

相信自己，这是推销员取得成功的绝对条件。

推销

口才训练大全

陈邴全◎编著

★ 推销员必读心理课程 ★

美国著名推销专家齐格·齐格勒这样说过：

如果你想把推销成绩提高到最大限度，
那么你首先应该做95%的推销员都没做的事情——语言训练。



现代出版社
MODERN PRESS

推销

口才训练大全

陈邴全◎编著

★ 推销员必读心理课程 ★



现代出版社
MODERN PRESS

图书在版编目(CIP)数据

推销口才训练大全 / 陈邴全编著. —北京: 现代出版社,
2007.12

ISBN 978-7-80188-945-4

I.推… II.陈… III.推销-口才学 IV.F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 172317 号

推销口才训练大全

编(著)者: 陈邴全

责任编辑: 涂卫东

出版发行: 现代出版社

地 址: 北京市安定门外安华里 504 号

邮政编码: 100011

电 话: 010-64267325 64245264(传真)

网 址: www.xiandaibook.com

电子邮箱: xiandai@cnpitc.com.cn

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 北京金秋豪印刷有限责任公司印刷

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 17

版 次: 2009 年 5 月第 1 版 2009 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-80188-945-4

定 价: 32.00 元

版权所有 翻印必究 未经许可 不得转载

前 言

推销员是地球上最富有激情,最积极乐观,最目标明确的一群人,他们不仅体现着自由,尊严和高收入,也是人生的一种完美的历练。许多纵横商界的销售巨星都是从营销员起步的。

改革开放的 30 年来,我国加入了世界大市场,如今经济高速发展,市场竞争日趋激烈,对于推销员人们也逐渐有了新的认识。推销员们成长的社会环境越来越好。

当然,推销是一份充满挑战的事业,不论什么背景、条件,任何人都可以从事推销工作。但是要想成为一名优秀的推销员,却不是件简单容易的事,我们必须每天都以积极的心态,满腔热忱地投入到学习和修炼自我的销售能力中去。不仅仅推销商品,更需推销自己,推销感情,因为成功的推销是感情的交流,而不仅仅只是商品,作为推销员不仅需要强烈的自信心和永不服输的坚强精神,更需要有良好的职业形象,娴熟的推销口才,睿智的推销策略和技巧,这样才能开发更多的客源,拓展更大的领域,取得更好的业绩。

那么,怎样才能尽快地实现成为一名合格的推销员这一目标呢? 每一名

推销员都在想有没有一种方法能够以最小的代价来提升自己的人格魅力和工作能力,获得最大的成功呢?

有!那就是从现在做起,从自身实际出发,努力学习,让自己具备优秀推销,在不断推销地实践中总结和提升自己。我们编写《推销实战技巧手册》的目的就在于此。

本书以推销流程为主线,着重讲述推销实践中各阶段的技巧,配合大量的事例,简单易懂,可操作性强,不仅是推销员和准备进入推销行业人员的入门读本,也是培训推销员的一本很有价值的参考书。相信你也一定不会放过这一学习提高的极好机会。

目 录

第一章 口才是成功推销的关键

口才是推销的主要手段	002
好口才激发顾客的购买欲望	004
用你的口才消除顾客的疑虑	006
把正确的信息传给顾客	007
让顾客的思路跟着你走	009
介绍必须恰如其分	011
话要说到点子上	013
用口才赢得顾客对你的信任	015

第二章 口才的起点,倾听顾客的“声音”

知道顾客是怎么想的	019
-----------------	-----

什么使顾客产生了购买的念头	024
了解顾客们不同的购买原因	029
把握顾客心理的变化过程	031
学会倾听顾客的言谈	037

第三章 推销口才,知识和信息是武器

对自己的产品要充分了解	041
知晓自己产品的市场和品牌力度	046
向顾客讲明产品的价格构成	053
交代清楚产品的售后服务	058
准确把握顾客的信息	061
掌握竞争对手的有效信息	070
达到你与顾客的信息平衡	089
不要利用信息失衡欺骗顾客	098

第四章 面对不同的顾客,“对症下药”

认真对待不同性别的顾客	102
掌握不同年龄顾客的心理	105
善于说服沉默型顾客动心	108
让冷漠型顾客心暖	110
消除多疑型顾客的“心病”	111
学会阻止话多型的顾客	112

耐心地对待刨根问底的顾客	114
应对精明型顾客的方法	116

第五章 开场白,“这个人有点意思”

