

每 | 一 | 次 | 成 | 交 | 都 | 是 | 从 | 沟 | 通 | 开 | 始

导购员 金口才 全书

在市场供大于求、
作为导购员怎样才能“动之”
这就需要导购员不仅

消费者日益挑剔的今天，
以情、晓之以理”，使顾客在欢快愉悦中成交，
要懂得销售的方法，而且更要掌握说话的技巧。

金泽灿◎编著



内蒙古文化出版社

每 | 一 | 次 | 成 | 交 | 都 | 是 | 从 | 沟 | 通 | 开 | 始

导购员 金口才 全书

金泽灿◎编著



内蒙古文化出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

导购员金口才全书 / 金泽灿编著. — 呼伦贝尔: 内蒙古文化出版社, 2009.3

ISBN 978 - 7 - 80675 - 681 - 2

I. 导… II. 金… III. 商业服务—基本知识 IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 036520 号

导购员金口才全书

金泽灿 编著

出版发行: 内蒙古文化出版社

社 址: 呼伦贝尔市海拉尔区河东新春街 4 付 3 号

直销热线: 0470-8241422 邮编: 021008

印刷装订: 大厂聚鑫印刷责任有限公司

封面设计: 柏拉图创意机构

责任编辑: 吴桂荣

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 18.25 字数: 262 千字

印 次: 2009 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 80675 - 681 - 2/H·038

定 价: 29.80 元

版权所有 翻印必究

Foreword

前言

在超市及其它各类卖场中，恐怕没有哪类员工比导购员与消费者的接触更频繁了。导购员的言谈举止、工作态度直接关系到卖场的形象、品牌传播效果、零售业绩、顾客忠诚度等致命因素。导购是联系厂家和销售商的纽带，同时也是销售商和顾客之间的桥梁，其地位和重要性可见一斑。

在顾客眼中，导购员就是一个卖场形象的窗口和服务的代表，顾客对导购员的业务素质和个人素质提出了越来越高的要求，要做一名优秀的导购员并不是简单的事情。导购员的一言一行都要符合规范，好口才非常重要。所谓“说出去的话，泼出去的水”，这句话形象地说明了语言对人所产生的重要影响。而这却恰恰是很多导购员的弱点所在。

对于个性原本就相对内敛的中国人来说，传统的教育方式和民族特性又在一定程度上制约了个性的张扬。许多人在公众场合讲话或与人沟通时，往往会心慌、紧张、不知所措，不知如何组织语言，以致于根本无法清晰地表达自己的意思。很多人害怕与陌生人接触，尤其因为缺乏自信而害怕成为公众焦点，失去了许多展示自我的宝贵机会，与成功擦肩而过。因此，作为每天都要与各种客人打交道的导购员来说，更需要掌握必需的语言艺术。投资口才就等于投资未来；口才优势，改变你的一生。

《导购员金口才全书》把卖场上最直接、最便利、使用率最高的口才技巧和处事方略介绍给你，并努力使你用最短的时间掌握能言善道、精

明处事的本领。书中多的是锦囊妙语，多的是奇谋妙计，它们从销售终端的实际出发，用实际有效的例证来告诉你一线销售说话的方法和各种技巧。一看就懂，一学就会，一用就灵，方便实用。必要时可以现用现查，称得上是销售员得力的秘书和高级参谋。

掌握了书中这些说话办事的方法和技巧，会使你成为一名成熟老练的导购员，与顾客应酬起来更轻松，更容易达成交易；使你可以在任何场合，面对任何人，都能做到从容不迫、潇洒自如地说话；让你在经济上找到财富，在事业上获得成功。

目 录

Contents

导购员金口才全书

第一章 导购语言基本功

一位成功的商界精英，一位充满自信的领导，一位知识渊博的学者，他们都有一个共同点——能说会道。

万丈高楼墙脚起，语言基本功就是大厦的墙脚。不要只羡慕别人的好口才，因为你我都能做得到，只要对自己有信心，掌握住好口才的基本要求，下定决心去时时锻炼，你也肯定能够成为一个出语惊人的非凡人物。

