

The Topmost  
Eloquence Of Sales

玩转情商，把话说到客户心坎上

# 销售金口才

99%的人都把卖点说错了

袁依平◎著

沟通技巧的小改变

销售业绩的180度大转变

8大场景，5个步骤，12类客户  
提示销售成交密码，提升销售实战能力



立信会计出版社  
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

The Topmost  
Eloquence Of Sales

# 销售金口才

99%的人都把卖点说错了

袁依平◎著



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

销售金口才/袁依平著.--上海:立信会计出版社, 2016.7  
(时光新文库)  
ISBN 978-7-5429-5031-4  
I. ①销… II. ①袁… III. ①销售—口才学—通俗读物 IV. ①F713.3-49②H019-49  
中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第104629号

策划编辑 蔡伟莉  
责任编辑 蔡伟莉 张 寻  
封面设计 久品轩

## 销售金口才

---

|      |                  |      |                 |
|------|------------------|------|-----------------|
| 出版发行 | 立信会计出版社          |      |                 |
| 地 址  | 上海市中山西路2230号     | 邮政编码 | 200235          |
| 电 话  | (021) 64411389   | 传 真  | (021) 64411325  |
| 网 址  | www.lixinaph.com | 电子邮箱 | lxaph@sh163.net |
| 网上书店 | www.shlx.net     | 电 话  | (021) 64411071  |
| 经 销  | 各地新华书店           |      |                 |

---

|     |                          |      |   |
|-----|--------------------------|------|---|
| 印 刷 | 廊坊市华北石油华星印务有限公司          |      |   |
| 开 本 | 880毫米×1280毫米             | 1/32 |   |
| 印 张 | 8                        | 插 页  | 1 |
| 字 数 | 186千字                    |      |   |
| 版 次 | 2016年7月第1版               |      |   |
| 印 次 | 2016年7月第1次               |      |   |
| 书 号 | ISBN 978-7-5429-5031-4/F |      |   |
| 定 价 | 29.00元                   |      |   |

---

如有印订差错, 请与本社联系调换

# P R E F A C E

## 前 言

知识就是财富，口才就是资本。买卖不成话不到，话语一到卖三俏。

20世纪最伟大的心灵导师和成功学大师戴尔·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。”

美国的“超级推销大王”弗兰克·贝特格总结自己近30年推销生涯的经验时说道：“交易的成功，往往是口才的产物。”

不必列举了，好口才才能带来好钱财，这是毋庸置疑的！良好的口才才是销售成功的一把金钥匙。对于销售人员来说，是否会说话，往往直接决定了其交易的成败。

通常，会说话的销售人员能比其他人销售出更多的产品，相应的，也就会拿到更多的销售提成。

日积月累，有“口才”的普通销售人员，早晚一天会变成有“钱财”的销售巨人！

如果一本书里有：

“世界上最伟大的销售人员”乔·吉拉德经验教训的再现。

“东方销售女神”柴田和子的各种成功经验。



“销售之神”原一平的出奇制胜术。

美国的百万圆桌会议（MDRT）齐藤竹之助巧妙开发客户的经验。

.....

那它就是销售人员的必备宝典。

本书精心选取了这些销售巨人的成功经验，并融合了普通销售人员面对各种情况时的多样实战技巧。为每一个想要成功的销售人员搭建一个坚实的进步阶梯！

要想成为一个一流的销售人员，就要培养自己的销售金口才，而要想培养自己的销售金口才，就需要有名师指点加上自己的刻苦努力。正因为如此，我们编写了这本专门针对销售人员的口才训练指导。与众多同类书籍的不同之处在于：我们本着省时省心的原则，不做过多的议论空谈，而是点到为止，一目了然；以实例带技巧，以分析带实战指导，捞干的，拣最实用的，拣销售过程中经常遇到的硬骨头来“啃”。

同时，本书按照销售过程，从开发客户到预约、面谈、报价议价，再到解决抱怨做好售后服务、留下客户和开发新客户，一步步慢慢道来，讲得清楚，说得明白。

“师傅领进门，修行在个人。”

