

一看就懂的销售情境演练技巧

这样说 顾客才会听

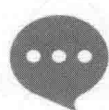
这样做 顾客才会买

..... 陆 飞◎著

◀ 销售员必修的14堂销售课程 ▶

恰当的沟通话术+适当的营销技巧=满意的成功交易

中国商业出版社



这样说 顾客才会听



这样做 顾客才会买

..... 陆 飞◎著

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

这样说顾客才会听 这样做顾客才会买 / 陆飞著. -- 北京 : 中国商业出版社, 2017.9

ISBN 978-7-5208-0023-5

I . ① 这 … II . ① 陆 … III . ① 销售 - 商业心理学 - 通俗读物
IV . ① F713.55-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 220389 号

责任编辑: 朱丽丽

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c-cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店经销

三河市宏顺兴印刷有限公司

*

710 × 1000 毫米 16 开 16 印张 210 千字

2018 年 3 月第 1 版 2018 年 3 月第 1 次印刷

定价: 39.80 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

前言

销售可以看作是销售人员与顾客之间的一场心理博弈、一种人际沟通。在这种特殊的沟通和博弈中，销售人员如果知道如何说、如何做，如何引导顾客消费，那么势必占据主导地位，推进销售进程，最终取得这场“战争”的胜利。

说是“战争”，却没有输家，双方都是赢家：一方面销售人员将产品或者服务销售了出去，赚取了利润，成了赢家；而另一方面顾客用金钱换取了产品和服务，解决了自己的实际问题，也是一种胜利，可以说双方各取所需。

现今市场供需两旺，一方面产品和服务多元丰富，但同质化严重。另一方面，顾客需求也趋向多元化、个性化，消费有极大的选择权和自由权，这样既给商家提供了发展的良好机遇，同时，也带来了货比三家的竞争与挑战。

这种情况下，为商家冲锋陷阵、战斗在最前线的销售人员就显得愈发关键了，可以说任重道远，其销售业绩关系到公司的生存发展。如何把产品销售出去，同时又让顾客满意，考验着每一个销售人员。

销售是一门关于如何说、如何做的艺术，说好了、做对了，事半功倍；说拧了，做错了，事倍功半，甚至劳而无功一场空，严重的话，还可能惹麻烦上身。

如何说才能让顾客愿意听，并且听到心里去；如何做才能让顾客心甘情愿掏腰包，接受你的产品和服务，不是件容易的事，可以说有非常大的难度，但也不是毫无办法。世上无难事只怕有心人，办法总比困难多，

这样说顾客才会听， 这样做顾客才会买

只要肯去想，肯去琢磨，总能找到解决问题的好办法。

英国哲学家阿尔弗雷德·诺思·怀特·黑德说：“未来是丰富的，充满着各种可能性。有可能是成就，也有可能是悲剧。”

销售人员是欢庆成就，还是遭遇悲剧，就要看如何面对这些可能性了。为此销售人员必须针对不同的销售模式、场合，掌握相应的实战技巧，修炼自己说话、做事的能力，最终水到渠成，实现成交的目标。

这本《这样说顾客才会听 这样做顾客才会买》汇集了与顾客交流、沟通的实战技巧，既有销售大师的现身说法，又有尚未成功的销售人员的心得感悟。不管是成功的经验，还是失败的心得，都是弥足珍贵的，都有着现实的巨大意义。

工欲善其事，必先利其器，这些宝贵的经验教训是你征战商场的“利器”，会帮助你在销售这条路上披荆斩棘，少走弯路。

目 录

第一章

打招呼，消除与顾客的陌生感

开口第一句话就让顾客满意	3
做销售，一张好嘴胜过一双好腿	6
学会对顾客微笑：微笑是最好的见面礼	9
用好销售礼貌用语	12
巧用幽默，让顾客感觉你很随和	15
第一次约见，怎样说好开场白	17

