

好口才经商术

优秀的口才使你在事业上如虎添翼



中国商业出版社

96
F715
165

2

628492

好口才经商术

晓楠
晋阳 编著
明山



3 0076 5766 5

中国商业出版社



C 124288

(京)新登字 073 号

责任编辑:黄琳

责任校对:晓红

好口才经商务

晓楠 晋阳 明山 编著

*

中国商业出版社出版发行
(北京广安门内报国寺1号)

邮政编码:100053

新华书店经销

七二一五工厂印刷

*

787×1092毫米 32开 6印张 134千字
1993年9月第1版 1993年9月第1次印刷
印数:15000册 定价:3.90元
ISBN7-5044-1751-3/F·1093

前 言

随着市场经济体制的确立与开始运作,经商大潮可谓风起云涌,到处一片“下海”之声。但怎样经商?“下海”后会不会被“淹死”?这些问题实在需要明了。

有鉴于此,我们组织行家编写了这本书,以好口才为出发点,从经商术、推销术、谈判术和说服术的角度,阐述了经商做买卖的各种技巧。的确,在完成交易的过程中,有无口才、说话动听与否,可谓至关重要。所以,本书以教人运用口才为主,结合各种实例,读来生动活泼,兴趣盎然,可读性与实用性并重。实为经商者以及一切准备“下海”人士必不可少的指南针。

花区区几元之数,能使你跨越误区少走弯路,何乐而不为呢?!

目 录

第一章 好口才经商术	1
以赞美引起人们好感的口才经商术	1
反客为主互换角色的口才经商术	2
虚拟失败鼓舞士气的口才经商术	5
迎合顾客需求心理的口才经商术	6
事先练习说话技巧的口才经商术	8
有的放矢雪中送炭的口才经商术	9
以愚掩智大智若愚的口才经商术	11
只问不说简单扼要的口才经商术	12
巧用电话增进感情的口才经商术	13
注意调整语气声调的口才经商术	14
因人而异以礼相待的口才经商术	15
避逆取顺变换角度的口才经商术	16
以热忱赢得顾客赏识的口才经商术	18
使对方联想促成生意的口才经商术	20
巧妙运用赞美之辞的口才经商术	21
善于运用巧妙说词的口才经商术	22
语不惊人死不休的口才经商术	25
不给对方太多考虑时间的口才经商术	28
采取生米做成熟饭的口才经商术	29
尽量避免电话商谈的口才经商术	31
充分准备妥善构思的口才经商术	33
以电话促成迅速交易的口才经商术	34
顾全顾客面子的口才经商术	35
让对方一开始就说是的口才经商术	36
选择多种广告媒体的口才经商术	38
第二章 好口才推销术	41

诱发冲动型顾客的口才推销术	41
以最小单位报价的口才推销术	42
以简短谈话以图成功的口才推销术	44
诚挚相待赢得顾客的口才推销术	45
避免激怒顾客的口才推销术	47
拐弯抹角间接说明的口才推销术	49
以廉价满足对方要求的口才推销术	51
将商品好处具体化的口才推销术	52
转换话题迂回变通的口才推销术	53
大胆向顾客作保证的口才推销术	55
证明自己价格合理的口才推销术	57
以开场白刺激顾客的口才推销术	58
帮顾客出谋划策的口才推销术	60
别让成交冲昏头脑的口才推销术	61
暗示对方二者选一的口才推销术	63
打消顾客疑虑困惑的口才推销术	64
将对方捧得高高的口才推销术	66
把销售可能变为现实的口才推销术	67
先入为主引人开口的口才推销术	68
出奇制胜化解防御的口才推销术	69
善言一句三冬暖的口才推销术	71
让对方相信命运的口才推销术	73
敌明我暗掌握主动的口才推销术	74
见什么人说什么话的口才推销术	75
以新奇引发顾客兴趣的口才推销术	77
掌握顾客购买意向的口才推销术	79
丁是丁卯是卯的口才推销术	82
推定承诺半推半就的口才推销术	83
从对方兴趣话题入手的口才推销术	85
用肯定回答质询法的口才推销术	87

