

说贴心的话，你就会成为客户的贴心人

贴心话

把话说到客户心坎上，
你的话就能卖个大价钱

宋犀堃◎著

开发客户时，说贴心的话引起注意；
接近客户时，说贴心的话感染对方；
介绍产品时，说贴心的话打动对方；
即将成交时，说贴心的话坚定决心；
售后服务时，说贴心的话温暖人心。



北方妇女儿童出版社

TIEXINHUA

贴心话

把话说到客户心坎上，
你的话就能卖个大价钱

宋犀堃◎著



 北方妇女儿童出版社

长春

版权所有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

贴心话 / 宋犀堃著. -- 长春 : 北方妇女儿童出版社, 2015.11

ISBN 978-7-5385-9459-1

I. ①贴… II. ①宋… III. ①销售-口才学 IV.
① F713.3 ② H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 218741 号

出版人 刘刚
出版统筹 师晓晖
策 划 慢半拍 马百岗
责任编辑 张晓峰 苏丽萍
封面设计 回归线视觉
开 本 710mm × 1000mm 1/16
印 张 16
字 数 240千字
印 刷 北京盛华达印刷有限公司
版 次 2015年11月第1版
印 次 2015年11月第1次印刷

出 版 北方妇女儿童出版社
发 行 北方妇女儿童出版社
地 址 长春市人民大街4646号
邮 编 : 130021
电 话 编辑部 : 0431-86037512
发行科 : 0431-85640624

定 价 39.80元



“现在的销售是越来越难做了！”

“竞争太激烈了，我的好多老客户都被抢走了！”

“订单太难拿了，现在的客户越来越难说服！”

“现在的人砍价真厉害，再这样下去，就没有利润可言了！”

……

如果你是一位销售员，是不是会感觉上面的话非常耳熟？没错，现在的市场竞争确实非常激烈，反映到奔波在市场第一线的销售员身上，就会感觉订单越来越难拿，客户越来越难“伺候”。

有些销售员，专业知识很渊博，介绍起产品来口若悬河，滔滔不绝，客户却一点儿也不愿意听，唯恐避之不及。

有些销售员，屡败屡战，愈挫愈勇，天天去纠缠客户，业绩还是毫无起色。

有些销售员，订单拿了不少，但被客户挥刀猛砍，导致利润越来越低，甚至有时还要亏本。

这些销售员，把所有的问题归结到竞争激烈上，真的是这样吗？

那为什么有些销售员，他们每天花的时间远少于同行，业绩却远远高于别人？为什么他们惜字如金，说话不多，却能轻松说服客户购买自己的产品？

为什么他们从来不背诵那些专业的营销知识，却能培养出一大群回头客？

差距究竟在哪里？

差距就在于，前者没有掌握高明的销售话术，缺乏真正有效的沟通技巧。

著名销售大师戴尔·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销售人员将很难在这个竞争激烈的市场中博取自己的一席之地。

“交易的成功，往往是口才的产物”，这是美国的“超级销售大王”——弗兰克·贝特格近三十年推销生涯的经验总结。因此，可以这样说，对于销售人员来说，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。

可以这样说，销售工作就是要通过说服客户来达成交易。如果销售人员口才不济，就无从与客户进行有效的沟通，也就谈不上对客户的说服，进而也就无法成功地达成交易。

当然，对于销售人员来说，所谓的“口才”并不是能说，说起来口若悬河、滔滔不绝，而是要会说，话不在多，句句能说到点子上，能够打动客户。



那么，如何运用自己的语言来打动客户呢？唐代大诗人白居易说：“动人心者莫先于情。”意思是说，要说服人、打动人，必须动之以情，言语必须是诚心诚意的，发自内心，富有人情味和同情心，让人听后觉得你是真心为他好，是设身处地地为他着想，而不是在应付他。相反，冰冷的态度、程式化的言辞，都会引起对方的逆反心理，增加说服的难度。

因此，你的话越真诚，越贴心，就会越容易获得客户的信赖，得到客户的认可。客户一旦动了心，你的订单还会跑吗？

本书内容涵盖了从开场寒暄直到售后服务的整个销售过程，通过大量鲜活、经典的案例，介绍了销售高手们在吸引客户的注意力、探明客户的真实需求、介绍产品、化解客户的异议、应对不同类型的客户、讨价还价、促使客户完成交易以及解决售后问题等各个环节中使用的沟通技巧和话术秘诀，深入剖析了销售沟通不畅的症结所在，教你如何将话说到客户的心坎上。



