



即学即用的72个话术模板，
破解销售难题，快速提升销售业绩

销售人员 实战口才训练

内附：销售话术模板和简明行动指南
可复制性强，简单有效

丁正 ▲ 著

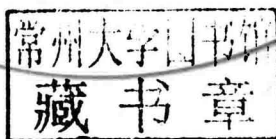


机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

销售人员

实战口才训练

丁正 ▲ 著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

销售的每一个环节都离不开口才，不要等客户主动告诉你他的需求，所有的商机都藏在与客户的交流之中！另外，面对同一位客户，使用技巧性销售话术的成单率比普通销售说服的成单率要高出3~5倍，而这也正好验证了日本销售大王河濑和幸的一句话：只要掌握了销售技巧和灵活的销售话术，任何商品都会变得畅销起来！

本书内容涵盖了销售的各个阶段——电话预约客户、登门拜访客户、揣摩客户心思，了解购买需求、与客户讨价还价、排解销售异议、确定成交、催收销售账款、处理客户投诉、跟进回访客户等，将为销售人员提供全方位的销售技能指导，帮助销售人员快速掌握业绩倍增的销售方法。

图书在版编目（CIP）数据

销售人员实战口才训练 / 丁正著. —北京：机械工业出版社，2017.12
ISBN 978-7-111-58590-9

I. ①销… II. ①丁… III. ①销售 - 口才学 IV. ①F713.3
②H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2017）第 295484 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：胡嘉兴 责任编辑：戴思杨

责任校对：舒莹 责任印制：张博

三河市国英印务有限公司印刷

2018 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

170mm × 242mm · 12 印张 · 1 插页 · 181 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-58590-9

定价：42.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线：010-88361066 机工官网：www.cmpbook.com

读者购书热线：010-68326294 机工官博：weibo.com/cmp1952

010-88379203 金书网：www.golden-book.com

封面无防伪标均为盗版

教育服务网：www.cmpedu.com

前言

“等待上门式”销售模式已经完全被市场淘汰。在当前的市场竞争中，任何销售企业要想拥有一席之地，就必须发动所有的销售人员，让他们行动起来，主动去寻找客户，寻求销售机会，进而洞察客户心理，最后引导客户产生购买行为。

我们也知道，现在是一个供过于求的时代，销售人员要想在众多的同行中脱颖而出，就要有自己的“绝活”，能够让客户迅速成为你的“俘虏”。而这“绝活”，不是靠别的，靠的就是你的口才：在适当的时机，说适当的话，实施适当的行为。

已经无数的事实证明了这一点，面对同一位客户，使用技巧性销售话术的成单率比普通销售说服的成单率要高出 3~5 倍。而这也正好验证了日本销售大王河濑和幸的一句话：只要掌握了销售技巧，灵活的销售话术，任何商品都会变得畅销起来！

基于笔者曾从事的各类型销售团队、销售人员的话术设计、销售技巧训练的实践工作来编写此书，希望能够帮助销售人员在新的竞争环境下取得了良好的业绩。

本书系统归纳了销售过程中最常见的各种销售场景，并针对每个场景中应重点应对的问题进行了深入的剖析，在此基础上提供了专业的销售话术模板，便于读者朋友们模拟示范，以最快的速度掌握其中的要领与精髓。

在内容的编写结构上，本书最大的亮点就是结合客户的心理活动，提供销

售解决话术，以及相匹配的销售引导模式，引导销售人员走出“不知道怎么说，不明白怎么做”的销售困境。可以大胆地说，只要按照本书的指导，将理论与实际结合，悉心体会，必然会出现立竿见影的效果。

基于本书的定位：引导销售人员活学活用这些话术与技巧，确保与客户有效沟通，最后成功与客户达成销售交易。我们衷心希望销售人员读完此书后，销售能力大幅提升，并能够轻松解决多个问题：