将顾客的目光吸引过来	120
提问式的开场白	122
与众不同的开场白	124
没有压力的开场白	126
充满爱心的开场白	128
减少“借口”的开场白	130
解除顾客警觉的开场白	132
“我是帮你们赚钱的”	133

第六章 用口才吸引顾客注意

选一个引起顾客关注的话题	136
激发顾客的好奇心	138
给予顾客足够的关注	139
通过赞美引起对方的注意	142
巧用比喻吸引顾客	146
拉回顾客的思路	147
转变自己的不利处境	149

第七章 交流中不能缺少提问

好的提问助你推销成功	152
有导向性的提问	154
不同阶段用不同的提问方法	156
轻松提问,改变顾客负面看法	163
恰当的提问,减少顾客的逆反心理	165
最受欢迎的提问方式	167
常用的 10 种提问方法	170

第八章 让顾客无法拒绝

充分理解顾客的拒绝	177
认真寻找拒绝产生的原因	179
尽力削弱顾客的反力度	184
积极应对顾客的拒绝托词	187
妥善处理顾客的反意见	191
及时说出具体的利益,绕开拒绝	196
当场让人相信你的话	197
尽快改变对方的摇摆心态	199
求同存异,避免冲突	201
用倾听来扑灭顾客的怒火	203

第九章 合理运用你的幽默

通过训练掌握谈吐幽默	206
把握住幽默的分寸	208
运用幽默发展客户	210
微笑地对顾客说“不”	213
幽默能增强你的亲和力	215
8 条幽默推销的技巧	216

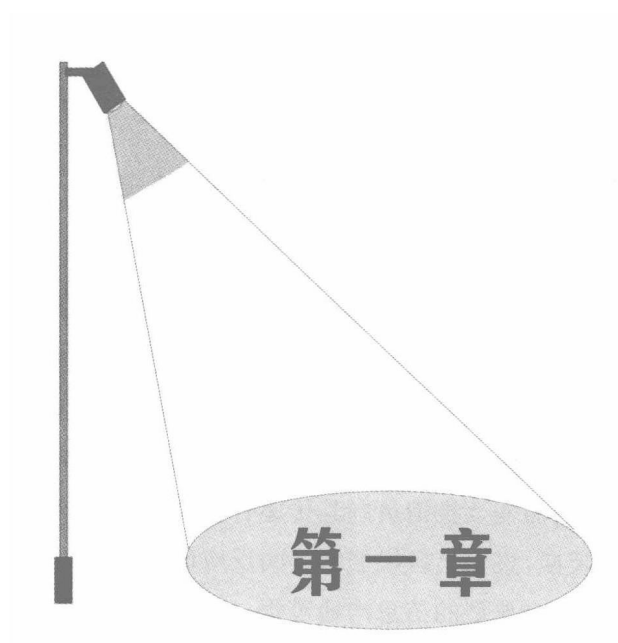
第十章 成功推销,电话中这样做

电话推销的基本步骤	220
拿起电话前要考虑周全	223
用你的声音打动对方	226
听话听音,抓住关键词	228
电话中要表达坚定的信念	230
把接电话的人当朋友	231
如何处理来自电话那边的拒绝	233

第十一章 需要注意的禁忌

不要认为推销是“一锤子买卖”	238
切忌一开口就坏了对方的胃口	239
不要恣意夸大产品的性能	241

注意你的遣词用句	243
不说做不到的话	245
不要轻易许诺	248
不说自以为是的话	250
不说否定性的话	251
切忌心不在焉	253
不可强卖产品给顾客	254
与顾客谈话时的“十忌”	256



口才是成功推销的关键

成功推销,口才是关键。因为,语言是推销的最重要工具。你只有把正确的信息恰如其分地传递给顾客,把话说到点子上,才能激发起顾客的购买欲望。因为你的好口才,消除了顾客对你及你的产品的疑虑,让顾客的思想跟着你走,就会赢得顾客对你的信任,取得令人瞩目的推销成绩。

