

销售人员推崇的销售宝典

潘鸿生 ▲ 编著



这样说话， 客户喜欢你

有效激发客户购买欲的
说话技巧

真正的销售是一个愉悦的聊天过程，
聊如何满足对方的需求，聊如何消除对方的担忧。

CFP 中国电影出版社



这样说话， 客户喜欢你

潘鸿生 ▲ 编著

图书在版编目 (CIP) 数据

这样说话, 客户喜欢你 / 潘鸿生编著. —北京 :
中国电影出版社, 2018.3
ISBN 978-7-106-04900-3

I. ①这… II. ①潘… III. ①销售 - 语言艺术 - 通俗
读物 IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 046997 号

策 划: 刘爱国
责任编辑: 宋 楠 刘爱国
封面设计: 刘爱国
版式设计: 博 文
责任校对: 柴一兵
责任印刷: 庞敬峰

这样说话, 客户喜欢你

潘鸿生 编著

出版发行 中国电影出版社 (北京北三环东路22号) 邮编 100013
电话: 64296664 (总编室) 64216278 (发行部)
64296742 (读者服务部) E-mail: cfpygb@126.com

经 销 新华书店
印 刷 香河利华文化发展有限公司
版 次 2018年5月第1版 2018年5月第1次印刷
规 格 开本/787 毫米×1092 毫米 1/16
印张/18 字数/200千字
印 数 1-5000册
书 号 ISBN 978-7-106-04900-3/F·0043

定 价 39.80元

前 言

作为销售人员，其日常最基本的工作就是要经常性地面面对形形色色的客户，并时刻准备去应对各种各样的突发事件。无论是与客户的接触，还是对突发事件的处理，都离不开双方之间的有效沟通，而这种有效沟通则建立在销售人员出色的口才基础之上。

口才的影响力会伴随着销售工作的整个过程，而销售口才的好坏，则会在销售工作的每一个环节上得以证实。作为一名销售人员，一旦具备了一流的口才，就能够顺利地发展客户；就能够争取到向对方推销的机会；能够在极短的时间里迅速地吸引客户的注意力，引起对方的兴趣，从而打开销售工作的局面；就能够一步一步地激起客户的购买欲望，并最终说服对方作出购买决定。

俗话说：“买卖不成话不到，话语一到卖三俏。”美国的“超级推销大王”——弗兰克·贝特格总结30年推销生涯的经验，得出“交易的成功，往往是口才的产物”的结论。世界一流销售大师金克拉也说过：“说话的艺



这样说话， 客户喜欢你

术很重要。它可以使事情改变，可以使客户自己说服自己。”因此，不得不承认这样的事实：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。

说话对销售员尤为重要，毫不夸张地说，一流销售大师的业绩，至少有一半是用嘴巴去创造的。一位成功的销售大师曾经说过，只要你拥有成功销售的口才能力，你就能够拥有白手起家成为亿万富翁的机会。由此可见，口才在销售中的重要地位是毋庸置疑的，拥有优秀的口才是每一个人都梦寐以求的，同样这也是成为一名优秀销售员所必备的前提条件。那么，究竟该如何提升口才技能呢？事实上是没有捷径可寻的，这是因为适合别人的东西未必适合自己。所以，最好的方法就是大家在日常生活中一点一滴地积累，去学习和探索那些切实可行的沟通与口才技巧，只有这样才能够练就自己的“伶牙俐齿”。

本书从销售工作的实际出发，融合销售学与口才的精华，并结合了大量的销售实战案例，让每一个沟通策略都尽量做到“一看就懂、一学就会、一用就灵”，使你能够迅速轻松地提高销售业绩，让你拥有无往不胜、纵横驰骋的全新销售技能；让你达到独步天下、无往不利的销售境界，让你的销售生涯取得超乎想象的成功；让你的销售业绩和个人收入在短期内不断刷新纪录、创造奇迹。

目 录

第一章 说好开场白，初次见面就要打动客户

好的开场白是推销成功的一半	003
借助“第三方”完成开场白	007
一开场就能激发客户的好奇心	012
用拉家常的方式接近客户	016
投其所好，谈论客户感兴趣的话题	020
这样和客户聊天，客户才会喜欢你	025
拜访中几种常见的有效开场白	030

第二章 施展语言魅力，先把自己“推销”给客户

记住客户名字，使对方觉得自己很重要	037
先声夺人，一开口就打动客户	041



这样说话， 客户喜欢你

热情洋溢才能感染对方，引起客户的共鸣	046
真诚赞美，用“心”去打动客户	051
“言”到功成，把话说到客户心里去	055
喻义行销，借助比喻来推销	058
巧用幽默，把你的客户逗开怀	062

第三章 重视语言沟通，开启客户信任的大门

言出必行，做一个诚实守信的人	069
说话有自信，让客户感觉到你有底气	072
真诚对待客户，方能取得客户信任	077
发挥数字魔力，用数据说服客户	081
熟练运用专业语言，客户才会信任你	085
为客户着想，站在客户角度说话	091
人贵言重，巧妙利用权威效应	095