目录

第一章

巧妙寒暄

暖心的开场白会黏人

- 打破心墙，一句“谢谢”暖人心 // 003
- 温馨寒暄，让交易充满人情味 // 006
- 巧妙迂回，让题外话拉近彼此距离 // 009
- 制造共鸣，成为客户的“自己人” // 011
- 亲切自然，热情的语言最动人 // 014
- 拉近关系，制造一见如故的缘分 // 017
- 真诚善意，用亲和力黏住客户 // 021

第二章

一语中的

吸引客户的注意力

- 语出惊人，用悬念勾起客户的好奇心 // 027
- 言简意赅，用完美的自我介绍吸引客户 // 030
- 幽默风趣，让客户笑了就好办 // 033
- 虚心请教，打开客户的话匣子 // 035
- 娓娓道来，用巧妙的故事拴住客户 // 039

第三章

盘根究底

问出客户的真正需求

- 调查询问，全面了解客户的需求状况 // 045
- 诊断式提问，找到满足客户需求的对症良药 // 048
- 询问用途，为客户推荐最合适的产品 // 052
- 询问细节，问得越细，收获越多 // 053
- 积极性提问，透视客户的心理 // 057
- 围绕主题，将关切带给客户 // 061

第四章

介绍产品

好处说透，益处说够

- 声情并茂，介绍产品要有感染力 // 067
- 展示数据，用权威的数字说话 // 070
- 了解产品，介绍才能清晰全面 // 072
- 突出卖点，介绍产品要扬长避短 // 074
- “演”“说”结合，制造良好的试听效果 // 079
- 客观专业，正确评价对手的产品 // 082
- 巧妙揭短，适度说一些产品的“小缺点” // 085

第五章

换位思考

将心比心的话最动听

- 以心换心，站在客户的角度说话 // 091
- 打动心灵，让客户感觉到被重视 // 095
- 迎合需求，满足客户的心理愿望 // 097
- 赢得信赖，沟通中要处处为客户着想 // 100
- 合理建议，为客户提供切实的帮助 // 104

第六章

因人而谈

把话说到每一个客户的心坎里

- 维护面子，应对爱慕虚荣的客户 // 109
- 礼让三分，应对喜欢争论的客户 // 112
- 有效引导，应对犹豫不决的客户 // 116
- 保持耐心，应对固执的客户 // 119
- 细致耐心，应对沉默寡言的客户 // 123
- 顺势而谈，应对外向型的客户 // 128

第七章

循循善诱

让客户顺着你的思路走

- 引人入胜，为客户描绘美妙的意境 // 133
- 创造需求，让客户产生想拥有的感觉 // 136
- 巧妙刺激，激发客户的购买欲望 // 140
- 制造行情，利用客户的从众心理 // 143
- 借力打力，让“第三者”来替你说话 // 147
- 深入挖掘，用语言“钓”出客户的潜在需求 // 150
- 得寸进尺，让客户不知不觉地扩大消费 // 154

第八章

巧言释疑

把客户的异议变成满意

- 抓住关键，问出客户异议的真假 // 161
- 巧妙迂回，认同甚至赞美客户的意见 // 166
- 以柔克刚，应对异议的太极话术 // 169
- 顺利转化，将异议变为销售卖点 // 173
- 步步为营，让客户一直说“是” // 175

第九章

起死回生

妙言巧语应对拒绝

- 见招拆招，应对“考虑考虑”的拒绝理由 // 183
- 突出品质，应对“货比三家”的拒绝理由 // 188
- 分析利害，应对“以后再说”的拒绝理由 // 191
- 展示优势，应对“我已有供货商”的拒绝理由 // 193
- 创造时间，应对“没有时间”的拒绝理由 // 196

第十章

讨价还价

好价格是谈出来的

- 适时报价，选择合理的报价时机 // 203
- 多谈品质，优质的产品不便宜 // 206
- 顺承其意，顺着客户的思路说服 // 208
- 价格细分，化整为零，“大钱”变“小钱” // 210
- 强调价值，帮客户找到心理平衡 // 212

第十一章

一锤定音

坚定客户购买的决心

- 委婉催促，帮助客户下定购买决心 // 217
- 欲擒故纵，让客户主动急于成交 // 218
- 激将成交，巧妙利用客户的自尊心 // 221
- 非此即彼，促进成交的“二选一”法 // 223
- 引出承诺，促使客户言行一致 // 224
- 屏蔽风险，解除客户的后顾之忧 // 226