一本书讲得再好，它的容量也是有限的，也只能起到抛砖引玉的作用。销售人员最终的成功还要通过自己在实践中多总结，在与客户过招中多练习，在现实销售中灵活运用各种招式，甚至能“青出于蓝而胜于蓝”，超过本书所举的各种优秀的销售人员！只有这样，你才



会成为一名更优秀的销售人员！才能凭借三寸之舌来开发客户，使客户对产品或服务产生信心和兴趣，并让客户最终购买产品，你也因此得到应有的回报！

希望大家能在本书的提示下，在日常销售工作中一点一滴地去学习、去探索、去积累各种各样的口才实用技巧，助益自己的成功！

加油！磨好“唇枪”，练好“舌剑”，明天，你就是最伟大的销售人员！



# CONTENTS

## 目录

### 第一章 练好口才，随时做到出口成金

赞得妙才能卖得俏 / 2

借助幽默点石成金 / 6

妙用无声语言 / 10

积极倾听助益销售 / 12

千万把好“出口”关 / 15

留心你的“小动作” / 17

本章小结 / 19

### 第二章 巧探深挖，摸透客户的心思

摸准客户的购买实力 / 22

问出客户心思的方式 / 24

用积极提问透视客户心理 / 28

用反问锁定客户注意力 / 31

用引导式提问说服客户 / 33

- 用假设套出客户的需求 / 37
- 用“红灯话术”说服客户 / 39
- 用欲擒故纵法让客户签单 / 42
- 用好沉默也能招大财 / 44
- 本章小结 / 46

### 第三章 言语诱导，让客户顺着你的思路走

- 融化式说服消除客户戒心 / 48
- 描绘美妙意境感染客户 / 50
- 说服客户体验情境 / 52
- 加强话语的逻辑性 / 55
- 用语言诱导说动客户 / 58
- 引导客户一直说“是” / 60
- 用专业问题循循善诱 / 63
- 说中客户的要害 / 65
- 让客户进行自我说服 / 67
- 本章小结 / 68

### 第四章 因人而谈，妙对各种类型客户

- 应对只接受资料的客户 / 70
- 应对货比三家的客户 / 72
- 应对向熟人购买的客户 / 75
- 应对跟着兴趣走的客户 / 77
- 应对凭经验判断的客户 / 79
- 应对喋喋不休的客户 / 81





应对沉默寡言的客户 / 83

应对喜欢争论的客户 / 85

应对犹豫拖延的客户 / 87

应对疑虑重重的客户 / 91

应对刨根问底的客户 / 94

应对爱挑剔的客户 / 97

本章小结 / 102

## 第五章 巧言接近，让客户欢迎你的到来

为接近客户做好充分准备 / 104

接近客户的基本方法 / 108

突破前台和秘书的防线 / 112

让服务人员为你所用 / 116

应对客户的“改天再说”和“忙” / 118

用客户关心的事接近客户 / 120

激发好奇心接近客户 / 122

不拘小节易让客户反感 / 124

20种理由再次见到客户 / 126

本章小结 / 130

## 第六章 妙语开场，拉近与客户的距离

紧紧抓住机会的开场白 / 132

激发客户兴趣 / 136

引起客户关注 / 139

拉家常接近客户 / 142

- 借助权威开场 / 144
- 借助第三方开场 / 146
- 化解客户的冷漠 / 149
- 应对自大傲慢的客户 / 151
- 主导客户而不是去迁就 / 154
- 本章小结 / 156

## 第七章 处理异议，把客户的顾虑变成销售的机会

- 客户异议的八种基本类型 / 158
- 找出异议背后的真实意图 / 161
- 判别客户异议的真假 / 163
- 用真诚化解客户的异议 / 166
- 处理异议的语言技巧 / 168
- 巧妙提问化解异议 / 171
- 本章小结 / 174

## 第八章 报价议价，让客户心甘情愿掏腰包

- 摸清客户的底线 / 176
- 报价的技巧 / 178
- 还价的技巧 / 181
- 用反问应对客户的杀价 / 184
- 用低价策略说动客户 / 186
- 顺着客户的思路说服 / 188
- 先“咬紧牙关”后松口 / 191
- 本章小结 / 193