第二章

说实话，让顾客感到你是个实在人

诚信比成交更重要	23
“谎言”适度，业绩无数	26
用诚信博取小客户的好感和信赖	30

第三章

套近乎，拉近与顾客的距离

迎合顾客的兴趣找话题	35
赞美越具体，顾客离你越近	38
适当恭维，让顾客感觉有面子	40

这样说顾客才会听， 这样做顾客才会买

把认真倾听当作一种高级恭维	43
利用空间距离拉近与顾客的关系	46
用谦卑的话，维护顾客的优越感	49

第四章

赢好感，把顾客当成朋友处

销售，98%是情感工作，2%是产品问题	55
没有关心就没有关系：销售从关心顾客开始	57
把满足顾客心理作为交际切入点	61
唤起顾客感激之情，让交易水到渠成	64

第五章

讲故事，唤起顾客的认同感

有故事的产品，顾客会更认同	69
讲自己“悲惨”遭遇，唤起顾客情感共鸣	73
用真实的故事打动顾客	76
销售员一定要会讲的五类故事	79

第六章

吊胃口，激发顾客的购买欲

调动顾客好奇心，让他爱上你的产品	83
利用“从众心理”刺激顾客的购买欲	86
利用稀缺效应激起顾客占有欲	90
描绘拥有产品后的幸福，激起顾客想象力	93

第七章

做内行，介绍产品头头是道

做个产品专家，全面了解所推销的产品	99
根据顾客的需求介绍产品	102
展示有多美妙，产品就有多诱人	105
说得再好也不如让顾客亲自体验	108

第八章

学专家，征服犹豫不决的顾客

让顾客感觉你是个产品专家	113
以专家的口吻解答顾客的疑问	116
必要时，用精准数据“秀秀”你的专业度	118
做产品使用专家，把顾客吸引到身边	120
做顾问式销售，为顾客提供问题解决方案	122

第九章

摆优势，让顾客买到满意的产品

介绍产品一定要突出产品的“卖点”	127
让优势看得见：对产品的功能进行现场演示	130
让顾客参与对产品的评判和改善	133
价值制胜：帮顾客分析买的合算不合算	136
找到产品和顾客共通点，增强顾客认同感	140

第十章

玩套路，让顾客听从你的引导

学会套路提问，有效引导顾客关注焦点	145
先推销概念，再推销产品	148
先把人情做透，再利益驱动	150
“我不卖了”：给顾客一点儿威胁	152
欲擒故纵，颠覆顾客认知	155
借助环境的威慑力让顾客就范	158
销售套路多，总有一种适合你	161

第十一章

重承诺，有好产品更要有好服务

为服务“打包”，胜过为产品“打包”	167
利用“真实保障”把顾客留住	170
承诺要及时，不要让煮熟的鸭子飞了	173
提供附加服务，让顾客愉快签单	176
提高服务品质，打造“粉丝用户”	179

第十二章

送优惠，顾客省钱你才能赚钱

帮助顾客把钱花在刀刃上	185
保证让顾客得到“切实利益”	187
要让顾客觉得自己占到了便宜	190
让“免费的午餐”可信又可用	194
成交前让顾客获得砍价的满足感	197
巧用性价比，让顾客感到买的是便宜货	200

第十三章

善应对，好的销售员都是人际关系专家

柔性化解与顾客的纠纷	205
“读懂”顾客话语背后的潜台词	208
热情周到对待随和型顾客	211
委婉含蓄对待虚荣型顾客	214
真诚耐心对待精明型顾客	217
干脆麻利对待外向型顾客	220
温柔体贴对待内向型顾客	223
创造让顾客无法抗拒的强大气场	226
有拒绝才有销售：善于把危机化为转机	229

第十四章

亮底牌，关键时刻透露产品小秘密

把产品带给顾客的好处说清道明	235
家丑外扬：大胆亮出产品缺陷	238
把产品价值当成打动顾客的杀手锏	240
盘活产品潜力股，“话”出美好未来	243

开口第一句话就赢得顾客满意

第一章 SALE

打招呼，消除与顾客的陌生感

开口第一句话就让顾客满意

做销售工作苦恼之一是什么？毫不夸张地说，就是如何向顾客发出“最初的攻势”，即和顾客打好招呼，因为只有先和顾客打好招呼、搭上话，消除与顾客的陌生感，下面的推销工作才会顺利展开。但是很多销售人员却不知道如何跟顾客打好招呼，害怕跟顾客打招呼的销售人员比比皆是。