（1）熟悉每个销售环节和销售场景，洞悉客户的心理特征，准确认清自己的销售目标，不再盲目销售。

（2）根据客户的行为特征，使用书中介绍的销售话术和销售引导技巧，与客户之间迅速建立起友好的联系。

（3）在合适的时间、合适的地点、用合适的话术影响、刺激客户成交。

《销售人员实战口才训练》的内容涵盖了销售的各个阶段——电话预约客户、登门拜访客户、揣摩客户心思，了解购买需求、与客户讨价还价、排解销售异议、确定成交、催收销售账款、处理客户投诉、跟进回访客户等等，通过系统的学习和应用此书，将为销售人员提供全方位的销售技能指导，帮助销售人员快速掌握业绩倍增的销售方法。

衷心地希望这本书能给广大读者朋友的销售工作提供一些帮助。如果您发现书中不足之处，还请提出宝贵的意见和建议。

目 录

前言

第一章 破除电话预约客户的障碍 // 1

场景 01 / 接听电话的人不是直接要找的人 // 2

场景 02 / 客户好像正在忙，没时间听你的电话 // 4

场景 03 / 客户一听是做销售的就直接回绝：不需要 // 7

场景 04 / 客户说：我有需要会联系你，你等我电话吧 // 9

场景 05 / 客户一听是做销售的就说寄资料先看看，需要再联系 // 12

场景 06 / 客户说已经与 ×× 商家购买了，暂无购买计划 // 15

场景 07 / 客户说以前与本公司有过不愉快合作经历，不打算继续合作 // 18

场景 08 / 客户一听是卖 ×× 产品的，立即要求对产品做报价 // 20

场景 09 / 客户一听是卖 ×× 产品的，就直接问与某竞争对手比有何优势 // 23

第二章 灵活应对，让你的拜访不虚此行 // 26

场景 01 / 陌生拜访客户，被前台阻拦 // 27

场景 02 / 约定好拜访客户，客户却忘记了 // 29

场景 03 / 竞争对手正好也在与客户交谈 // 32

场景 04 / 新客户见面时正忙着其他事，顾不上与你说话 // 34

场景 05 / 客户引荐下属与你沟通 // 37

场景 06 / 被引荐的客户直接询问你与引荐人的合作关系 // 39

场景 07 / 没有备足客户需要的各项参阅资料 // 42

场景 08 / 客户小瞧自己, 觉得你不够资格与他谈 // 44

场景 09 / 客户谈到原来与本公司的不愉快合作经历 // 47

第三章 把握客户心思, 投其所好引好感 // 50

场景 01 / 客户拿竞争品牌作比较, 找自己产品的各种不适 // 51

场景 02 / 面对多款样品, 客户不确定选择哪种 // 53

场景 03 / 客户要求按照对手的某款产品做样品 // 56

场景 04 / 客户要求在原价格的基础上替换更好的部件 // 58

场景 05 / 客户询问起以往的某起产品投诉事件 // 60

场景 06 / 客户嫌介绍的几款产品普通, 没有个性 // 63

场景 07 / 客户只认牌子, 不认货 // 65

场景 08 / 客户是业内行家, 问的专业问题你都答不出来 // 68

第四章 与客户讨价还价, 打好太极拳 // 71

场景 01 / 客户嫌价高, 欲放弃采购 // 72

场景 02 / 客户要求与上级对话, 确定价格问题 // 74

场景 03 / 客户直接让报出最低价 // 76

场景 04 / 客户请来熟人帮忙砍价 // 79

场景 05 / 客户拿对手的报价作为成交价的参考标准 // 81

场景 06 / 客户要求对产品进行分项报价 // 83

场景 07 / 谈好价格后, 客户又突然要求提供增值服务 // 86

场景 08 / 客户提出不降价, 就减少采购数量的要求 // 88

第五章 关注客户动向, 灵活处理合作异议 // 91

场景 01 / 对方临时更换了谈判者, 谈判从头开始 // 92

场景 02 / 对方对己方某位员工有成见, 对其发起攻击 // 94