第四章 有效推荐，让客户爱上你的产品

用客户听得懂的语言介绍产品	103
卖点找对了，产品就卖出去了	107
实事求是，不要夸大或吹嘘产品的优点	114

用语言为客户勾勒出一个美好的画面	117
随机应变，灵活地应对突发事件	121
与其掩盖产品缺点，不如巧妙地把缺点讲出来	125
一边介绍一边示范，让客户亲身体验产品	128

第五章 因人而异，面对不同客户的说话技巧

对待不同年龄客户的说话技巧	137
对待不同性别客户的说话技巧	140
针对挑剔型顾客的说话技巧	143
针对爱慕虚荣型客户的说话技巧	146
针对犹豫不决型客户的说话技巧	150
针对节约俭朴型客户的说话技巧	152
针对墨守成规型客户的说话技巧	155
针对刨根问底型客户的说话技巧	158
针对专家型客户的说话技巧	160
针对精明型客户的说话技巧	162

第六章 嫌货才是买货人，化解客户的异议

化解客户的异议，赢得客户的信任	167
-----------------------	-----



这样说话， 客户喜欢你

对客户的异议做出准确的判断	171
对症下药，化解客户的各种拒绝理由	174
以问代答，巧妙提问化解异议	177
用对方法，客户异议就少了	181
虚心接受客户的抱怨，把问题逐一解决掉	185

第七章 攻心为上，把话说到客户心坎里

巧用激将法，适时刺激一下客户	191
不断重复，让客户认同你	195
善用针对性的提问，套出客户的真实需求	200
6+1 缔结法则：引导对方说“是”	206
销售要会讲故事，好的故事自己会说话	211
如果你想说服客户，就要将意见变成建议	215
拥有爱心，适当地对客户表示关心	218

第八章 妙语促进，让交易最后一锤定音

制造“痛苦”，让客户主动买单	225
“威胁”客户，制造心理压力	229
价格报对了，产品才能卖得好	231

事半功倍，掌握10种有效的成交技巧	235
强调产品的优势，化解客户价格异议	239
价格谈判：不要单方面做过早的让步	242
假定成交法：促成客户快速成交	245

第九章 勿入禁区，失“单”往往从失“言”开始

善于倾听，多给客户说话的机会	251
即使客户无理，也不能失礼	255
把握分寸，别让赞美走了“调”	259
不要随意打断客户的讲话	263
多称赞对手，不要诋毁你的对手	266
多一分理解，包容客户的挑剔	269
管住你的嘴，有些话不能乱说	271



第一章

说好开场白，初次见面就要打动客户

好的开场白是推销成功的一半

俗话说：“良好的开端是成功的一半。”心理学家在研究客户的消费心理时发现，销售员在与客户沟通时，客户一般只会记住销售员前两分钟的话，而且会在这两分钟内决定是否与销售员继续交流下去。因此，开场白的好坏，几乎可以决定这一次交谈的成败。

下面是一个销售员的客户拜访开场白。

小林：“李局长，您好，我是××电脑公司的小林。”

客户：“你好。”

小林：“李局长，这是我第一与税务局的负责人打交道，感觉很自豪。”

客户：“很自豪，为什么？”

小林：“因为每个月都缴纳成百甚至上千元的个人所得税，这几年加在一起有几万了吧。虽然我算不上大款，但是缴纳的所得税也不少。今天我给您打电话，就有了不同的感觉。”

客户：“噢，那你们收入一定很不错。你一般一个月缴多少？”

小林：“根据销售业绩而定，有的销售代表做得好的时候可以拿到两万元，这样他就要缴纳一笔不小的个人所得税。”

客户：“如果每个人都像你们这样交税，我们税收工作就好做了。”



这样说话， 客户喜欢你

小林：“对呀，而且国家用这些钱去搞教育。基础设施建设或者国防建设，对我国早日成为经济强国大有好处。”

客户：“没错，但是个人所得税是归地税局管，我们国税局不管个人所得税。”

小林：“哦，我对税务不了解。我这次给您打电话是想了解一下税务信息系统的情况，而且我知道您正在负责一个国税服务器的采购项目，我尤其想了解一下这方面的情况。我们公司是全球主要的个人电脑供应商之一，我们的经营模式能够为客户带来全新的体验，我们希望能成为贵局的长期合作伙伴。我能否先了解一下您的需求？”

客户：“好吧。”

通过上面这个案例，我们可以看出，开场白要达到的目标就是吸引客户的注意力，引起客户的兴趣，使客户乐于与你继续交谈下去。该案例的销售人员，就是通过很好的开场白吸引了客户，有了个漂亮的开场，从而向促成销售迈进了一步。

在与客户沟通时，前几分钟是至关重要的，并且在很多时候，第一句话的印象可以关系到整个交易的成败，即开场白的表达方式会决定是否能够打动客户的心。如果你一开始就吸引了客户的注意力，那么很可能整个交易过程都会变得很顺利。