循序渐进水到渠成的口才推销术	89
表现销售员真诚的口才推销术	92
看风使舵随机应变的口才推销术	94
诱导顾客决定购买的口才推销术	95
设计话题亲近顾客的口才推销术	96
善于利用顾客本性的口才推销术	97
妥善处理顾客意见的口才推销术	98
和顾客配合默契的口才推销术	101
把握用语唱作俱佳的口才推销术	103
消除顾客压迫感的口才推销术	104
增加访问客户时间的口才推销术	106
以具体行动表示诚意的口才推销术	107
以诚挚关心博取好感的口才推销术	109
以语言柔道说服顾客的口才推销术	110

第三章 好口才谈判术 120

针对问题有的放矢的口才谈判术	120
以虚度实跨越话题的口才谈判术	121
少说多听避免冲突的口才谈判术	123
以退为进善于忍耐的口才谈判术	124
蒙混视线制造烟幕的口才谈判术	126
以适合方法提出适合问题的口才谈判术	126
以幽默钥匙打破僵局的口才谈判术	128
以激将法刺激对方的口才谈判术	130
沉着答复因势利导的口才谈判术	132
边打边谈施加压力的口才谈判术	135
突破对方警戒线的口才谈判术	136
依靠良好商业判断力的口才谈判术	137
无中生有寻找借口的口才谈判术	139
采取折衷方案的口才谈判术	141

诱使对方让步的口才谈判术·····	142
吹毛求疵击中要害的口才谈判术·····	143
以常用辞句解决难题的口才谈判术·····	145
避免误解谨慎说话的口才谈判术·····	146
尽量减少对方敌意的口才谈判术·····	148
坚持自己有理的口才谈判术·····	149
装聋作哑等待让步的口才谈判术·····	151
避人耳目搅乱局面的口才谈判术·····	152
亮出先例抑制对方的口才谈判术·····	153
满足对方安全感的口才谈判术·····	155
巧用时间取得主动的口才谈判术·····	157

第四章 好口才说服术 ····· 160

引经据典借助名人的口才说服术·····	160
仗无把握切莫开战的口才说服术·····	161
避开问题巧妙搪塞的口才说服术·····	163
促膝谈心分担困难的口才说服术·····	164
假痴真辩使对方平静的口才说服术·····	166
描绘一幅成功前景图的口才说服术·····	167
使对方恢复责任心的口才说服术·····	169
先顺后逆后发制人的口才说服术·····	170
事关重大须慎重考虑的口才说服术·····	172
开诚布公晓以大义的口才说服术·····	173
诱敌深入引人入彀的口才说服术·····	174
先恭维后陈述理由的口才说服术·····	175
嬉笑怒骂皆成文章的口才说服术·····	177
先肯定后要求的口才说服术·····	178
夸大谬误削弱对方的口才说服术·····	179
爱之深责之切的口才说服术·····	180
条条大道通罗马的口才说服术·····	182

第一章 好口才经商务

以赞美引起人们好感的口才经商务

一句话，既可以交一个人，也可以得罪许多人，推销者、经商务人如何恰当地运用你的赞美词，促成你的生意呢？

有这么一件事：

8位女友去餐馆吃饭，庆贺她们当中的那位最年长的过生日。这8个人的年纪都在70岁以上。点菜时，其中一位对招待员说：“这顿饭是为了庆贺爱尔丝82周岁生日。”

招待员问了一句话，这句话得罪了7个人，交了1个人。

招待员问的是——“你们哪一位是爱尔丝？”这只不过是句很平常、也很正常的问话。但它表达了一层意思，你们8个人看上去差不多看不出哪位是爱尔丝。爱尔丝从这句话得到自己和其他7个人一样年轻的评价，当然会立即与招待员交上朋友，而另外7人自尊心却被刺了一下，感到自己在招待员的眼里与爱尔丝一样年长，自然她们就对这位招待员另眼相看了。

大多数人都喜欢被人赞美，一般的人认为赞美是一种肯

定能引起对方好感的交往形式。我给你好话，你给我好感，这是符合人际交往的酬赏准则的。然而，“赞美引起好感，并不是绝对的、无条件的。那么怎样赞美能引起生意伙伴的好感呢？

