

独特营销思维
成功应对客户丛书

成功应对难缠的客户

汗牛 策划
陈企华 主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

作为一名推销员或服务行业的从业人员，您是否曾经遇到过比较难缠的客户并为此伤透过脑筋？本书针对难以接近的、素质不高的、难以成交的、爱拖欠账款的客户进行了详细分析，并介绍了成功应对各行业比较难缠客户的方略及十大原则，使您不论身处哪个行业，都能从本书中得到启发，找到答案，从而顺利提升您的销售业绩。本书适合产品流通领域、服务行业的管理人员和普通员工阅读。

图书在版编目（CIP）数据

成功应对难缠的客户/陈企华主编. —北京：中国纺织出版社，2002.10

ISBN 7-5064-2416-9/F.0246

I. 成... II. 陈... III. 企业管理：销售管理—研究
IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2002）第 068237 号

责任编辑：李秀英 特约编辑：高 剑 责任印制：刘强

中国纺织出版社出版发行

地址：北京东直门南大街 6 号 邮政编码：100027

电话：010-64160816 传真：010-64168226

http://www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京奥隆印刷厂印刷 各地新华书店经销

2002 年 10 月第一版第一次印刷

开本：850×1168 1/32 印张：11.25

字数：230 千字 印数：1—6000 定价：23.80 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

前 言

在全球经济一体化快速发展的 21 世纪，日趋激烈的市场竞争和买方市场已全面形成，使企业的生存空间相对紧缩，企业要想在激烈的竞争中脱颖而出，很大程度上取决于企业的市场营销工作是否成功，是否能使顾客满意。一份对国内 150 家专业公司的调查显示，在回答最渴望得到哪方面的帮助时，其中有 132 家公司首选有“效的营销方法”，市场营销的重要性溢于言表。但同时，另一个问题也非常明显地表露出来，即国内企业目前普遍遭遇营销乏术的窘境。

就我国目前的营销队伍来说，大多数营销人员因受各种因素的制约，没有机会通过学校学习系统掌握营销知识和提高营销水平，营销知识的匮乏和营销水平的限制阻碍了他们的发展，他们迫切希望有一套通俗易懂且针对中国市场的营销丛书，用最短的时间，花最少的精力掌握它，以使自己能够快速胜任营销工作。

但是我国目前的这种学习条件并不成熟，虽然图书市场上的营销书籍有上千种之多，但他们的营销思想大都来自西方发达国家，特别是美国的营销思想，而忽略了中国国情，其可行性遭到了一定的怀疑。这是因为任何一种营销思想都必须与市场环境及市场特征相符。而我国的市场环境与西方发达国家的市场环境有着很大的差别，并呈现出其独有的特征。这些特征包括人口众多、地域辽阔、市场前景巨大等有利因素，同时也包括市场秩序混乱、法规不健全、过度竞争以及细分市场的差异化等诸多不成熟的表现。

不仅我国的营销环境不同于其他国家的营销环境，我国的营销方法也不同于其他国家的营销方法。有专家对我国目前的市场营销给了一个非常贴切的比喻：西方的营销是 80% 的科学加 20% 的艺术，而中国企业的营销则是 20% 的科学加 80% 的艺术。中国的企业很多还是处在“艺术”经营阶段，也就是不像跨国公司那样，先把市场上非常具体的数据统计出来，而更多的是凭感觉进行经营。

市场营销是一门实践性很强的学科，如果仅仅局限于纸上谈兵，就理论谈理论，很难做到融会贯通、学以致用。基于目前这种情况，我们推出了这套《中国特色营销思想库》。该丛书的编写要旨就是要破解我国社会主义市场经济的市场环境及市场特征的表象，并找到隐藏的内在规律，为国内企业及营销人员找到一条成功营销的捷径。这是一套专门为国内企业及营销人员编写的营销丛书，这套丛书在编写时，充分考虑到国内的实际情况，有选择、有重点地介绍了那些被实践证明确实适合社会主义市场经济的营销思想和方法，对于指导国内企业及营销人员开展市场营销活动有非常实用的价值。

《中国特色营销思想库》面向中国市场，突出中国特色。该思想库没有深奥的理论，也没有难以消化的长篇大论。我们惟愿本套丛书能够提供实战经验，启发经营智慧，使您能够从中得到启发，并长久受益。