第十二章

售后服务

贴心话温暖人心

- 耐心倾听，真正了解客户的问题 // 233
- 表达关切，用换位思考与客户沟通 // 236
- 积极化解，时间抚不平客户的不满 // 238
- 平息怨气，措辞不当会火上加油 // 240
- 化解矛盾，服务禁语不出口 // 243



第一章

巧妙寒暄

暖心的开场白会黏人

◎您这么忙还抽出时间来接待我，真是非常感谢！

◎您的服装搭配得既简洁又显档次，一看您就是个有品位的人。

◎王姐，好久不见了，您最近怎么都没来店里坐坐啊？我们前两天还说起您了呢，大伙都怪想您的。

◎丁先生，您工作这么忙，精神头还这么足，有什么保健妙招啊？

◎这是您的孩子吧？一看就是个乖孩子，我的孩子也这么大，可是淘得很。

◎听说这一块儿您最会做生意，今天我是特地来向您讨教真经的。

◎欢迎光临！先生家里是要装修吧？您先随便看看，有什么需要，随时招呼我！

◎欢迎光临 ×× 品牌店！很荣幸能为您服务。您是第一次到我们店吗？您是想先自己看看呢，还是让我帮您介绍一下？

打破心墙，一句“谢谢”暖人心

法国空中客车飞机制造公司有个销售能手叫贝尔纳·拉迪埃。当他被推荐到空中客车公司时，面临的第一项挑战就是向印度推销飞机。

向印度推销飞机是一项十分棘手的任务。因为这笔交易虽然已经通过了印度政府的初审，但是并没有获得批准。此行能否成功，全看销售代表的谈判能力了。贝尔纳·拉迪埃肩上的任务十分艰巨。

贝尔纳·拉迪埃到达新德里时，接待他的是印度航空公司的主席拉尔少将。见到拉尔少将时，贝尔纳·拉迪埃的第一句话是：“谢谢你，拉尔少将！正是因为你，才使我有机会在我生日这天又回到了我的出生地！”

这句开场白简明、得体，其中包含了好几层意思：首先，他告诉对方今天是自己的生日，并且自己是新德里人，在自己这个值得纪念的日子里回到故乡，这何尝不是让人高兴的事情呢？其次，他告诉对方，之所以自己能有这个难得的机会，正是由于要同对方谈判才得到的。所以也可以说，这个契机是对方给予自己的。这难道不应该感谢对方吗？

这个开场白在拉尔少将听来，当然非常受用，由此，一见面他就对贝尔纳·拉迪埃有了好感。这一句简单的开场白成功地拉近了贝尔纳·拉迪埃与

拉尔少将的距离。

最终，贝尔纳·拉迪埃靠着娴熟的谈判技巧，为空中客车公司拿下了这宝贵的一单。

贝尔纳·拉迪埃的成功在于他第一次与客户见面时，用感谢式寒暄法拉近了与客户的心理距离，为接下来的谈判工作做好了铺垫。

与客户访谈或交流时，如果在对方心墙高竖的情况下，是难以进行实质性的沟通，也很难赢得客户的信任，并说服客户成交的。

所以说，面对陌生的客户，尽快拉近彼此的心理距离是销售成败的关键。

我们知道，在体育比赛之前，需要做一些热身运动。其实，与客户的开场寒暄就相当于销售行为的热身运动。寒暄可以使双方解除心防，在一种轻松的氛围中进行交流。因此，看似随意的寒暄，却有着不可忽视的大作用。

再来看下面一个场景：

销售员钟丽如约来到客户办公室。

“陈总，您好！您这么忙还抽出宝贵的时间来接待我，真是非常感谢啊！”

（感谢客户）

“陈总，看您的办公室装修得这么有品位，您肯定是个做事很讲究的人！”

（赞美客户）

“陈总，这是我的名片，请您多多指教。”（以交换名片作自我介绍）

“陈总以前接触过我们公司吗？”（停顿片刻，让客户回想或回答，给客户留时间）

“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。您作为企业的负责人，肯定很关注如何最合理地配置您的办公设备，以尽可能的节省成本，所以，今天特地来拜访您，看我们公司有没有能帮到您的。”（介绍此次来的目的，强调客户的利益）

“贵公司目前正在使用哪个品牌的办公设备？”（让客户开口）

“来，钟小姐，我们坐下谈。”