第一，难得的赞美。我敢打赌“我对人人都欣赏，你也不例外”的赞美和“我对一般人很少赞赏，你是例外”的赞美相比，后者比前者更能引起好感。你想想看，是否也有同感。

第二，真挚而热情的赞美。能否引起好感的赞美必须是发自内心，热情洋溢的。如果你赞美对方时，语调呆板，心情冷漠或精神不集中，心不在焉，敷衍了事，肯定没有好的效果。

第三，无意的赞美。即不是有意说给被赞美者听的赞美。这种赞美，会被对方理解为是出于内心，不带某种企图的。于是一种又喜又惊的良好感觉便油然而生。

第四，具体而确切的赞美。含糊、空泛的赞美，会使对方认为你是逢场作戏，而不是真心，觉得你有某种企图，而在故意套近乎。如果你适时地、有针对性地进行赞美，而且表达得言简意赅，观点鲜明，那对方就会为你的赞赏力、辨别力和诚意所打动。

第五，不断增加的赞美。假如有两个人听你陈述某个观点，其中甲一开始就不断点头称赞；而乙则一开始持怀疑的态度，有时摇头、皱眉，但渐次露出钦佩的神情。最后两个人几乎同声地说：“你讲得太好了。”假如你是那位演讲者，你会喜欢谁呢？据阿伦森的研究表明，人们最喜欢那些对自己的赞美显得不断增加的人。

反客为主互换角色的口才经商术

经商中，你常会遇到这种情况：已经协商好了的价格，对

方却突然变了，提高数倍，于是你怒不可遏地找上门去……这时，你会有什么结果呢？可如果你掌握了反客为主法，想说服对方就容易得多了。

美国学者德里·卡内基讲过这样一件事：我每季都要在纽约的某家大旅馆租用大礼堂 20 个晚上，用来口授社交训练课程。有一季度，我刚开始授课时，忽然接到通知，要我付比原来多 3 倍的租金。而这个消息到来之前，入场券已经印好了，而且早已发出去了，其他准备开课的事宜都已办妥。

很自然，我要去交涉。怎样才能交涉成功呢？他们感兴趣的是他们想要的东西。两天以后，我去找经理。“我接到你们的通知时，有点震惊。”我说，“不过，这不怪你。假如我处在你的地位，或许也会做出同样的通知。作为这家旅馆的经理，你的责任是让你的旅馆尽可能地多盈利。你不这么做的话，你的经理位置就难保住，也不应该保得住。假如你坚持要增加租金，那么让我们来合计一下，这样对你有利还是不利。先讲有利的一面，大礼堂不出租给讲课的而出租给举办舞会的、晚会的，那你可以获大利了，因为举行这一类活动的时间不长，他们能一次付出很高的租金，比我出的租金当然要高得多，租给我，显然你吃了大亏。现在来考虑不利的一方而，首先你增加了我的租金，却降低了收入，因为你实际上把我撵跑了。由于我付不起你所要的租金，我势必再找别的地方举办训练班。还有一件对你不利的事实，这个训练班将吸引成千的有文化、受过教育的中上层管理人员到你的旅馆来听课，对你来说，这难道不是起了不花钱的活广告作用了吗？事实上，假如你花 5000 元在报纸上登广告，也不可能邀请这么多入亲自到你的旅馆来参观，对你来说，这难道不值吗？我的训练班给你邀请

来了，这难道不合算吗？”讲完后我告辞：“请仔细考虑后再答复我。”当然，最后经理让步了。

卡内基先生的成功，就是使用了反客为主的方法。他没有因为旅馆蔽竹杠而发怒，而是采取了一种不同一般的谈话方式，他变换了一个角度，不是站在自己的立场上为自己争辩，而是站在对方的立场上为对方说话。所叙之言，不仅不为自己的利益争理，反而句句为对方设身处地着想，最后他胜利了。这就是反客为主的言谈方式的效用。反之，即使卡内基能辩赢那个旅馆经理，经理因自尊心受伤害也很难放弃提高租金的主张。

反客为主法之所以能感动人，首先是谈话人角色互换；其次是立足点由我方立场移转到彼方立场，自觉把客体当作主体来自我评价对待！这在无形中也提高了对方的成望，使对方的自尊心受到了尊重。这样，你说出来的话在对方听来会产生句句人耳人心的效果，所以能感动对方，对解决矛盾有好处。