- 一、让说话动听 (2)
 - 1. 掌握词语的语音要素 (2)
 - 2. 词必达意、语感敏锐 (6)
 - 3. 展现非语言要素的魅力 (9)
- 二、让说话中意 (13)
 - 1. 口才功夫在言外 (13)
 - 2. 看菜吃饭，看人说话 (16)
 - 3. 多备几手，随机应变 (21)
- 三、让说话生动深刻 (26)
 - 1. 怎样把话说得生动而深刻 (26)
 - 2. 话多不如话少，话少不如话巧 (29)

四、让说话自在从容	(34)
1. 克服说话紧张的毛病	(34)
2. 说好第一句话	(37)
3. 用信心打磨自己	(38)

第二章 销售流程中的语言规范

卖场销售的规范化动作十分关键。一套标准的销售语言既能体现卖场销售的规范划一，给顾客以良好的销售形象，又能在自然的气氛中营造销售的最佳氛围，并逐步渗透各种销售技巧，使顾客欣然接受，达到最佳现场销售效果。

一、迎宾与问候的语言规范	(42)
1. 迎宾的语言规范	(42)
2. 卖场服务语言分类及其运用	(46)
3. 送客礼仪与语言规范	(48)
二、分析顾客购买心理，接近顾客	(50)
1. 顾客购买心理过程	(50)
2. 接近顾客的技巧	(54)
3. 接近顾客的几种说话方法	(57)
三、与顾客交谈语言规范与技巧	(61)
1. 现场待客的语言规范	(61)
2. 与顾客现场交谈的说话技巧	(63)
四、交易方法与说话技巧	(67)
1. 促成交易的一般方法	(67)
2. 促成交易的说话技巧	(71)
五、导购员待客忌语	(76)

1. 待客说话“十大忌” (76)
2. 清除不良用语习惯和负面语 (80)

第三章 商品促销说话技巧

俗话说：“只要话说得好，水也能点燃灯。”生意不完全是做出来的，很大一部分是谈出来的。对于经商者来说，会说话决定其钱包涨起涨落；会说话可以使他们宾客盈门，财通三江，誉达四海。而不善言语者，则店门罗雀，财路不畅，债台高筑。这真可谓一语定乾坤。

- 一、发现、创造顾客需求说话术 (84)
 1. 突破顾客的心理防火墙 (84)
 2. 发现、创造顾客需求 (89)
- 二、提炼产品卖点的说话术 (94)
 1. 你的产品到底好在哪里 (94)
 2. 把卖点和买点相结合 (98)
- 三、诱导顾客购买欲望的说话技巧 (102)
 1. 善解人意，投其所好 (102)
 2. 为顾客描绘美景 (104)
 3. 巧妙利用人性的弱点 (107)
- 四、化解顾客异议的说话技巧 (111)
 1. 对待异议的态度与处理方式 (111)
 2. 有效处理异议的说话技巧 (115)
- 五、应对顾客拒绝的说话技巧 (120)
 1. 巧妙对待顾客抵制心理 (120)
 2. 应对顾客拒绝的口才策略 (124)
- 六、拒绝顾客的语言技巧 (129)

1. 拒绝顾客的一般原则 (129)
2. 掌握拒绝顾客的说话艺术 (132)

第四章 导购说话四大特殊技能

对推销具有推动力的词语应该有这样几个特点：生动性、提示性、较强的穿透力和感染力。用推销行话讲，就是“能够卖得出去的词语”。假如词语本身没有“使购买”的敦促力量，推销的对象是不会闻“言”而动的。

在销售实践中，询问、赞美、说明（陈述）、说服是导购说话的四大特殊技能，掌握其要领，将受益无穷。

- 一、向顾客询问的技巧 (138)
 1. 导购提问的原则和方式 (138)
 2. 导购巧妙提问的说话术 (142)
 3. 销售中的倾听艺术 (146)
- 二、赞美顾客的技巧 (152)
 1. 从一百个缺点中找出优点 (152)
 2. 赞美顾客的说话技巧 (155)
 3. 把握赞美他人的分寸 (160)
- 三、说明（陈述）的技巧 (165)
 1. 导购员如何介绍产品 (165)
 2. 介绍产品的基本原则 (168)
 3. 巧妙推介产品说话术 (171)
- 四、说服顾客的技巧 (176)
 1. 因人而异，针对性说服 (176)
 2. 说服要尊重顾客的情感 (178)