从这个例子可以看出，钟丽用一句感谢式开场白拉近了与客户的距离，赢得了客户的好感和信任，从而得到了与客户继续交谈下去的机会。

“感谢”是开场白中的万能工具，在任何场合都可以使用。这主要是因为：首先，感谢式开场白的语言组织门槛不高，只要点明一下相关情况，比如，客户付出的时间、客户给你的机会，或者仅仅感谢一下客户的配合即可；其次，感谢式的开场白在情感上容易被人接受——感谢对方能够让对方心情愉悦，从而使双方的关系变得更加亲近融洽。

感谢式的开场白虽然相对来说比较简单，但是以下几点还是非常值得我们注意的：

首先，表达感谢时要面带微笑，因为任何板着面孔说出来的感谢都会使谢意大打折扣，也会使被感谢者情感上难以接受，认为对方完全是迫于形势表达的违心的感谢。

其次，表达谢意时要做到声情并茂。表达感谢者在说感谢的话语时注意语调要欢快明亮而不要沉缓暗哑，吐字要清晰而不要含混不清，同时保持语速适中，不急不缓，以使对方觉得你的感谢充满了诚意。如若不然，会使人感觉冷淡、虚假。

其实，对于销售员而言，你的工作、业绩、薪水、晋升等，换句话说，你的整个事业都应该是每一位客户给予的，难道他们不值得你真心感谢吗？从这个意义上来说，发自内心地对他们说声“谢谢”不是件难事吧！

温馨寒暄，让交易充满人情味

寒暄就是唠家常，比如说，谈一些轻松的话题、聊一些对方关心的问题、说一些互相恭维的话，等等。寒暄看上去很简单，但功效不可忽视。因为唠家常似的寒暄可以缓解第一次接触时彼此的紧张状态，解除双方心中的警惕，缩小距离感，从而建立起可信赖的关系。几句得体的寒暄会使气氛变得融洽，有利于顺利地进入正式交谈。

很明显，用寒暄作为销售的开场白对于迅速拉近销售员与客户间的距离是十分有效的。因而一个成功的推销员特别注重利用寒暄开启法抓住客户的心。一个无法抓住客户的心并为之建立感情的销售员不是一个合格的销售员，因为对于他而言，交易能否进行下去尚且是个问题，更别提交易成功的可能性了。

一位客户讲述了自己的一次经历：

那一年我想买车，经过无数次的比较，我选定了A车。来到A车展售中心，我开门见山地向业务员表示：“我比较中意这款车。请问在车上再加装两个音箱多少钱？”

“这要看你喜欢哪一种的音箱，我才好给你报价！”

“噢！那再加个导航呢？”

“这也要看你要哪种导航。”

“那隔热纸呢？”

“隔热纸也分很多等级，要看你要哪一级的！”

“噢！”

这时电话铃响，业务员去接电话，我借机开溜！

按理说，对于销售员而言，遇到一个已经决定购买的客户，交易的成功率是极大的。因为销售员不用再浪费双方的时间去向客户推销自己的产品，只需要强化客户购买的决心，消除客户的犹疑心理。对于这个案例而言，这位销售员当时应进行的工作是尽自己最大的能力给客户所有的疑问以满意的回答。

但这桩即将成功的买卖还是失败了。这是为什么呢？有人问这位客户：“你为什么要开溜？”这位客户回答：“那是因为我从销售员身上感觉不到热情，好像我求他似的。我担心一旦购买以后的售后服务也是这么爱答不理的。”

从上述客户的回答中，我们不难看出销售员犯的三个错误：

一是他没有经过寒暄就直接谈到商品的本身。这让客户感觉到这场交易没有人情味，心里别扭。

二是在整个交流过程中，客户反客为主，掌握了整个谈话的主导地位，而销售员则是在被动地回答客户，没有履行推销展示的义务。这让客户怀疑对方的诚意。

三是销售员与客户在洽谈中跑去接电话，这给客户的感觉“商家并不以我为中心”。因此对交易之后的服务，客户产生了怀疑。

那么，销售员该怎样利用寒暄来促进销售呢？让我们来看一个成功的案例。

销售人员：小姐您好！请这边坐。准备拍婚纱照吗？

小姐：是。

销售人员：是朋友介绍过来的？还是路过看到进来的？（收集资料）

小姐：我刚好路过。

销售人员：婚期什么时候呢？（收集资料）

小姐：下个月底。