当代世界最富权威的推销专家戈德曼博士说：“在面对面的销售中，说好第一句话是十分重要的，顾客听第一句话要比听以后的话认真得多。”《华尔街日报》记者、哈佛大学客座教授尼德·尚曾自信地说：“第一句话都不会说，怎么能了解对手呢，这样的傻事我可从来不干。”所以，任何一名销售员都要重视每一个开场白的设计，这样才能使销售工作顺利展开。

以下是销售员刘先生与客户李经理第一次见面时的开场白。

第一章 说好开场白，初次见面就要打动客户

销售员刘先生如约来到客户李经理的办公室：“李经理，您好！看您这么忙还抽出宝贵的时间来接待我，真是非常感谢啊！”（感谢的话让李经理听着很舒服。）

“李经理，办公室装修得虽然简洁却很有品位，可以想象到您应该是个做事很干练的人！”（赞美的话谁也喜欢听，特别是像经理一级的人。）

“这是我的名片，请您多多指教！”（有意抬高客户，让其有优越感。）

“李经理以前接触过我们公司吗？”（给客户一点时间，让客户回答。）

“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。我们了解到现在的企业不仅关注提升市场占有率和利润空间，同时也关注如何节省管理成本。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。”（说明此次来的目的，突出客户的利益。）

“贵公司目前正在使用哪个品牌的办公设备？”（提问结束，让客户回答。）

李经理面带微笑非常详细地和该销售员谈了起来。

由此可见，开场白的好坏，很大程度上决定了一次推销的成功与否，因此，销售员在拜访客户之前一定要想好自己的开场白，短时间内拉近双方距离，给客户留下好印象，为成交打好基础。

很多人都有这样的体验，在与陌生人会面时，心里总会打鼓：“我到底



这样说话， 客户喜欢你

该怎样说出第一句话，让他对我感兴趣呢？”而在事后，我们又往往后悔不已：“我今天怎么能说那样大煞风景的话呢？”“我要是换个方式，结果可能会好点儿。”然而，这个世界上没有卖后悔药的，我们只好暗下决心，第一次就要把握好说话方式，来一个漂亮的开场白。

能引起客户注意的开场白，就像是卖报人所说的话那样，我们不妨设想一下，你现在正在一个公交车站等车，一位卖报人走过来对着等车的人高喊“卖报！卖报！一块钱一份！”；同样的情境，另外一位卖报人走了过来，也对着等车的人高喊“卖报！卖报！本·拉登发表新言论，称将发动大规模恐怖袭击！中国足球再遭惨败，主教练面临下课危机！最新台风明天登陆本省，中心风力可达12级！”对比一下两位卖同样报纸的卖报人，最终的结果会有什么样的差别？后面的那位卖报人，通过非常具有诱惑力的语言，成功地吊起了等车人的胃口，激发了他们的兴趣，自然会有比较好的销售业绩。

因此可以说，开场白的好坏，可以决定你这次销售是成功还是失败。换句话说，好的开场白就是销售成功的一半。许多客户在听销售人员说第一句话的时候要比听后面的话认真得多，听完第一句话，大多数客户就自觉或不自觉地决定了是尽快打发销售人员走开还是准备继续谈下去。因此，销售人员要说好开场白，才能迅速引起客户的注意力，并保证销售顺利进行下去。

约翰逊是一家服装公司的董事长，当他还是该公司一名普通的销售人员的时候，他曾经运用精彩的开场白给客户们留下了非常深刻的印象。约翰逊在见到客户时从来不会像其他销售人员那样拘谨地说上一句：“您好，我是××公司的销售人员……”他经常这样与自己的客户开始谈话：

“××先生（女士），我来这里的原因是因为我要成为您的私人服装商。我知道您在我这儿买衣服，是因为您对我、我们公司或者对我

们公司的产品有信心。而我所做的事情就是要使您的这种信心得到不断增强，我相信自己能够做到这一点。您一定希望对我有所了解，那么请允许我做一个简单的介绍：我从事这项工作已经很多年了，我对服装的式样和质地以及它们分别适合哪种类型的人都有着深入的研究。所以，我一定可以帮您挑选出一套最合适您的衣服，而且这项服务是完全免费的。”

同约翰逊一样，很多有经验的销售员在每次拜访客户前，都会花时间来考虑如何跟客户说一番精彩的开场白。因为只有第一时间抓住客户的注意力，才能赢得与客户继续交谈的机会。

无数事实表明，好的开场白会给客户留下深刻的印象，为下一步工作打下良好的基础，从而使推销的成功率大大提高。

借助“第三方”完成开场白

在初次拜访客户的时候，销售人员如果直接冒昧地去接近，其效果往往不会太好。如果能在客户面前提一提你们都认识的人，说明这次拜访是通过熟人介绍来的，或者提一下客户的朋友、亲戚或是某个公众名人，就可以相对容易地接近客户。因为客户在一般的情况下，借助第三方的面子，可以有效消除客户的戒备，从而给你面子。

销售员：“您好，是李总吗？我是杨菲的朋友，是她介绍我认识您的，杨菲是我高中同学，而且同桌了一年，比我大一岁。”