3. 因势利导说服对方	(179)
4. 晓之以理、动之以情	(181)
5. 顾全顾客的面子	(182)
6. 适时幽一默	(184)

第五章 应对特殊场景说话术

在销售活动中,我们有时会遇到一些比较特殊的情况:顾客的抱怨与投诉、纠纷和冲突等,好多导购员初次遇到这样的场合都会显得不知所措。

因此,要想妥善处理这些问题,不仅需要导购员掌握一些相关的语言技巧,而且还要反应敏捷,随机应变,这样才能息事宁人,反败为胜。

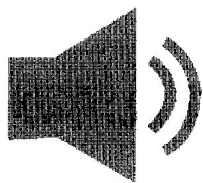
一、应对抱怨与投诉的说话技巧	(188)
1. 投诉处理的六大法则	(188)
2. 巧妙处理顾客抱怨	(193)
3. 化解顾客愤怒的技巧	(198)
4. 处理抱怨不宜说的话	(202)
二、如何应对“麻烦”顾客	(208)
1. 应对不同类型顾客的“麻烦”	(208)
2. 如何应对顾客的过分要求	(211)
3. 妥善解决与顾客间的争执	(214)
4. 建立和谐客户关系的方法	(218)
三、应对卖场突发事件	(221)
1. 常见特殊事件的应对	(221)
2. 不良行为的处理技巧	(225)
3. 如何善待顾客的过失	(227)

第六章 现场销售情景范例

所有说话技巧都是在实践中锻炼出来的。

我们任何人都可能是天生的语言大师，所以说话水平技巧只能是在学习中不断提高，在实践中不断增强。只要敢于在实践中运用其中的方法和技巧，任何人都可以自如地驾驭语言，潇洒从容地与他人沟通。

1. 导购的语言艺术——如何应对“随便看看” (232)
2. 开场说话技巧 (234)
3. 巧妙应对顾客询问价格 (236)
4. 对待不同的顾客要用不同语言 (239)
5. 提高询问的价值 (244)
6. 如何避免他人的意见影响顾客购买 (246)
7. 创造需求的话术 (249)
8. 如何提升你的说服力 (253)
9. 如何对顾客进行建议性诱导 (256)
10. 如何活用不同的讨价还价技巧 (259)
11. 如何面对挑剔型的顾客 (261)
12. 如何要求顾客成交 (264)
13. 处理顾客退换商品事件 (267)
14. 如何留住老顾客 (270)



DAO GOU YUAN JIN KOU CAI QUAN SHU

第一章

导购语言基本功

一位成功的商界精英，一位充满自信的领导，一位知识渊博的学者，他们都有一个共同点——能说会道。

万丈高楼墙脚起，语言基本功就是大厦的墙脚。不要只羡慕别人的好口才，因为你我都能做得好，只要对自己有信心，掌握住好口才的基本要求，下定决心去时时锻炼，你也肯定能够成为一个出语惊人的非凡人物。

一、让说话动听

1. 掌握词语的语音要素

我们知道，语言有三大要素：语音、语法和词汇。其中最基础的要素就是语音。

(1) 语音基本要素

① 发音。人类的发音器包括呼吸器官、喉头和声带、口腔和鼻腔三个部分。其中，除了声带外，其他所有的发音器官都是“兼职”。气息是声音的动力来源，充足、稳定的气息是发音的基础。有的人讲话或唱歌声音洪亮、持久、有力，人们赞叹说，他（她）“中气”很足；相反，有的人说话或唱歌音量很小，有气无力，上气不接下气，像蚊子嗡嗡叫一样，使人难以听清，这种人则“中气”不足。其间除了身体素质的区别外，还有一个气息调节技巧问题，即呼吸和讲话的配合、协调是否恰当的问题。