通常，如果能在第一时间抓住顾客的注意力，销售就等于成功了一半，而抓住顾客注意力的第一步就是打好招呼，如果打招呼不能让顾客满意，顾客自然不会停下脚步听你说话，更别说和你交易了。

很多销售人员认为：既然我的任务是卖商品，那最好看到顾客就开始介绍商品。结果，他们上来就把商品的性能、材质等有关产品的知识不管对方愿意不愿意听，一股脑儿讲了一大通，弄得顾客不胜其烦，一心想尽快脱离这里，又怎么可能驻足买你的商品呢？

可见，硬拉着顾客介绍产品是让顾客很讨厌的行为，因为你还没有消除顾客的戒备心，更别说抓到顾客的心，顾客就已经落荒而逃了。所以，学会如何让顾客很自然地对商品产生兴趣，如何开口说第一句话就让顾客愿意听你说、愿意与你交流，对销售的成功是至关重要的。

与顾客打招呼的核心要素是真诚，因为真诚的打招呼最能打动人。

首先要注意眼神的交流，俗话说，眼睛是心灵的窗户，如果能通过眼睛把自己的诚意传达给顾客，是最好不过的了。特别是一些目标并不明确的顾客，进店里只是在“猎取”可能合适的商品，这个时候销售人员能送上温柔的目光，并适时地报以微笑，相信会获得对方的好感。

这样说顾客才会听， 这样做顾客才会买

其次，要注意态度热情和真诚。有些顾客虽然心有所属，但是却不愿意主动询问销售人员，这个时候销售人员要迅速上前，热情服务，比如“您好，您需要些什么？”此类关心的询问代表着销售人员在意顾客的需要，愿意为顾客提供服务，往往能带给顾客更多的好感。

要注意的是，对于老顾客而言，打招呼就不是简单地询问需要什么了，而是最好能从他上次购买的产品入手，这样反而一下子拉近了你们的距离。这样，交情并不算深的销售人员和顾客之间便会立刻熟悉起来，接下来的交流就顺理成章了。

因此，面对老顾客不妨这样打招呼：“很高兴再看见您，上次您买过的那件衣服感觉怎样？”或者“您来了，这次准备看点什么？”顾客感觉到你对他的关心，也就很乐意在你的帮助下选购商品。

再次，要注意灵活性。一些顾客不喜欢寒暄，喜欢直奔主题。对于这样的人，打招呼可以从商品本身入手，引领顾客进入消费的程序。

事实证明，寒暄在销售中并不是万能的，只要能学会抓住不同顾客的特点，灵活地运用各种打招呼的方法，就能抓住顾客的心，在销售中收获意想不到的效果。

销售商品的方法有很多，打招呼的方法也有很多。上面阐述的是打招呼的几个要点，具体方法则要区分不同情况酌情采用。

每个从事销售工作的人都想有好的业绩，而打招呼就好像是销售的“门面”，门面修好了，才能吸引顾客进来消费。

对于修好“门面”，有两点小的建议：

一是要学会突出品牌，欢迎顾客的光临很普遍，而欢迎顾客光顾某品牌则会显得与众不同，在打招呼的时候把自己产品的品牌加进去会获得顾客更大的关注。比如可以这样说：“您好，欢迎光临 × × 专柜。”

二是要学会留住顾客的脚步，卖场中竞争对手众多，怎么把顾客匆匆忙忙的脚步吸引到你的店里？最好能在和潜在顾客打招呼的时候就告诉他们你商品的特点，例如“亲爱的顾客朋友们，今年新款上市促销了！”“× × 活动进行中，错过了您肯定会后悔哦！”等等具有吸引力的打招呼话语很轻易就能抓住顾客的耳朵和眼球。