反客为主法说来容易，真正做到并不容易。

首先，要摸准对方的心理。反客为主，实际上就是一个将心比心，那首先当然要求知心，然后才可比心。譬如，前边提到的那个例子中，旅馆要增加租金，无非是为了一个“利”，卡内基就紧紧抓住了这一点，认真分析了增加租金对旅馆究竟有利还是无利，通过详细的对比分析，终于使旅馆经理认识到增加租金对旅馆不利，最后取消了提高租金的打算。

其次，使用反客为主法关键在于劝说者的语言技巧的优劣。反客为主即站在对方的立场上说话，这种以对方为主的作法有两种形式：一是以对方的人为主，一种是以对方的事为主。一个优秀的劝说者，在劝说人前总要先同对方建立起互相

信任和同情的感情，如果对方对某事烦恼，你可说：“我理解你的心情，要是我也会这样。”这是以对方的人为主。这样劝说体现了对对方感情的尊重，再接着往下说，对方就更听得进了。另一种情况是当劝说受到对方反驳时，老练的劝说者不但不立即反驳对方反而重新陈述对方的意见，承认它的优点，这是有意把对方意见放在受重视的地位，以对方的话为主，尊重对方的自尊心，然后你再谈及自己的意见，指出优于对方的地方，对方便容易接受了。

使用此法时还须注意，当你站在对方立场上说话时，不要忘了是为自己的目的服务。设身处地为对方着想只不过是手段而不是目的。角色互换不是说话目的的改变，而是为了说服对方，达到劝说的目的。所以，在以对方口吻说话时不要单纯迎合，其中要暗含自己的真实目的。

虚拟失败鼓舞士气的口才经商术

在经营的过程中，有一种鼓舞士气，加大成功率的说服术，通常被商业界、企业界等部门的主管广泛应用，那就是在言谈里虚拟失败以防止真正失败的技巧。

当上司命令部下做某件事的时候，一般般后都会加重语气地说：“绝不可失败！”、“一定要完成任务”或“必须十分谨慎地去做！”等，身为部下者经上司这么一说，顿觉心理负担加重，放不开手脚，不敢大胆去闯。事后部下反会误认为“反正上司并不看重我的实力，我还拼什么命”，这样一来，无形中对公司的须失是极大的。

同样的情形，本田机车老板本田中一郎却不这么说，他总

是对部下说：“你绝对不要怕失败，愈怕愈不能做好，况且我相信你不会失败。”本田企业之所以能有今日，当然有许多其他的原因，但也绝不可忽视他对部下说话的技巧，这种技巧可以说是防止失败的特效药。

如果有一名部下犯了一次小过错而耿耿于怀，此时他的上司若能给他一剂强心针，则必能反败为胜。例如说：“世上哪有不失败的道理，就是因为有了失败才会成功，失败是成功之母，多做多获取失败的经验，没关系！”

虽说世上绝无故意失败者，但这些失败者往往因上司对他的信赖，而更加勤奋。

不论任何一位主管，没有不怕失败的。同样是怕失败，有的人成功了，有的人却真正失败了，其中的奥秘就是成功者在处事和言语中装作不怕失败。请认真听一句忠告：要命令部属做一件事时，应诚恳地告诉他：“不要怕失败，”这样他必能拼死为你做好这件事。

迎合顾客需求心理的口才经商术

在生意人讲习会中，有下面意见：

“我是经常做生意的人，不必要研究传述名片的方法，也不必要谈交际。”

“咱们是做临时买卖的，并不需要跟别人去闲聊天，照我看来，经常做生意和临时做生意，本质上是不同的，根据我过去的做法就足足有余了。”

像上述说法，仿佛是拿一公尺长的钓鱼线系在钓竿上，而意图去钓一公尺外的鱼。做生意专靠运气的话，就只能做前来

买东西的人的生意，而他实际上仅仅是充当了一个售货员而已。

卡内基曾说过：“我很喜欢吃草莓酱，不过在钓鱼时在钓钩上我绝不放草莓酱，我一定是放鱼儿喜欢吃的东西。”这番话不仅是钓鱼的法则，也是做生意的法则，秉此原则，方可滔滔不绝地道出迎合对方心理的话来。