② 语气。语气是体现说话者立场、态度、个性、情感、心境等起伏变化的语音形式，它是思想感情、词句篇章、语音形式的统一体。

语气包含五个涵义：一是“式”，指语法形式，二是“调”，指语音的声调，三是“理”，指逻辑的推理，四是“采”，指修辞的文采，五是“色”，指发声的气色，由这五个方面综合成一个“情”字。要恰到好处地表达感情必须要在五个方面下工夫。

语气的关键因素是感情色彩和语调。



语气的感情色彩主要表现在声音气息的变化上。一般说，表达“爱”气徐声柔，表达“恨”气足生硬，表达“急”气短声促，表达“喜”气满声高，表达“怒”气粗声重，表达“悲”气沉声缓，表达“惧”气提声滞，表“疑”气细声黏。

语调的基本类型一般分四类：平直调，上扬，曲折，下降。用不同的语调所表达的意思就完全不一样。平直调：多用于陈述、说明的语句。表述庄重、严肃、回忆、思索的情形，表现平静、闲适、忍耐、犹豫等感情或心理。下降调：多用于感叹。有些陈述句，常表示祈求、命令、祝愿、感叹等方面内容，表现坚决、自信、肯定、夸奖、悲痛、沉重等。上扬调：多用于疑问句、反问句，或某些感叹句、陈述句。适用于提问、称呼、鼓动、号召、训令等场合，表达激昂、亢奋、惊异、愤怒等情绪。曲折调：多用于语意双关、言外之意、幽默含蓄、意外惊奇、有意夸张等地方，表示惊讶、怀疑、嘲讽、轻蔑等情绪。在实际应用中这四个语调不是孤立的，语调变化不以句子为单位体现，而表现在语流中的千差万别的变化。

③ 语速。既说话的速度。指说话中音节的发音时间长短，或者说单位时间里吐字的数量。大体分快速、中速、慢速三种情形。

④ 节奏。是一种有秩序的、有规律的、协调的变化进程。包括结构的疏与密，内容的详与略，情节的起与伏，情感的激与缓，声调的抑与扬，态势的动与静，速度的快与慢，语流的行与止，过程的长与短等等。

总的来说，说话是否动听，是由语调决定的。语调是发音、语气、速度、节奏的和谐统一，它好比乐曲的旋律一样，体现出语言的完美性。

据说意大利一著名演员在台上用悲切的语调“朗诵”阿拉伯数字，台下听众居然会潸然泪下。听众在欣赏时受感染的乃是声音的抑扬顿挫、感情的丰富多彩。

(2) 口语表达特点

语言环境可以使口头语大量简略，每个句子不必非主谓齐全不可。口语若加长了定语等修饰语，反而容易造成听觉上的困难，也不便于语



◀ 导购员金口才全书 ▶

义表达。其特点有：

同步性：即外部语言表达与内部语言思维是同步进行的，口语只是将思维外化了。

简散性：即常使用的是一些短句、散句，有时可使用体态语都能表达，它的结构是松散的。

暂留性：我们讲话是通过声波传播的，而声波瞬间即逝，有心理学家做过一次测试：我们听话的过程中能够精确留在记忆中的大概不超过7~8秒钟。既然是短暂的，怎么去评价一个人的口才呢？主要是从整体上把握，从语流上把握。语速给我们的启示之一，就是想好了再说，启示之二，是说话速度不可太快。一般的发言200字/每分钟，最快不能超过280字/分钟。每次发言（对话、讨论会）最好不超过2分10秒，否则，被吸收的信息大大减少。

临场性：时空是特定的，说话必须符合时间和空间并受其制约，比如，老师今天来讲课，不是来演讲的，也不是来讲故事的，要受到这时空的约束；表达的对象是特定的，听众是特定的；现场的氛围是特定的。临场性给我们两点启示，第一，由于是特定的，说出去的话符合特定的环境和受话对象，因人因时而异；第二，说话要受现场氛围的影响，要考虑“现场反映”，要适时调整语言，这要求提高说话者自身的素质。

综合性：即对各种语音要综合考虑，如果语调没有变化，语言是枯燥的，如果没有加一点体态语，语言是不生动的，系统的综合要求在说话时要调动与说话相关的各部门的积极性来完成说话内容，且各部门、各系统要有整体感、协调感。