口才是推销的主要手段

推销过程实际上也是一个信息沟通过程，口才则是这个沟通过程的重要工具和手段。众所周知，推销过程的基本目的是促使潜在购买者最终购买产品或服务。但是，要促使顾客采取购买行动，必须首先使顾客充分了解产品的特征及可能带来的利益。由于大部分潜在顾客在推销过程开始时对产品、成交条件等知道得太少，因而需要推销员向其传递有关信息，顾客在接收到这些信息后也会做出某种反应，推销员再根据顾客的反应调整信息的内容和传递方式。可见，推销过程是一个典型的信息沟通过程。而在这个沟通过程中，推销人员用来传递信息的主要手段，既不是文字，也不是图像，而是语言，也就是我们提到的推销口才。语言沟通有其特定的过程和性质，为了更有效地运用自己的推销口才说服潜在顾客，推销员必须在日常生活中认真地训练自己的口才。因为，优秀的推销口才在推销活动中是至关重要的，它直接关系到你能否成功推销出你的产品。

在推销活动中，你的口才如何，你运用语言艺术的优劣，确实能使推销效果产生巨大差异。请看这一案例：

美国新泽西州有一对老夫妇，他们准备卖掉自己的住房。一家房地产经纪商受他们的委托，在报纸上刊登了一则广告。广告的内容很短：“出售住宅一套，有六个房间，壁炉、车库、浴室一应俱全，交通十分便利。”

广告刊登出一个多月，竟无一人问津。后来老夫妇又登了一次广告，这次是由他们亲自拟的充满人情味的对话式的广告词：“住在这所房子里，我们感到非常幸福。只是由于两个卧室不够用，我们才决定搬家。如果您喜欢在春天呼吸湿润新鲜的空气；如果您喜欢夏天庭院里绿树成荫；如果您喜欢在秋天一边欣赏音乐一边透过宽敞的落地窗极目远方；如果您喜欢在冬天的傍晚全家人守着温暖的壁炉喝咖啡的气氛，那么请您购买我们的这所房子。我们也只想把房子卖

给这样的人。”广告登出不到一个星期,这所房子就有了新主人。

这一案例虽然提到的是广告词,但我们从中不难看出语言的处理与推销结果的关系。我们要学会这种处理语言的技巧,并把它运用到自己口才中去。

推销工作中,推销语言的内容是十分丰富的。在推销过程的不同阶段,针对不同的潜在顾客,需要不同的语言风格;推销过程中出现的阻碍成交的因素是多种多样的,这也决定了推销语言的多样性。而推销语言的多样性又使我们正确、熟练地运用语言艺术变得十分困难。

作为一名优秀的推销员,必须加强普通话语音的训练。推销员的发音准确与否,将直接关系到顾客的理解是否正确。使用方言或带有严重方言口音的普通话会大大影响与顾客的沟通效果,因此,必须掌握5个方面的语言技巧。

1.把握重音。不要把每个字说得一样重,而是重点强调一两个字或词,使顾客明白你说的话。强调的方法一般是适当加强音量和气势,使字音饱满、有力。但是,重音不可过多,因为过多等于无重音。

2.轻重调节。一句话中,重音并不是一味地讲得很重,它有极重、较重、稍重之分。同时重音与轻音并列存在,有的字词必须轻读方可显出强调之意。有了重轻的调节,才能显示丰富的语音语境。

3.句间停顿。有的推销员说话过急、过快,巴不得一下子把产品都推销出去,可是说了等于没说,因为对方根本没有听清楚。所以停顿是对推销语言必要的处理。美国作家马克·吐温说过:“恰如其分的停顿能产生非凡的效果,这是语言本身难以达到的。”好的停顿,有很强的表情、表义功能,往往能收到非常好的表达效果。

4.语气传情。不同的发声方式、不同的气息状态,可以形成不同的语气、表达不同的思想感情。与顾客说话,绝对不可有“做作”的痕迹,要“以情带声”,也就是必须把说话与感情的自然流露融为一体。

5.掌握语调。复杂多变的语调是一种表意功能很强的口语修辞手段。一个

推销心理



语言沟通有其特定的过程和性质,为了更有效地运用自己的推销口才说服潜在顾客,推销员必须在日常生活中认真地训练自己的口才。

富有口才的人,能自觉运用这个手段。平直调:调值平稳少变,语势比较舒缓,一般表达冷漠、庄严、从容、悲伤、沉郁的感情。上扬调:调值前低后高,语势上升,一般表示鼓动、愤慨、斥责、惊异、疑问等。降抑调:调值前高后低,语势渐降,一般表示坚定、自信、肯定、祝愿、赞扬、感叹等。弯曲调:调值有升有降,语势曲折多变,一般表示惊疑、忧虑、讽刺、调侃的情绪。

