

没有

MEIYOU HAOKOUCAI
JIU ZUOBUHAO XIAOSHOU
口才就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。

好口才 就做不好销售

商业周刊
特别推荐



口才是否高超 关乎销售成败

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。

齐敏/著

天津出版传媒集团

天津人民出版社

第190期 | 商业周刊特别推荐

商业周刊
特别推荐

没有 好口才 就做不好销售

MEIYOU HAOKOUCAI
JIU ZUOBUHAO XIAOSHOU

口才是一切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。

齐敏/著



天津出版传媒集团
天津人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

没有好口才就做不好销售/ 齐敏著. --天津 : 天津人民出版社, 2018.7

ISBN 978-7-201-13254-9

I . ①没… II . ①齐… III . ①销售—口才学—通俗读物 IV . ①F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 073493 号

没有好口才就做不好销售

MEIYOU HAKOUCAI JIU ZUOBUHAO XIAOSHOU

出 版 天津人民出版社
出 版 人 黄 沛
地 址 天津市和平区西康路35号康岳大厦
邮 编 300051
邮购电话 (022) 23332469
网 址 <http://www.tjrmcbs.com>
电子信箱 tjrmcbs@126.com

责任编辑 刘子伯
装帧设计 孙希前

印 刷 香河县宏润印刷有限公司
经 销 新华书店
开 本 710 × 1000毫米 1/16
印 张 15
字 数 120千字
版次印次 2018年7月第1版 2018年7月第1次印刷
定 价 39.80元

版权所有 侵权必究



齐敏 导师

中国语言声音教练导师

中管院专家咨询委员会

中国管理智库专家

香港企业教练研究院 (Hong Kong Corporate Academy) PCT专业教练

中国企业教练年会CCAS常务理事

北京华跃正音文化传播有限公司 董事长

齐敏教练，积26年教育培育经验，将语言声音艺术与组织教练技术相结合，研究探索声心-美音-胜率价值链，开创职场语言声音职业化成功之路，致力于职场沟通和领导力的大跨越，提升职场竞争力。



当当网
dangdang.com

亚马逊
amazon.cn

JD 京东
.COM

北发图书网
beifabook.com

选题策划：北京瀚文锦绣国际文化有限公司

投稿邮箱：1016739287@qq.com

E-mail：hwjxbook@sina.com

网 址：www.hwjxgj.com

征稿电话：010-52473226 13601221045

责任编辑：赵 艺

封面设计：孙希前

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

著名推销大师戴尔·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。

对于销售人员来说，良好的口才就是成功的资本。那些需要经常接触客户的销售人员，如何练就一套有说服力的沟通话术，其意义更为重大。因为从本质上说，销售工作就是通过说服客户来达成交易，没有好的口才就干不好销售。如果销售人员欠缺相应的口才技巧，就无法与客户进行有效的沟通。

“交易的成功，往往是口才的产物。”这是美国超级销售大王弗兰克·贝特格销售生涯的经验总结。可以说，对于销售人员，哪里有声音，哪里就有力量；哪里有口才，哪里就有成功。

正所谓“三寸之舌，强于百万雄兵；一人之辩，重于九鼎之

宝”。销售人员一旦具备了一流的口才，就能够顺利地约见客户，打开销售工作的局面；通过良好的沟通，就能够一步步地激发客户的购买欲，最终说服对方做出最后的购买决定；就能够妥当地处理好售后的相关工作以及对客户的情感维系。

口才的影响力将会伴随着销售工作的整个过程，而销售口才的好坏也将会在上述的每一个环节中起着关键作用，对销售的成败产生决定性的影响。因此，销售的成功在很大程度上归结为销售人员对口才技巧的发挥和运用。

可见，口才在销售中的重要地位是毋庸置疑的，拥有雄辩的口才才是每一个人都梦寐以求的，同样这也是成为优秀销售员所必备的前提条件。

那么，我们究竟该怎么提升我们的口才技能呢？最好的办法是在日常生活中进行一点一滴的积累，去学习、去探索那些切实可行的沟通与口才技巧，平时多说，在实践中多练。

本书正是针对销售人员的这种口才上的现实需求，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。

千里之行，始于足下。当你通过本书掌握了相应的口才理论与技能后，就需要在销售实战中去运用它，去不断地完善它，因为你的说话能力是能够通过不断实践而提高的。正所谓，日日行，千里不在话下；天天读，万卷亦非难事；时时练，你的口才能力才能日渐得以提升！