口语表达有一个过程，就是从生活到思维，再由思维外化成口语，在这个过程中，每个人所说的话，包含了这个人的生活体验、文化素质、道德水准，听其言可了解这个人。同样的稿件各人说出来的效果不一样，就是因为各人的生活阅历不同，对生活的理解不同。所以要调动知识素养、要调动能力素养，要调动生活积累。



(3) 正确使用你的声音

声音是一种威力强大的媒介，通过它可以赢得别人的注意，能创造有益的氛围，并鼓励他们聆听。

下列各项请细加考虑：

音高与语调：发音要标准，字句之间要层次分明。低沉的声音庄重严肃，一般会让听众更加严肃认真地对待。尖利的或粗暴刺耳的声音给人的印象是反应过火，行为失控。但是，即使最高的音调也有高低之分，你也可以因此找到最低的音调并使用它，直至自然为止。使用一种经过调控的语调表明你知道自己在做什么，使人对你信心百倍。

语速：说话的语速要时快时慢，恰如其分。急缓适度的语速能吸引住听者的注意力，使人易于吸收信息。如果语速过快，他们就会无暇吸收说话的内容；如果过慢，声音听起来就非常阴郁悲哀，令人生厌，听者就会转而他就；如果说话吞吞吐吐，犹豫不决，听者就会不由自主地变得十分担忧、坐立不安了。自然的呼吸空间能使人吸收所说的内容。建设性地使用停顿能给人以片刻的时光进行思考，并在聆听下一则信息之前，先消化前一则信息。

遇到感性的场面，当然语速可以加快，如果碰上理性的场面，则相应地语速要放慢。

节奏：有声语言的情感性，既有内在的思想感情色彩分量，又有外在的高低、强弱、快慢、虚实的声浪形式。

著名的具有高超说话水平的英国前首相丘吉尔在他的第一篇口才学论文中，曾把“节奏”列为口才之道的四大要素之首。口头语言沟通中，交谈者往往通过声音的强弱、呼吸的急缓、音调的高低、节奏的快慢，甚至调动喉音的仿声等造成各种氛围，或慷慨激昂，或激情振奋，或悲痛深沉，或压抑窒息……从而将以声传情作为提高说话水平的重要手段。

停顿：懂得在某些时候停顿。不要太长，也不要太短。停顿有时会引起对方的好奇和逼对方早下决定。

音量：音量的大小要适中。音量太大，会造成太大的压迫感，使人



反感；音量太小，则显得你信心不足，说服力不强。

(4) “声音美”的基本标准

① 正确清晰。所谓正确，是指发音正确。一方面，不可读别字。另一方面，不能用“直译”方式将方言变成蹩脚的普通话。

所谓清晰，是指吐字要清楚明晰，不含含糊糊，有正确的停顿和适当的节奏，不要前言不对后语，或者结结巴巴，使人听不明或弄不懂。

② 明快清脆。这既是指说话要开门见山，口到心到，心口一致，不故弄玄虚，快言快语，有什么说什么，又是指声音要干脆利索，爽利痛快，不拖泥带水。

③ 圆浑清亮。如果说“正确清晰”是要求声音表达科学化的话，那么，“圆浑清亮”则是要求声音表达艺术化。其内涵主要指：声音流畅自然，圆浑雄厚，悦耳动听，有滋有味。

④ 富丽清新。这是指声音既要富于变化，丰富多彩，又要清爽新鲜，生动活泼。

⑤ 坚韧清越。坚韧，是指声音坚实、耐久、有力、有始有终。清越，是指声音宛转悠扬，给人留下深刻的甚至是难以磨灭的印象。

⑥ 配合脸部表情。每一个字，每一句话都有它的意义。懂得在什么时候配上恰当的面部表情。

2. 词必达意、语感敏锐

生活中，我们常见这种情况：一个五六岁的孩子或是一个十来岁的小学生，他还没有学习过语法、修辞和逻辑等语文基础知识，甚至连词类还分不清，但他说话、讲故事或是作文却能做到语句通顺，表达流畅。这种聪明和灵气，从语言能力方面来说，就是具有敏锐的语感。

语感，并不是指语言的感情色彩，而是人对语言的感知和反应能力。