## 第九章 妙语促进，让交易最后一锤定音

迅速捕捉成交信号 / 196

促成交易的口才技巧 / 198

委婉说服客户购买 / 201

物以稀为贵促成交 / 204

“二择一”法促成交 / 207

利用折扣促成交易 / 209

用试探促使客户购买 / 212

切记巩固销售成果 / 216

本章小结 / 219

## 第十章 化解抱怨，促进售后的合作

客户抱怨是你的动力 / 222

恰当处理客户的抱怨 / 224

处理抱怨的语言技巧 / 226

处理抱怨的“禁用语” / 229

弄清客户流失的原因 / 232

向客户征询反馈信息 / 234

用“三谢三勤”留住客户 / 236

用创意不断复制客户 / 238

本章小结 / 241





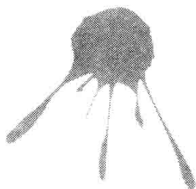
## 第一章



# 练好口才，随时做到出口成金



我国古代著名的文学理论家刘勰这样评价口才的重要性：“一言之辩，重于九鼎之宝；三寸之舌，强于百万之师。”由此可见，口才具有何等的威力！对于渴望成功的销售人员来说，口才也无疑是极为重要的销售“法宝”，因为——成功的销售来自一流的口才。因此，培养自己“攻无不克，战无不胜”的口才，对于销售人员来说是至关重要的。本章就重点介绍一下培养销售口才的几大方式，以供销售人员在实践中提升自己的口才，做到随时“出口成金”，财源广进，步步高升。





## 赞得妙才能卖得俏

推销的秘诀在于研究人性，研究人性的关键在于了解人的需要，我发现对赞美的渴望是每个人最持久、最深层的需要。

——原一平

真诚、真切的赞美总会让客户感觉开心，感觉愉快。这样销售人员在与客户谈业务的时候，就更容易达成默契，形成合作关系。

美国最大的护肤用品直销公司总裁玫琳·凯当年在做销售人员时，有一次，她上门去推销化妆品，女主人非常客气地拒绝了她：“对不起，我现在没有钱，等我有钱了再买你的产品，你看可以吗？”

细心的玫琳·凯发现女主人的怀里抱着一条名贵的狗，既然能养得起这样名贵的狗，怎么会“没有钱购买”呢？玫琳·凯知道，这只是对方的一个拒绝自己的托词而已。

于是，她微笑着说：“您这小狗真可爱，一看就知道是很名贵的狗。”

“没错呀！”

“那您一定在这个狗宝宝身上花了不少的钱和精力吧？”

“对呀，对呀。”女主人开始很高兴地为玫琳·凯介绍她为这条狗所花费的钱和精力。

玫琳·凯非常专心地听着女主人兴奋的介绍，在一个非常适当



的时机，她插了话：“那是肯定的，能够为名贵的狗花费足够的钱和精力的人，一定不是普通阶层。就像这些化妆品，价钱比较贵，所以也不是一般人可以使用得上的，只有那些高收入、高档次的女士，才享用得起。”

女主人听后，很高兴地买下了一套化妆品。

可见，作为销售人员，应该善于观察，找到客户的兴趣与爱好，投其所好，并加以适当地赞美，就一定能够打动客户的芳心，进而推销成功。除了通过寻找对方的兴趣爱好作为赞美的切入点外，你还可以根据以下几个方面作为赞美的切入点：

（1）根据对方的心理情感需求。交谈双方各有欲望时，可迎合对方的需求讲些赞美的话，一个不喜欢淑女型，喜欢个性鲜明、男孩子气的女子，你若夸她如果长发披肩，长裙摇曳，定会婀娜多姿、美丽迷人，她也许不会感激你，还有可能骂你多管闲事。如果了解她的心理，夸她短发看起来又精神又有活力，她一定会很开心。

（2）根据对方的性别特征。对体胖的女子，你若说她又矮又胖，一定会令她反感；但你夸她一点不胖，只是丰满，她会得到几分心理安慰，不会因为自己胖而自卑。对同样体型的男子，你说他是矮胖子，他也许会置之一笑。