普通话语音的训练,只是推销口才中最基础的一步。语言艺术既重要又很难把握,要想拥有好的推销口才,必须要认真地加以研究并进行刻苦的训练。

推销活动实质上就是推销员说明和诱导潜在顾客接受其观点并购买其商品的过程。无论是接近顾客、引起注意、培养兴趣,还是示范商品、激发购买欲望、克服各种成交障碍,几乎推销的每一个阶段、每一个环节都在考验着推销员的口才。因此,推销员掌握和熟练运用各种语言艺术,是提高推销成绩的关键所在。

好口才激发顾客的购买欲望

顾客只有真心喜欢一件商品,才会心甘情愿地购买,而喜欢的基础便是好奇心、是兴趣、是强烈的购买欲望。激发顾客的购买欲望,推销员口才的作用不可忽视。

20世纪60年代,美国有一位非常成功的推销员乔·格兰德尔。他有个非常

有趣的绰号,叫作“花招先生”。他拜访客户时,会把一个三分种的蛋形沙漏计时器放在桌上,然后说:“请您给我三分钟,三分钟一过,当最后一粒沙穿过玻璃瓶之后,如果您不要我继续讲下去,我就离开。”

他会利用蛋形计时器、闹钟、20元面额的钞票及各式各样的花招,让他有足够的时间使客户静静地坐着听他讲话,并对他所卖的产品产

推销心理

顾客之所以愿意购买,是因为他有足够的购买欲望。购买欲望是促成购买行为的原动力,而激发顾客购买欲望的重要途径,就在于推销员的口才。

生兴趣。

“先生,您知道世界上最懒的东西是什么吗?”

顾客摇摇头,表示不知道。

“就是您收藏起来不花的钱,它们本来可以用来购买空调,让您度过一个凉爽的夏天。”推销员说。

他就这样制造悬念,引起对方的好奇,然后顺水推舟地介绍产品。

顾客往往会因为被他一番饶有兴趣的话语吸引,进而使他有机会向顾客介绍产品。顾客购买就是从想要了解开始的。

“您有兴趣知道,能够有效地让您提高 30%或 50%的营业额的方法吗?”

对于这种问题,大部分的人都会回答“有兴趣”。所以当你问完类似的问题后,下面就必须马上说:

“我只占用大约 10 分钟的时间来向您介绍这种方法,当您听完后,您完全可以自行地来判断这种方法是不是适合您。”

在这种情况下,你一方面提前告诉客户你不会占用他太多的时间,而同时你也让客户能够比较清楚地知道,在销售的过程中主动权在他们手中,你不会强迫他们购买。

顾客之所以愿意购买,是因为他有足够的购买欲望。购买欲望是促成购买行为的原动力,而激发顾客购买欲望的主要途径,就在于推销员的口才。

著名的 PEPUP 理论不就是这样的吗?

Pleasure and comfort	(快乐与舒适)
Economy	(经济)
Pride of ownership	(占有的荣誉感)
Utility and convenience	(效用与方便)
Protection	(保护)

推销员在推销产品时要以此作为关键和核心词汇,就有可能最大程度地引起顾客购买欲望,进而促成交易的成功。

用你的口才消除顾客的疑虑

影响推销成功的因素之一是顾客疑虑。这种疑虑有的是对推销员的,有的是对产品的。好口才,能够帮助你消除客户的疑虑,促进交易的成功。

日本推销之神原一平对打消客户的疑惑、取得客户的信任有一套独特的方法:

“先生,您好!”

“你是谁啊?”

“我是明治保险公司的原一平,今天我到贵地,有两件事专程来请教您这位附近最有名的老板。”

“附近最有名的老板?”

“是啊!根据我打听的结果,大伙都说这个问题最好请教您。”

“喔!大伙儿都说是我啊!真不敢当,到底什么问题呢?”

“实不相瞒,是如何有效地规避税收和风险的事。”

“站着不方便,请进来说话吧!”

“……”

推销心理



顾客对产品心存芥蒂,推销员处理不好自己的语言,很多力气就会白费。在这里,妥善处理顾客的疑虑,关键就在于推销员的口才。

突然地拜访,未免显得有点唐突,而且很容易招致别人的反感,以至于拒绝。先拐弯抹角地恭维客户,再提出相关的问题,较容易取得对方的好感,至少不会令对方产生厌恶。这样一来推销就会顺利很多。

顾客对推销员有疑虑还好办,如果顾客对产品心存芥蒂,推销员处理不好,那前面的“处心积虑”就是白费了。因此必须妥善处理,这里好口才的作用就更关键了。