第一章 成功的销售来自一流口才 / 001

1. 成功销售离不开好口才 / 002
2. 好口才能够成功预约到客户 / 004
3. 赞美客户能够打开推销局面 / 008
4. 完美语言能够激起购买欲望 / 013
5. 销售要说服顾客做出购买决定 / 020
6. 善于引导才助你“步步为赢” / 025
7. 说话得体才能让人接受 / 029
8. 让客户收回“没时间”的借口 / 035

第二章 高效沟通获得客户的信赖 / 039

1. 避免争执，巧妙让顾客“接受” / 040
2. 建立信赖，觉得你在替他考虑 / 043
3. 用真诚化解误会 / 047
4. 顺藤摸瓜，询问法化解客户异议 / 051
5. 真诚地关心你的客户 / 055
6. 谈客户最感兴趣的事 / 059
7. 激发客户的好奇心 / 063

第三章 锦心妙口让客户爱上产品 / 069

1. 有知识底蕴的闲谈具有吸引力 / 070
2. 语言魅力使销售更出色 / 072
3. 打动了心就打动了他的钱包 / 075
4. 用幽默的语言接近客户 / 079
5. “卖效果”更能让客户印象深刻 / 087
6. 用声音留住你的客户 / 090
7. 运用数字技巧分析顾客嫌贵的商品 / 096
8. 别让客户开口就说“太贵了” / 100

第四章 让客户能够愿意与你沟通 / 105

1. 巧妙引导，用技巧让客户说“是” / 106
2. 在销售中诚信会使沟通更有效 / 108
3. 让客户从言谈中看到你的责任心 / 112
4. 积极的心态蕴含着无限潜能 / 117
5. 自信是最有力的说服者 / 120
6. 满足客户心理，营造 VIP 感觉 / 124
7. 打破僵局，营造融洽沟通氛围 / 128

第五章 舌绽莲花让客户“心随你动” / 133

1. 迷住顾客才能让他守候到底 / 134
2. 客套话不可太随意 / 139
3. 用客套话应对冷落和冷场 / 144
4. 客户愿意倾诉销售就成功了一半 / 151
5. 说客套话“礼”字当头 / 155

6. 要给自己留有一定的余地 / 158

7. 客套话太多就成了可气话 / 161

第六章 接近推销对象就接近了成功 / 165

1. 自信才能成为推销大王 / 166

2. 销售人员如何挖掘客户的需求 / 169

3. 告诉客户你将带给他的利益 / 175

4. 像朋友一样同客户谈生意 / 178

5. 销售人员要以情感吸引客户 / 181

6. 如何把看门人变成开门人 / 187

7. 制造悬念，吊一吊买家的胃口 / 191

8. 换位思考，了解客户真正需要什么 / 194

第七章 关键话语留住客户的脚步 / 199

1. 针对叛逆顾客：勾起他们购买欲 / 200

2. 给你一个购买的理由 / 203

3. 有效聆听也是推销技巧 / 206

4. 拒绝的托词和应对 / 209

5. 投石问路，发现客户的兴奋点 / 213

6. 欢迎客户的抱怨 / 216

7. 会说话的人让人笑，不会说话的人使人跳 / 219

8. 谨慎言辞，这些话不能脱口而出 / 224

第一章 成功的销售来自一流口才

当今社会，人们开始越来越重视口才方面的知识修养，越来越崇尚“知识确是财富，口才确是资本”的理念。现代社会早已不是那种“鸡犬声相闻，老死不相往来”的信息闭塞时代，而是高度信息化、知识化的社会，其中信息传递的一种最重要形式却是沟通与口语表达。

1. 成功销售离不开好口才

在这个万象杂陈的社会中，作为销售人员，最基本的日常工作确是要经常面对着形形色色的顾客，并时刻准备去应对各种各样的突发事件。

不论是与顾客的接触，还是对突发事件的处理，都离不开双方的有效沟通，而这种有效沟通恰恰是建立在销售人员出色的口才基础之上。

所以，销售人员需要具备一流的口才技巧。因为，在销售实践中，销售人员要面对的更多的是对自己所推销商品不甚了解的顾客，如果缺乏相应的推销口才技巧，那么很难吸引顾客的注意力、打开销售局面，也就更谈不上成功销售了。