有位交通公司营业所的I君表示：“跟自己合不来的人绝不交际，也不跟自己合不来的人做买卖。”他的理由呢？他说没有必要故意跟合不来的人去打交道，也不想成为八面玲珑的人，认为根本没有必要，自己也不喜欢多下这么一份心思。可是，经过生意人讲习会之后，他的观念改变了，自此三个月下来，他的销售量增加了2倍。I君不但对于打电话来问的人先去访问，面对于很有希望的客人也必须去访问，在过去有定期合同的顾主也前去拜访；这时不管是经常交易或临时交易都全面展开。后来I君曾发表他的感想：“以前我用一种狭隘的观念来做生意，所以在无形中损失了很多顾客，现在一经改变，我的销售量提高了许多。

3年后，他果真升迁至某公司的经理了。

I君曾经给其学长写信道：“我从生意人讲习会中学到了不少。譬如，对于部属的说话，对于上司的报告，及对于顾客的谈话，我都活用谈生意的说话技巧。”

善于应用谈生意时的说话方式，无论推销什么商品，什么对手、什么场所，均可获得预期的效果。这个道理，适用于临时交易和经常交易，谈生意之所以能成交，其肇端实相去不远。

事先练习说话技巧的口才经商务

讲话是很神妙的，同样的一句话，有的说出来令人厌烦，有的则使人兴味浓厚。举个最好的例子吧，说相声的人，同样的故事，可以是二锣戏、二流戏、压轴好戏之差别；而同样是压轴戏，演员是一位新手或是一个老手，他们的风趣就各有不同，此乃由于这些说滑稽相声的人，给予观众的临场感各异之故。在电视剧中也可以看出各人身段、功架、台风之处理，凡此种种均不难发现其临场感的旨趣高下有分，喜剧家固然重点摆在舞台技艺之上，表演时动作夸张也是成功的要素。因为这种夸张能发生许多有趣的事，妙趣横生的泉源就非“临场感”莫属了。

我们分析经验丰富的生意人的谈话，跟说滑稽相声没有两样的。生意人也需模仿他人讲话，要有种种安排、举动，也要选择话题，又须运用些感情做基础。假定来了一位老经验的生意人，听他说话时，对生意人有关产品的评语，或其使用机器之感想，由于生动真切的感觉，顾客心头仿佛自然浮现一部机器。生意人谈到单调的统计数字时，或有关该产品的使用功效、次数、年限时，也会赋予生命的；这种说话的技巧，不正是和说相声有异曲同工之妙吗？单日学会这种说话艺术，对谈生意有极大裨益。

“太太，你认为如何……”（一面打开瓦斯灯）

“在这里反而会听见旁边冰箱的声音。”

“就是嘛，太太，您不妨仔细听听有没有烧瓦斯的声音？隔着这道墙，倒是听见隔壁的人在说话。”

“小姐，这种型的缝纫机，大家管它叫‘去了再来，去了再来’。由于这种缝纫机用时会回过头来，顾客们都很喜欢，女士们因而给它取了这个名字哩！”

“哦！有这种方便的缝纫机呀？”

“是啊，有没有听过它‘去了再来’的绰号？”

另一则：

“这一种测量仪器是电子的，即使是一根头发，它也可以轻易测出来。在那仓库中央，即使点一支火柴抽烟，所发的温度差，仪器也会敏锐的发出警报来，同时记录下来，而且它跟调温装置连在一起，所以许多电脑都采用这种仪器。”

事前要把将要向客人说的推销话语，像剧本一样写在稿纸上，然后拿着稿在家人面前念出来，征求他们的意见，加以修改之后，录成录音带。将录音声播放出来，无论如何要反复练习，最后不需要稿子可以一句句讲得极流畅。同时也要考虑到声腔的高低缓急、间隔之长短及讲话的音量，像这样一次次重复地练习，就是你掌握说话技巧的捷径。

有的放矢雪中送炭的口才经商务

布里斯托·梅耶厂出厂的“敌那晒护肤液”的广告词是这样写的：

在夏日里，你把身体的大部分裸露在外，因为你经常穿旅游衣、运动服和超短裙衫。所以应该使你的皮肤显得更美丽。

看来，夏日里经常保持全身的美观是非常重要的，不仅是为了特殊场合，而且整个夏日里每天都应该注意全身的美容。

但这也并不是很费事的。你只要买一瓶“敌那晒”就可以