

纸上谈来终觉浅，绝知此事要躬行。具备了口才知识后就要把这些纸上功夫转化为实战攻略。好兵是练出来的，好口才也如此，要想成为一名销售精英，就必须经历一番磨练，拥有坚强的意志和不服输的劲头，方能成功。这是一个循序渐进的过程，不要希望一蹴而就，急于求成，只有把自己置身于真正的销售战场才能练就一对过硬的翅膀！

第十一章 选准池塘钓大鱼——开发客户的口才攻略

客户是企业利润的来源，也是销售人员获得收入的源泉，因此，开发客户是销售人员的重要工作之一。客户无处不在，就像江海里面的鱼，但鱼是游动的，机会也是在变化的，销售员必须不断变化位置来寻找“大鱼”，并且在其饥饿的时候投下“鱼饵”，将其“钓”上来。

如何寻找潜在客户	120
想办法接近你的客户	122
有效收集客户的相关信息	124
让老客户做你兼职的推销员	126
让陌生人对您一见如故	127
把握好拜访客户的时间	128
预约客户之道	130



第十二章 善于与客户套近乎——接近客户的口才攻略

销售大师乔·吉拉德曾说：“如果不走出去与他们接触，你永远无法了解客户，销售是98% 对人的了解，加上2%对产品的认识。”只有接近客户才能进一步博得客户的信任，这是销售中的重点环节，在销售过程中起着推波助澜的作用，也是双方长期合作的基础。

当面预约客户的方法	132
利用产品接近客户	134
利用好奇心接近客户	136
利用利益接近客户	137
接近客户时应注意的细节	138
有效地拜访客户	141

第十三章 说好开场白，就是销售成功的一半

有人说：“一个吸引人的开场白，就已经使一次销售实现了成功的一半。”的确，一段精彩的开场白，不仅可以引起客户对自己的重视，还能引起客户对你接下来的言谈举止产生强烈的兴趣。所以，销售员在与客户沟通的过程中，一段好的开场白能够起到的作用，不仅仅是成功地向客户介绍自己以及自己要推销的产品，还能为后来的良好沟通奠定坚实的基础。

好的开场白是成功的一半	144
与众不同的开场白	146
干净利索的开场白	148
运用有亲和力的开场白	150
让客户感到惊讶的开场白	152



用真诚的开场白打动客户	154
委婉的开场白更易接近客户	155
销售员常用的开场白	158

第十四章 产品介绍，让客户对你的产品一见钟情

著名诗人苏轼有首题为《题西林壁》的诗：“横看成岭侧成峰，远近高低各不同。不识庐山真面目，只缘身在此山中。”这首诗的寓意是：同样的事物，站在不同的角度去观察，得出的结论是截然不同的。同样道理，同一件产品在不同客户的眼中也是千差万别的。所以，一名优秀销售人员的产品介绍不应是死板的、一成不变的，而是要让同一件产品在不同的客户眼中都变成“自己最需要的”。

要熟悉自己的产品	160
对自己的产品要有绝对的信心	162
从客户的立场去介绍产品	163
用“反其道而行之”的方法介绍产品	165
多塑造产品的价值	168
在销售的过程中进行产品介绍	169
产品介绍的五大技巧	171

第十五章 分析需求：消除客户对产品异议的口才攻略

客户对商品提出异议是销售活动中的一种必然现象，它既是成交的障碍，又是客户有购买意向的征兆。如果客户没有购买的兴趣和动机，也就不必在商品上多费心思和口舌了。实际上，客户的反对意见说明他期望与销售



人员沟通信息。所以，准确把握并妥善处理客户的异议，是销售人员必须具备的一项基本业务素质。

客户异议的九大类型	174
应对客户异议的原则	177
消释客户异议的五大语言技巧	180
巧妙处理客户的异议	182
无道理的客户异议和拒绝方式	184

第十六章 应对借口：把拒绝变成销售机会的口才攻略

你有的时候成功，有的时候失败，有的时候甚至连参赛资格都没有。无论如何你都会面对客户的拒绝，因为拒绝是客户的自由。其实，拒绝并不可怕，相反，它正是客户认可的开始，是销售机会诞生的萌芽。在面对客户拒绝的时候，只有抓住客户的心理，才可能顺利地跟他成交。

应对“我要考虑考虑”的借口	187
应对客户“别家更便宜”的借口	189
应对“我很忙，请改天再来”的借口	190
应对“我到别家再看看”的借口	192
应对“回家跟我老婆商量”的借口	193

第十七章 价格博弈：巧妙应对客户讨价还价的口才攻略

客户的讨价还价就像一支美丽却让人心碎的恋曲，永远伴随着自己的左右。买方在货比三家后总是要求物美价亦廉，卖方则口干舌燥地宣称物超所

值，以争取更高的成交价格；买方动辄以价高为借口“移情别恋”向卖方说“再见”，卖方为了挽留客户“芳心”，最终还是忍痛割“利”……价格情结，是销售人员一种永远的痛。要想有效地规避这种痛楚，就必须练就一副好口才，让客户们欲说还休。

物有所值，让客户明白这个道理	196
开始报价，给自己留有余地	198
让客户出价，把握主动权	200
适时咬定价格不放松	202

第十八章 就这样被你说服：说服客户的口才攻略

为什么同样是销售员，有的人业绩收入非常高？这些顶尖销售员成功的秘诀是什么？为什么他们能比别人的销售业绩好很多？因为他们很善于说服客户。说服，既是一门艺术，又是一门技巧。世界著名成功学大师安东尼·罗宾曾说：“销售没有成功，不是顾客有问题，而是说服力有问题。”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。

说服性推销技巧的基本步骤	205
说服性语言要富有逻辑性	207
说服要循序渐进	209
给客户以优越感	211
正确使用语言诱导的技巧	213
找到客户的需求点进行说服	215
用提问去说服客户	217



第十九章 善于捕捉：与客户达成交易的口才攻略

每个客户在经过交流之后，都会有意无意地释放出他内心的一些信息，可能是语言，也可能是肢体动作或神态等。客户一旦流露出这些信息，你就要在第一时间立即捕捉这些稍纵即逝的成交信号，并趁势诱导，促使成交。

关注购买信号，抓住成交时机	220
趁热打铁，巩固成交	222
用讲故事来达成交易	224
挖掘客户的潜在需求	226
成交的制胜秘诀	229

第二十章 售后服务：不可忽视口才技巧

售后服务不是销售的结束，而是销售的开始。因为良好的售后服务对于加强客户的满意度、提高客户重复消费的次数以及推广企业品牌都非常有效，忠实的客户关系都是通过销售人员在成交后与客户不断联系沟通才逐步建立起来的。由此可见，销售人员在产品销售出去之后工作并没有结束，做好售后服务同样是一个不容忽视的环节。

没有抱怨，就没有动力	231
耐心倾听客户的抱怨	233
真诚地向客户道歉	234
巧妙处理电话抱怨	235
应对“情绪高涨”的客户	238
减轻客户抱怨的语言技巧	240