一个经验不足的推销员，挎着一个小包走进了一家公司。进去之后，他径直走到最近的一张办公桌前，低声问道：“小姐，财务部在哪里？”对方答道：“在斜对面。”

过了一会儿，财务部的出纳走进来说：“主管，来了个推销验钞机的，要不要？”“不要，这种小商贩的东西不可靠。”

出纳离开后，推销员又走进了主管的办公室，大概知道是主管不同意购买，于是就踌躇着走到桌边，一时间竟忘了称呼，嗫嚅地说：“要不要验钞机，买一个吧。”他几乎是在用乞求的语气说着。“我们不需要，就如此吧。”主管头也不抬地说。过了一会儿，一直没人理他，那位推销员自感无趣，碰了一鼻子灰，最后只好悄悄地退了出去。

看起来，这个推销员是让人同情的，但我们应该知道的是，市

场不相信眼泪，更不会同情弱者。因为这个推销员的推销口才差不多没有任何技巧可言，平淡的话语很难让人对其人及其商品产生兴趣，所以拒绝他也是在情理之中的。

销售员要想成功地实现销售，一个至关重要的环节确是首先用自己的言谈来吸引客户的注意力，使客户对推销的对象产生兴趣，进而才有可能说服客户，并促使其最终做出购买的决定。

在推销的过程中，应该想方设法通过短暂的接触和谈话来博取对方的好感，也确是要充分展示自己的口才魅力，这是进行成功销售的一个必要前提。

日本著名推销之神原一平，在打开推销局面、取得客户的信任上，有一套独特有效的办法：“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，有两件事专程请教您这位附近最有名的老板。”“附近最有名的老板？”“是啊！依据我调查的结果，大家都说这个问题最好请教您。”“哦！大伙儿都说是我！真是不敢当，到底什么问题呢？”“实不相瞒，确是怎么有效地规避税收和风险的事。”“站着不方便，请进来说话吧！”忽然地推销，就像开始提及的那个推销人员，未免显得有点唐突，并且很容易招致对方的反感，从而招致了顾客的拒绝。

假如先适当地恭维客户一番，再依据自己的推销需要，提出相关的问题，就能够比较容易地获得对方的好感，那么，随后的推销过程就会顺利很多。从以上反正两个推销实例我们不难发现，销售口才的好坏与得当与否，在很大程度上左右着销售工作的成败。

在当今社会，一个人要想在与别人的交往中取得有利地位，获得成功，就离不开好口才，而销售工作尤其这样。在销售过程中，假如我们连话都说不清楚，词不达意，与客户沟通起来总是说不到客户心坎，

难以打动对方，甚至让客户感觉别扭，那就根本谈不上销售的成功。

可以说，作为销售人员，口才的好坏直接关系到能否顺利将商品推销出去。好口才会让你的销售之路越走越平坦。

归根结底，销售工作的各个环节，都离不开口才的发挥。在现代社会，良好的口才是每一个有追求的销售人员所必须具备的一项基本本领。好口才是销售人员走向成功的关键和有力保证。

对于销售人员来说，要想赢得客户的喜欢，被客户接纳，就必须具备一定的交谈能力与说话艺术，只有如此，才能打开与客户沟通的大门，彼此的心灵才能产生共鸣，并为双方的交易关系搭起一座桥梁。

口才锤炼箴言

口才是一门综合的技术，更是一种艺术，销售人员要具备这门技术进行推销产品，律师要运用这门技术雄辩，政治家要用这门技术阐述自己的政见，教师和学生，演员和观众，无人不需要这门技术。口才是人们生活中应用最普遍而最难能可贵的技术，一个人学富五车，如果不会说话，在和人交流时就会难于应付，在无形中失去了自己的优势。

2. 好口才能够成功预约到客户

有销售经验的人都知道，前往客户处进行拜访，并不是一种理想的推销方式，并且它的成功率也不高。可是，假如能提前预约到

客户，那就会极大地增强推销活动的针对性与成功率。

对销售人员来讲，一旦能让客户接受了你的推销“预约”，那么你就完成了推销的关键性工作，接下来确是怎么向客户介绍你的产品或服务了。

无数销售人员的成功经验表明，事先预约客户可以使推销工作变得更加容易。一旦你清楚地认识到预约客户的奥妙时，就不会再毫无目的地盲目奔走了，而是只需努力地做好预约工作，就可以实现目标了。