场景 03 / 客户对合作政策不满, 要求按照他的模式合作 // 96

场景 04 / 客户找各种借口, 拖延合作谈判的时间 // 99

场景 05 / 客户被周边人劝阻放弃此次合作 // 101

场景 06 / 客户突然告知采购计划延后 // 103

场景 07 / 客户已经暗地里与对手联系上了 // 105

场景 08 / 客户说自己说了不算, 要请示上级 // 108

第六章 踢好临门一脚, 让成交更顺畅 // 110

场景 01 / 客户担心你给出的承诺无效 // 111

场景 02 / 客户在你与对手之间犹豫不决 // 113

场景 03 / 客户还是嫌价格高 // 115

场景 04 / 你的让步让客户的要求越来越多 // 118

场景 05 / 客户编制合同时篡改了部分条款 // 120

场景 06 / 把持住合作谈判的优势, 逼客户妥协 // 122

场景 07 / 客户要求我们在核心利益上让步才能成交 // 124

第七章 以和为贵, 让催款工作更顺利 // 127

场景 01 / 客户以卖不出货为由, 拒付货款 // 128

场景 02 / 客户拖延付款时间, 拿钱做别的事情 // 130

场景 03 / 客户仗着与上级的交情, 不把催款当回事 // 132

场景 04 / 客户要求再供批货才把上次的货款付清 // 135

场景 05 / 客户要求降低下次进货价, 才补交货款 // 137

场景 06 / 客户老拿坏典型说事 // 139

场景 07 / 客户之间形成拖欠货款的攀比风气 // 142

场景 08 / 客户要定制样品, 却迟迟不交定金 // 144

第八章 理性处理客户投诉, 维护自我形象 // 147

场景 01 / 客户一开始就乱发脾气, 甚至谩骂员工 // 148

场景 02 / 因个人原因造成产品损坏, 却要求厂家换货 // 150

场景 03 / 退换货时间已过, 客户仍然要求退货 // 152

场景 04 / 客户夸大事实真相，试图讹诈厂家 // 154

场景 05 / 责任方还没有确定，双方就发生口角争执 // 156

场景 06 / 客户不听协调人员解释，要求见负责人 // 159

场景 07 / 客户煽动现场客户放弃购买计划 // 161

第九章 跟进回访客户，守好“江山” // 164

场景 01 / 回访过程中，客户偏见所致，中伤某位调查人员 // 165

场景 02 / 客户应付回访工作，提供假信息 // 167

场景 03 / 没有赠品，客户就不配合回访调查 // 169

场景 04 / 回访时间影响了客户的安排，引起客户的厌烦 // 172

场景 05 / 温馨提示过于频繁，遭到客户的反感 // 174

场景 06 / 客户回访工作断断续续，收集的回访信息失去时效性 // 176

场景 07 / 客户对回访工作没有兴趣，认为是形式工程，不给予配合 // 179

场景 08 / 不认识的人做回访工作，客户一概不理 // 181

参考文献 // 184

第一章 破除电话预约客户的障碍

电话预约客户是销售人员跟进客户进行销售工作的第一步，只有摆平电话预约中的各种障碍，获得约见的机会，才有继续跟进客户并完成销售说服工作的可能。

场景 01 / 接听电话的人不是直接要找的人

客户心理活动

- (1) 反正不是找我的，才懒得管呢。
- (2) 我不知道是谁负责此事。
- (3) 负责人还不一定认识他呢，引荐过去估计还会被批评。
- (4) 让其留下联系方式，等负责人确有需要再与其联系。

销售人员的销售目标

通过接听者，找到真正的负责人。接听电话的人虽然不是要找的那个人，但是他能接到电话，可以清楚说明一点：这个人与要找的人有关系。鉴于此，销售人员就要好好利用起来，争取从他那里问出要找的人的详细信息或者让其帮助引荐一下。