陈企华

2002 年 9 月

目 录

第一章 怎样应对难接近的客户

你不能要求所有的人都亲切随和、平易近人，你同样不要希望所有的客户对你“有目的”的接近能无条件地打开大门，敞开心扉。现实生活中，难以接近的客户屡见不鲜，对此，你只有充分了解他们并选择相应的“接近策略”，才能化难为易，化希望为现实。

- 一、怎样应对谢绝约见的客户…………… (2)
 - 1. 谢绝约见的客户的心理特点/ (3)
 - 2. 应对谢绝约见的客户的策略/ (4)
- 二、怎样应对情绪不稳定的客户…………… (5)
 - 1. 情绪不稳定的客户的心理特点/ (5)
 - 2. 应对情绪不稳定的客户的策略/ (7)

三、怎样应对“彬彬有礼”的客户	(7)
1. “彬彬有礼”的客户的心理特点/	(8)
2. 应对“彬彬有礼”的客户的策略/	(8)
四、怎样应对怪僻的客户	(9)
1. 怪僻客户的心理特点/	(10)
2. 应对怪僻的客户的策略/	(11)
五、怎样应对畏生的客户	(13)
1. 畏生的客户的心理特点/	(13)
2. 应对畏生的客户的策略/	(15)
六、怎样应对高傲自大的客户	(16)
1. 高傲自大的客户的心理特点/	(17)
2. 应对高傲自大的客户的策略/	(19)
七、怎样应对冷淡自傲的客户	(19)
1. 冷淡自傲的客户的心理特点/	(20)
2. 应对冷淡自傲的客户的策略/	(22)
八、怎样应对沉默的客户	(22)
1. 沉默的客户的心理特点/	(23)
2. 应对“沉默”的客户的策略/	(26)
九、怎样应对不愿交谈的客户	(27)
1. 不愿交谈的客户的心理特点/	(28)
2. 应对不愿交谈的客户的策略/	(29)

十、怎样应对“冰山式”的客户 (30)

1. “冰山式”的客户心理特点/ (31)
2. 应对“冰山式”的客户的策略/ (32)

第二章 怎样应对素质不高的客户

人类群体形形色色、参差百态，不同的人有不同的素质，素质不高的客户往往因为其自身能力、思想的局限给正常的业务往来造成极大的不利。如何克服素质不高的客户的各种缺陷，促使业务交往朝向积极的方向发展已成为衡量一个人业务能力的重要因素。

一、怎样应对爱“挖苦”人的客户 (34)

1. 爱“挖苦”人的客户心理特点/ (35)
2. 应对爱“挖苦”的客户的策略/ (36)

二、怎样应对滔滔不绝的客户 (37)

1. 滔滔不绝的客户心理特点/ (38)
2. 应对滔滔不绝的客户的策略/ (40)

三、怎样应对爱撒谎的客户 (41)

1. 爱撒谎的客户的撒谎动机/ (41)

目 录

- 2. 应对爱撒谎的客户的策略/ (43)
- 四、怎样应对脆弱的客户 (44)
 - 1. 脆弱的客户的心理状态/ (44)
 - 2. 对脆弱的客户的策略/ (46)
- 五、怎样应对自作聪明的客户 (47)
 - 1. 自作聪明型客户的特点/ (47)
 - 2. 向自作聪明型客户推销的策略/ (47)
- 六、怎样应对不怀好意的客户 (48)
 - 1. 不怀好意的客户的心理特点/ (48)
 - 2. 应对不怀好意的客户的策略/ (51)
- 七、怎样应对自以为是的客户 (52)
 - 1. 自以为是的客户的心理特点/ (53)
 - 2. 应对自以为是的客户的策略/ (55)
- 八、怎样应对不屑做听众的客户 (55)
 - 1. 不屑做听众的客户的心理特点/ (56)
 - 2. 应对不屑做听众的客户的策略/ (58)
- 九、怎样应对盛气凌人的客户 (59)
 - 1. 盛气凌人的客户的心理特点/ (60)
 - 2. 应对盛气凌人的客户的策略/ (61)
- 十、怎样应对刚愎自用的客户 (62)
 - 1. 刚愎自用的客户的心理特点/ (63)

2. 应对刚愎自用的客户的策略/ (64)

十一、怎样应对虚情假意的客户 (65)

1. 虚情假意的客户的心理特点/ (66)
2. 应对虚情假意的客户的策略/ (68)

十二、怎样应对喜欢吹嘘的客户 (70)