（3）根据对方的年龄特征。你若想打听对方的年龄，对小孩子可以直接问：“今年几岁了？”对老者说：“今年高寿？”对年龄相近的异性不可直接问，要试着说：“你好像没我年龄大吧？”对年纪稍大的女性，年龄问题更是个雷区，问得不好则会讨人厌。面对一个40岁的中年女子，你若开口就问：“快50了吧？”对方一定会气愤不已。你若小心地问：“30出头了吧？”她一定会心花怒放，笑逐颜开。





(4) 根据对方的特定心境。俗话说：入门休问荣枯事，观看容颜便得知。在赞美别人时，要学会察言观色。一个为事业废寝忘食的客户，一夜未眠，你便可以说他是“以事业为重，有上进心”；一个为了债务焦头烂额，心绪不宁的客户，你夸他“事业有成，春风得意”，对方也许会认为你是在讲风凉话。这种赞美便会起到适得其反的效果。

(5) 见到、听到别人得意的事。见到、听到客户得意的事，一定要停下所有的事情，去赞美他。例如，客户给你看了他的小孩的相片，那么一定要夸他的小孩，你若无声地放回去，他会很不高兴；如果客户升官了，你若第二天见到他，一定要用大官的称呼去叫他，用大官的职权去恭维他，他一定会非常开心。

(6) 适度指出别人的变化。这种意义是“你在我心目中很重要，我很在乎你的变化，否则是我瞧不上你，我不在乎你”，这是很糟糕的。所以说，如果不是第一次登门拜访，有一段时间没有与客户见面，你就可以指出对方的变化，这个时候无论你说对方胖了或瘦了，对方都是很舒心的，当然更多的是指出对方的一些好的变化方面，客户会感觉更舒服。

赞美虽然是对销售助益的一个口才技巧，但也要注意运用得当。下面谈一下赞美时需要注意的一些事项：

(1) 要突出重点。列举对方身上的优点或成绩时，不要举出让听者觉得无足轻重的内容。比如，向客户介绍自己的销售人员时说“他很和气”或“纪律观念强”之类的和推销工作无甚干系的事。

(2) 不要有影射意味。你的赞扬不可暗含对于对方缺点的影射。比如，这样一句口无遮拦的话是不能当着客户的面说的：

“太好了，在一次次半途而废、错误和失败之后，您终于大获成功了一回！”

(3) 不要不相信对方的成绩。不能以你不相信对方能取得今日的成绩为由来称赞他。比如，“我从来没想到你能做成这件事”或是“能取得这样的成绩，恐怕连你自己都没想到吧”。

另外，销售人员的赞美不能是对待小孩或晚辈的口吻。比如，“小伙子，你做得很棒啊，这可是个了不起的成绩，就这样好好干！”

(4) 不要拍马屁。某知名企业的一位销售冠军说，“做销售一定要注意：赞美客户会赢得他们的喜爱，对客户溜须拍马则会让他们疏远你。”赞美优秀的客户，需要一定的技巧，因为弄不好，他就会以为你别有用心地在拍马屁。

通过以上分析不难看出，销售人员只有赞美得妙，才能打动客户，才能卖得俏。





## 借助幽默点石成金

最幽默的人，是最能适应的人。

——弗洛伊德

“买卖不成话不到，话语一到卖三俏。”这“俏”的诀窍之一就是幽默。

推销之神原一平曾有这样的经历。

原一平：“您好！我是明治保险公司的原一平。”

客户：“喔……”

对方端详原一平递过来的名片后，抬起头来慢条斯理地说：“两三天前曾来过一个什么保险公司的销售人员，他话还没讲完，就被我赶走了。我是不会投保的，你多说也没有任何意义。我看你还是快走吧，以免浪费你的时间。”

原一平：“真谢谢您的关心！您听完我的介绍之后，如果不满意的话，我当场切腹。无论如何，请您抽点时间给我吧！”他一本正经，甚至还装着有点生气的样子。

对方听了他的话，忍不住哈哈大笑地说：“你真的要切腹吗？”

原一平：“不错，就像这样一刀刺下去……”他一边回答，一边用手比画着。

客户：“你等着瞧吧，我非要你切腹不可。”