销售人员的销售意识与行为准备

如果因为对方不是要找的人，而放弃与他进行电话沟通，那么很可能错失掉一次找到准客户的机会。

(1) 问清对方的身份。当你得知对方不是你要找的人，此时就要想办法，了解到对方的身份，然后根据以往的销售经验，判断他与准客户的关系。

(2) 适时对对方进行表扬或赞许。为了鼓励对方做引荐人或者将相关的信息告诉自己，要注意对其进行适当的表扬和赞许，例如：之前听你们原来的老领导说起过您，说您是特别负责的一个人，而且在单位的人际关系处理得很好，没有人不认识您的。

(3) 讲明致电的原因以及重要性，引导对方做引荐。得知了对方的身份后，要言简意赅地讲明自己致电的原因，而且为了获得更高的引荐概率，不妨以对方负责人的迫切需求间接性刺激接听者的主动引荐意识。

总体来说，要想找到真正的负责人，最好的方法就是拉近接听电话的人与自

己的距离，让其愿意为自己做引荐人或者乐意将知道的信息透露给自己，这样，这个电话也就没有白打了。

销售话术模板

销售话术模板 1 >>

您好！之前我与你们单位负责人联系的时候就打的这个电话，那您现在是你们单位负责人还是……	配套行为：语气要诚恳，而且语气中要透露出你之前确实跟这家单位的某位负责人有过接触的那种真实感。
--	--

话术点评：确认对方的身份，并让对方感觉到你确实与他们公司有过接触合作。只有让对方感觉到你真的认识他们公司的一位负责人，他才会对你致电的防备之心松懈下来，这样为接下来的引荐或信息告知工作就奠定了良好的基础。

销售话术模板 2 >>

我之前有听领导讲过您，说您是特别敬业的一个人，而且跟上下级的关系都处理得很好，上次的××项目听说您也有参与吧。很可惜，咱们没有正式的认识一下……	配套行为：说话的语气要感觉很亲切、真实，保证让人听到后心情愉悦。
---	---

话术点评：做一些事实陈述，引起对方的好感和熟悉度，借他人之口，对其说一些赞美之词，也可减少对方的戒备心理，并获得对方的好感。这样双管齐下，接听者帮忙引荐或者告知详细信息概率自然就大了。

销售话术模板 3 >>

是这样的，前两天您这边的一位同事发邮件说有个项目要做，希望我们这边尽快配合做报价、跟进一下，现在我根据邮箱留下的方式也找不到人，您看您方便帮我引荐一下或者告诉我其他联系方式吗，我怕他等得着急……	配套行为：拿出本子做好准备，等着记下信息，另外说话的语气要快一些，让人感觉到你很着急。
--	--

话术点评：说出致电的原因，并通过陈述对方的要求，显示出事情的迫切性，进而引导他做引荐人或者直接透露相关信息。

常见错误销售行为规避

01 / 他现在人在哪里，你告诉我怎么才能找到他，我现在找他有急事。

这是一种命令要求，跟对方这样讲话，很可能会遭到对方的回绝，“不知道”三个字就可以把你堵得死死的。

02 / 他什么时候回来，我再打电话过来。

这种说辞会让对方感到你太强势，即使真的知道负责人何时回来，也不见得愿意告诉你，你就只能重复不断地打电话过去，碰运气了。

03 / 那就麻烦你转告 × ×，就说我找他，让他赶紧给我回电话。

这样跟对方说话有两个忌讳：其一，对方不一定真的认识你口中的 × ×，怎么帮你转达？其二，对方可能是 × × 的下属，人家怎么可能直接要求上级回电话给你呢？

04 / 你知道现在谁负责这个事情吗？

在得知接听电话人不是你要找的人后，既不说自己是谁，要干嘛，就直接对人家问这问那，面对你这个“陌生人”，人家自然会心生芥蒂，不愿告诉你。

场景 02 / 客户好像正在忙，没时间听你的电话

客户心理活动

- (1) 真不会选时间，我正忙着呢，哪有时间搭理你。
- (2) 我没什么跟他说的，还不如用这个时间干点别的事情呢！
- (3) 假装忙起来，这样对方就不会再电话骚扰了。
- (4) 等有时间再约他跟他好好聊吧，现在真的忙死了。