第三章 怎样应对难成交的客户

接近、说明、商谈，再到成交，这是一个非常艰辛的过程，它犹如一段长长的马拉松似的跋涉。但问题是，这段长长的跋涉并非一定能达到终点。难以成交的客户会在与你结伴跋涉，达到终点之前戛然而止，让你举步维艰，最后只留下“谋事在人，成事在天”的感叹。事实果真如此吗？答案是否定的——只要你在关键时刻发挥你的才能。

一、怎样应对“以后再买”的客户 (73)

1. “以后再买”的客户的心理特点/ (74)
2. 应对“以后再买”的客户的策略/ (75)

目 录

<u>二、怎样应对打破沙锅问到底的客户</u>	(78)
1. 打破沙锅问到底的客户的心理特点/	(79)
2. 应对打破沙锅问到底的客户的策略/	(81)
<u>三、怎样应对挑剔的客户</u>	(82)
1. 顺应法/	(83)
2. 否定法/	(83)
3. 拖延法/	(84)
4. 转折法/	(84)
5. 抢先法/	(85)
6. 转移法/	(85)
<u>四、怎样应对经济型的客户</u>	(85)
1. 突出商品价值/	(86)
2. 证明商品价格的合理性/	(87)
3. 强调商品的优点/	(88)
<u>五、怎样应对性急的客户</u>	(89)
1. 性急的客户的心理特点/	(90)
2. 应对性急的客户的策略/	(91)
<u>六、怎样应对多疑的客户</u>	(92)
1. 多疑的客户的心理特点/	(93)
2. 应对多疑的客户的策略/	(94)

- 七、怎样应对感情用事的客户** (94)
1. 感情用事的客户的心理特点/ (95)
 2. 应对感情用事的客户的策略/ (97)
- 八、怎样应对无故发怒的客户** (98)
1. 无故发怒的客户的心理特点/ (98)
 2. 应对无故发怒的客户的策略/ (99)
- 九、怎样应对因故发怒的客户** (100)
1. 因故发怒的客户的心理特点/ (101)
 2. 应对因故发怒的客户的策略/ (102)
- 十、怎样应对爱发牢骚的客户** (106)
1. 爱发牢骚的客户的心理特点/ (107)
 2. 应对爱发牢骚的客户的策略/ (109)
- 十一、怎样应对借口拒绝的客户** (109)
1. 借口拒绝的客户的心理特点/ (110)
 2. 应对借口拒绝的客户的策略/ (112)
- 十二、怎样应对高压还价的客户** (113)
1. 高压还价的客户的心理特点/ (114)
 2. 应对高压还价的客户的策略/ (116)
- 十三、怎样应对以恩情还价的客户** (117)
1. 以恩情还价的客户的心理特点/ (117)
 2. 应对以恩情还价的客户的策略/ (119)

十四、怎样应对以行情还价的客户	(120)
1. 以行情还价的客户的心理特点/	(121)
2. 应对以行情还价的客户的策略/	(123)
十五、怎样应对从容不迫的客户	(124)
十六、怎样应对爱争辩的客户	(126)

第四章 怎样应对爱拖欠账款的客户

拖欠账款是一种违背诚信、遭人诟病的行为，但尽管如此，拖欠账款的情况仍时有发生，各种双边债、三角债、多边债泛滥成灾，经常给企业带来沉重的包袱。如何有效对付爱拖欠账款的客户，成功地收回账款，防止企业被拖入债务纠葛的泥潭，以维持企业正常的生产经营秩序已为越来越多的企业所重视。

一、识破难缠客户的逃债方式	(130)
1. 欺诈逃债/	(130)
2. 毁据逃债/	(132)
3. 公关逃债/	(134)
4. 弱点逃债/	(134)

5. 失踪逃债/ (136)
6. 撞货逃债/ (137)
7. “乌尤”合同逃债/ (139)
8. “回扣”逃债/ (141)
9. 利用“时效”逃债/ (142)
10. 变相逃债/ (144)
11. 强行逃债/ (145)
12. 代理逃债/ (146)
13. 继承逃债/ (148)
14. 能人逃债/ (151)
15. 转移逃债/ (151)
16. 抵押逃债/ (152)
17. 赠与逃债/ (153)
18. “地方保护”逃债/ (154)

二、向难缠客户讨债的方法 (159)

1. “弱点”讨债法/ (159)
2. “权力”讨债法/ (161)
3. “人情”讨债法/ (163)
4. “告状”讨债法/ (166)
5. “激将”讨债法/ (166)
6. “条件互换式”讨债法/ (167)
7. “最后通牒”讨债法/ (168)
8. 以中断合作关系为威胁帮助讨债/ (168)