对客户进行预约的好处在于：

第一，能够节约双方的时间。预约不但节省了销售人员自己的时间，还节省了客户的时间。

第二，预约可以让客户产生这种想法：销售人员知道他们很忙，因此才特意预约他们。他们会认为这是销售人员在为他们着想，并且也是一种对他们的尊重。

因此，在具体的接触过程中，这类客户自然就会珍惜和销售人员在一起的时间，而且会更认真地听销售人员的推销。

在预约客户的过程中，销售人员需要掌握一定的语言技巧。假如预约的客户是你认识的，则好处理一些。假如对方是你不认识的，他通常会问：“你见我有什么事吗？”

你应该切记的是，这时可不是什么向客户推销的好机会，假如你说你想推销什么的话，那么很可能就会导致预约的失败。因为，在这时，你并不知道接电话的人是否需要你所推销的产品，因此正确的预约应该只是一次会谈。

因此，作为销售人员在给客户打预约电话时，要不断地提醒自己，千万不要谈生意。因为，此时的任务只有一项，那确是成功预

约到客户。

艾伦曾通过电话预约一个名叫博格的客户。这是一个十分繁忙的商人。下面是艾伦和他的对话：艾伦：“博格先生，我是鲍勃·艾伦，是理查德·弗兰克先生的朋友。您一定还记得他吧！”博格：“是的。”

艾伦：“博格先生，我是人寿保险推销员，弗兰克先生建议我应该结识您。我知道您很忙，我能在这个星期的某天去打扰您5分钟吗？”博格：“你见我有何贵干？是想推销保险吗？几个星期前就有许多保险公司和我谈过了。”

艾伦：“那也没关系，博格先生。假如我想向您推销什么，就算您看走眼了。明天早上9点，您能不能给我几分钟的时间呢？”博格：“好吧。我9点半还有另一个约会。”艾伦：“假如见面时间超过了5分钟，也算您看走眼了。”博格：“好吧。你最好在9:15到。”艾伦：“谢谢，我一定准时到达。”就如此，艾伦成功地预约到了商人博格。

当然，也有些成功的销售人员并不采用这种预约的方式来开展业务，可是只要客户向他们询问，他们都会在每星期那固定的几天给客户打电话，并且这几天的时间也是固定的。

换句话说，他们这也是一种预约。所以，对销售人员来讲，只要能让客户接受你推销的“预约”，你就已经完成了销售的一个关键环节，接下来确是怎么向客户介绍你的产品或服务了。

在实际的销售过程中，我们经常会遇到一些很难约见的客户。然而，正是这些难以求见的客户，一旦和他们完成了预约，他们就将会是最好的客户。只要你足够尊重他们，并把握住机会，他们一般是不会拒绝你的。

那么，在预约客户时需要注意哪些问题呢？以下确是和那些难以求见的客户打交道的行之有效的预约时间的语言技巧。

技巧一：“约翰逊先生，什么时间见您最好呢？是早上还是下午？或是这个星期的什么时间？”技巧二：“这个星期由您安排时间，我们一起吃午饭好吗？12点或12点半都行。”技巧三：假如客户的时间真的很紧，但又真的想见你的话，你可以如此问：“您今天进城有车吗？”假如他说没有，你可以用自己的车去送他，还可以趁机向他解释：“如此的话，我们就可以有几分钟在一起了。”技巧四：假如预约的时间提前太多的话，你将会发现许多客户会设法在预订下来的某个固定时间和你见面。

例如，当你在本周五早上制订下一周的工作打算时，不妨先给一个客户打电话说：“您好，我下星期三会到您的邻居家去，我可以去拜访您吗？”当对方同意后，你就可以和他定下具体的时间。

口才锤炼箴言

销售人员成功搜集到准客户的资料之后就开始预约客户，成功预约客户才能走近客户，进而走向销售成功。一旦能让客户接受了你的推销“预约”，那么你就完成了推销的关键性工作，接下来确是怎么向客户介绍你的产品或服务了。销售人员在约见客户时，也需掌握一定的方法和技巧，充分尊重客户的意愿，以便取得与客户的长期合作。