销售人员的销售目标

获得客户下一次电话沟通的机会是关键。无论客户是真的在忙还是假装在忙，销售人员最关键的一点就是要从客户那里获得一个下次约谈的机会，为下次

约见争取到主动权。

销售人员的销售意识与行为准备

听到电话那头客户说自己在忙，就放弃沟通机会，很可能中了客户的“圈套”，此时需要做的是在有限的时间内，为下次的约见争取到机会，获得沟通见面的主动权。

(1) 向客户表示歉意。无论客户是否真的在忙，首先要对自己的打扰行为表示歉意，最起码让客户感觉是一个懂礼貌、识大体的人。

(2) 恭维不可少，适当地给客户一个台阶下。如果客户真的在忙，而且确实想跟你聊一下，你大可在表示歉意后，再约时间找他，他就不会再拒绝你，但是很多时候。客户并非真的在忙，他还不清楚与你合作的价值点在哪里，此时你就要为自己争取下一次的沟通机会，先对客户当前的忙碌状态进行恭维，哄他高兴，给他一个台阶下，这样也就为你接下来争取机会奠定了一定的感情基础。

(3) 主动争取下次见面机会。当你顺势理解了客户的“忙碌”后，客户对你的懂事行为会有所“愧疚”，此时，你不妨借助这个心理作用，向客户提出一个下次约见的要求，此时客户“骗”你在先，再次驳回你的要求的可能性就小了很多，这样一来，你下次的沟通就比较主动些了。

总之，客户的忙碌不是把我们拒之门外的借口，销售人员一定要从中找到突破口，巧用客户的搪塞之词，为自己争取到下次见面的通行证。

销售话术模板

销售话术模板 1 > >

真的不好意思，××总，我不知道您此时这么忙，打扰之处还请您多多包涵，哪天亲自登门致歉……	配套行为：说话的态度要诚恳，语速适中，确保不卑不亢。
--	----------------------------

话术点评：向客户致歉，平复客户的厌烦心理，首先从情绪上安抚好客户，避免客户因为被打扰而生气，导致后续工作无法开展。

销售话术模板 2 >>

也难怪您忙，近期我听圈内朋友说 × 总有好几个大单子要签约了，您现在的生意是越做越大了，让人羡慕啊……	配套行为：语气中透露着羡慕之情，说话内容最好有事实作为依据，让客户感觉到你是真的觉得他忙，而非敷衍他。
--	--

话术点评：通过事实来说明客户真的在忙，而非指出客户故意敷衍自己，同时也道出对客户的羡慕，帮客户找一个台阶下。

销售话术模板 3 >>

× 总，今天真是不巧，我也不能耽误您工作，您看什么时候我再打电话过来比较合适？要不又会不小心在您忙的时候打过来，打扰到您。	配套行为：拿出笔等待记录客户同意致电的时间或者见面地点，同时说话的口气要平和谦恭。不能有指挥命令的成分在里面。
--	--

话术点评：面对客户的忙碌现状，学会主动撤出，但是要在撤出前，争取到下次约见的机会。尤其是对有意敷衍你的客户，在你的自知之明下，他只好勉为其难地说个时间等待你的来电了，要不就显得他太小气了。

常见错误销售行为规避

01 / 我能不能占用您几分钟的时间跟您聊聊啊。

其实，当客户说明自己在忙时，无论真假，此时你要继续穷追不舍，只会让客户心生厌烦，即便真的同意给你几分钟的陈述时间，也不会对你的陈述内容上心的。可以说这是一种无用功。