第一章 打招呼，消除与顾客的陌生感

无论你面对的是什么样的顾客，只要细心观察他们的性格喜好，抓住与其攀谈的线索，就能创造良好的沟通氛围，真正从头至尾做到让顾客心情放松，宾至如归，满足他们的消费心理。就能够在最开始的时候，在你跟顾客说出第一句话的时候就让对方满意，愿意和你继续交流。

这样说顾客才会听，
这样做顾客才会买

做销售，一张好嘴胜过一双好腿

民间有句俗话说：“好胳膊好腿不如一张好嘴。”对于销售人员来说，这句话再合适不过了。销售人员经常在外面跑，一天做几个小时的车，然后见顾客的时间可能也就是几十分钟，但是这几十分钟却是十分关键的，决定了销售的成败，决定了你跑了这么远的路是不是白跑。可见，销售员有一双好腿固然重要，可是有一张好嘴则更重要。

三个年轻人到一家大型百货供应公司应聘销售岗位，三人都被留下试用了。老板交给他们一个任务，三天时间看谁销售业绩好，谁将最终被留下。三天后，老板亲自一一过问，轮到第三个年轻人时，老板问他做了几单买卖。这个年轻人说：只有一单。

老板很失望，因为另外两名销售员可比第三位年轻人勤快多了，每天从早忙到晚，平均每天都能拿下六七个单子，看来眼前这个年轻人有些懒啊！那没说的，优胜劣汰，可以让他走人了。老板心里这样想。他又随意问了一句：“你这一单，多少销售额啊？”

接下来，年轻人的回答让老板大跌眼镜：“30万美元。”“什么，30万美元？”老板有些不太相信，半天才回过神来，又问：“真的是30万美元，那你卖了多少货啊？”

“事情是这样的，”年轻人说，“有位先生想要钓鱼，却不知道自己该用什么样的鱼钩，因为他从来没钓过鱼，空闲时间充裕，又很有钱，所以想钓鱼打发时间。我告诉他，在海上或江面钓鱼所用的鱼钩是不一

样的。大、中、小三种鱼钩和鱼线我给他各拿了一套，此外还拿了鱼杆、鱼篓、折叠椅。我又问他去哪儿钓鱼，他说他准备去海边，于是我就建议他买条船，我带他去了我们卖船的分公司，他选中了一艘 20 英尺长有两个发动机的帆船。”

听到这里的时候，老板已经惊讶得不行了，又问：“接下来又发生了什么？”

年轻人接着说：“接下来我发现那位先生的大众牌汽车拖不动新买的帆船，于是我将他带到我们的汽车销售部门，他选中了一款丰田豪华车。他出手阔绰，不过他确实需要这些产品。”

老板有些瞠目结舌：“真是让人难以相信，那位先生仅仅想买两个鱼钩，你却卖给他这么多东西。”

听到这儿，年轻人笑着说：“不是这样的，他只是从我们这里路过，进来问我明天的天气如何，我告诉他明天天气晴朗，建议他明天去钓鱼。然后，我就把他需要的产品介绍给他了！”

这个案例可谓好嘴胜过好腿的经典案例，这个年轻人之所以创下销售奇迹，主要得益于两点：一是对商机的敏感把握；二是出色的口才。

“口能言之，国宝也。”“三寸之舌可胜百万之师。”“善言可息怒，良言胜重礼。”这些都是对口才艺术的高度认可。可以说，在人的各种能力中，说话能力是最能表现一个人的才干、见识、智慧和水平的标志。

成功学大师卡耐基曾说过这样一句话：“一个人的成功，有 15% 取决于知识和技术，85% 取决于沟通——发表自己意见的能力和激发他人热忱的能力。”可见，口才能力对于人的成功起着多么关键的力量。

如果拥有了才识、技能以及宝贵的经验，你还没有成功，甚至距离成功还很遥远，那么，你欠缺的可能就是良好的口才能力，它让你的才识、技能、经验无法得到完好的展示和发挥，你的综合实力因此大打折扣，因此让你与成功咫尺天涯。