02 / 这样啊，那您先忙，过会我再打过来。

毕竟过一会客户有没有事很难说，而且没有征得客户的同意，擅自做主，对客户而言，又是一次骚扰，客户不烦才怪。

03 / 那您先忙着，忙完了咱们再聊。

本身找客户合作，相对而言，销售人员是被动者，一句忙完了咱们再聊，到底是让客户找你呢，还是你再找客户呢？这会让人感觉你很缺乏诚意的。

04 / 那您先忙，改天我再找您！

谁也不能确定过段时间客户是否闲下来，改天找客户很可能还会遇到这样的情况，所以你还是在做无用功，与其你一次次地盲目找客户，不如让客户自己定个时间，这样也显出了对对方的尊重，同时也减少了自己骚扰别人的频次，一举两得。

场景 03 / 客户一听是做销售的就直接回绝：不需要

客户心理活动

- (1) 做推销人说的话，都是骗人的。
- (2) 之前受过骗，要吃一堑长一智。
- (3) 我有稳定合作者，暂不需要。
- (4) 合作者一定要找熟人，这种陌生人可信度不高。
- (5) 做得好的企业根本不用主动找客户，都是客户主动上门的。

销售人员的销售目标

让客户相信你，感觉到你的价值所在。客户一听是销售人员就说不需要，这说明他们对销售人员存有误解，或者说受到过这方面的伤害，所以，销售人员要做的就是消减客户的误解，让其了解到我们的价值所在。

销售人员的销售意识与行为准备

无论何种原因导致客户对销售人员心存芥蒂，都不要放弃继续跟进的念头，学会跟客户打心理战，让其内心想法改变，那么后续的销售机会自然随之而来。

(1) 用以往经验勾起对方的回忆，拉近双方的距离。在与客户交谈前，不妨用一个双方都经历过的事情展开话题，很自然地与客户站到一边上，消减客户的防备心理。

(2) 为客户当前或者过往遇到的难题提供解决方案。客户遇到的难题有一部分你可以帮忙解决，所以你要告诉客户，你能干什么，你能为客户排除哪些烦恼，这样你在客户那里自然就有价值了。

(3) 提醒客户做好防范工作。任何一种产品，无论是哪家生产的，必然会存在

这个行业中都无法回避掉的缺点问题，你不妨借此机会，提醒客户，让他做好心理准备，同时也认识到你的专业性。这样一来，拒绝你的时候，他也会掂量一下了。

面对那些对销售人员存有偏见的客户，应该先从情感、认知等方面与客户达成一致，然后在客户的防备心理消除后再谈销售合作的事情也不晚。否则直接讲明自己的销售目的只会吃到客户的闭门羹。

销售话术模板

销售话术模板 1 >>

您好！我是××公司业务员××。之前一个项目上咱们合作过。今天想找您做个调查，冒昧了，还请您见谅！	配套行为：旁边准备一个本子，记录客户反馈的意见，另外，准备一份这位客户详尽的资料，方便沟通，最后注意说话的口气要恳切、真实。
---	---

话术点评：有过合作算是熟人。另外以产品使用调查为切入点，有效地规避了客户对推销人员的反感。

销售话术模板 2 >>

现在同行中不少厂家产品被贴牌生产，有人还冒充厂家直销人员进行电话推销，很多客户不幸被骗，购买的产品出现了问题，所以今天打扰您想了解一下情况……	配套行为：说话态度要保持冷静，语气中速稍缓，在电话旁边准备好相关的资料，以便及时应对客户的问题，还有备好笔和纸，等待记录客户的反馈信息。
--	---

话术点评：点出客户可能有过的不愉快经历，并说明原因，让其对自己的误解消减，这样客户才有可能愿意跟你“唠叨一番”。

销售话术模板 3 >>

现在行业确实鱼龙混杂，您看哪天方便我过去一趟，送您一份当前产品的最新说明资料，这样您日后采购也好有个参考。	配套行为：备好笔和纸，准备记下客户的相关信息，旁边放一些技术参数等资料，便于应对客户的问题。
--	---