目 录

9. 运用仲裁手段帮助讨债/	(173)
10. 运用经济抗衡手段帮助讨债/	(179)
11. 集众讨债法/	(183)
12. “舆论”讨债法/	(184)
13. “软磨硬泡”讨债法/	(185)
14. “毁誉”讨债法/	(186)
15. “自虐”讨债法/	(188)
三、防止账款被拖欠的原则	(189)
1. 判断账款回收的可能性/	(190)
2. 账款被拖欠后及时采取措施/	(195)
3. 保证讨债行为的合法性/	(201)
4. 选择合适的讨债场合/	(203)
5. 注重讨债的艺术/	(212)
6. 重视追讨账款的时机/	(216)
7. 按债务人的性格作风制定追讨策略/	(218)
8. 针对不同的情况选择追讨方式/	(225)
9. 对不同对象运用不同的讨账技巧/	(229)
10. 重视对老客户的资信调查/	(234)
11. 避免被交易对象诈骗/	(236)
12. 选择资信调查渠道/	(238)

第五章 怎样应对不同行业中难缠的客户

对付难缠的客户的一个本质要求就是依据客户的各种难缠的行为表现，制定出有针对性的应对策略。客户的行为表现会因为不同的行业体现出巨大的差异性，这就要求在制定对付难缠客户的应对策略时必须依据行业的不同而有所区分，这是有效应对难缠客户的前提条件。

一、宾馆业中怎样应对难缠的客户…………… (243)

1. 邮件被秘书拿走，客人不知道详情横加指责怎么办/ (243)
2. 服务员因客人对服务不满被攻击怎么办/ (244)
3. 服务员遭客户非礼怎么办/ (246)
4. 晚上客人打电话缠住服务员，要求陪其聊天怎么办/ (248)
5. 客人与你纠缠怎么办/ (248)
6. 客人出现不礼貌的行为怎么办/ (249)
7. 客人发脾气骂你怎么办/ (250)

8. 客人对服务员讲不礼貌的话怎么办/ (250)
 9. 遇到刁难人的客人怎么办/ (251)
 10. 一位陌生客人深夜回店, 保安员请他
出示住房卡时, 客人置之不理怎么办/ (252)
 11. 客人要求提供异性“陪夜”
和按摩服务怎么办/ (253)
 12. 有卖淫嫌疑的女子要求入住怎么办/ (253)
 13. 客人在离店结账时说对饭店设施不满意,
要求打折怎么办/ (254)
 14. 客人结账时, 认为价格不合理怎么办/ (255)
 15. 遇到客人在店内吵闹怎么办/ (255)
 16. 发现住客违反消防规定怎么办/ (256)
- 二、餐饮业中怎样应对难缠的客户**…………… (257)
1. 酒账昂贵, 客人拒付怎么办/ (257)
 2. 客人偷拿东西怎么办/ (259)
 3. 客人随地吐痰怎么办/ (261)
 4. 遇上挑剔的客人怎么办/ (264)
 5. 客人坚持认为朋友已付钱怎么办/ (266)
 6. 服务小姐被客人要求共舞怎么办/ (269)
 7. 客人赖账怎么办/ (271)
 8. 客人发泄不满怎么办/ (274)
 9. 客人有损饭店尊严怎么办/ (277)
 10. 客人酒醉之余耍流氓怎么办/ (279)

11. 客人误以为自己已交钱怎么办/ (282)
12. 客人要向服务员敬酒怎么办/ (284)
13. 按客人的预订标准开好菜单, 但客人却对
其中的某些菜式不满意怎么办/ (285)
14. 遇到衣冠不整、礼貌欠佳的客人
来餐厅用餐怎么办/ (286)
15. 客人损坏了餐具怎么办/ (286)
16. 客人擅自拿取餐厅的用具, 经指出
又不承认怎么办/ (287)
17. 当客人结账时, 发现菜肴品种价格提高,
客人不多付款怎么办/ (288)

三、休闲娱乐业中怎样应对难缠的客户…………… (288)

1. 舞厅有人打架怎么办/ (288)
2. 舞厅收档时间已到, 客人仍余兴未尽,
没有离开的意思怎么办/ (289)
3. 舞厅已到收档时间, 一批客人带
着醉意要进入舞厅怎么办/ (290)
4. KTV 包厢的客人要求服务员整晚坐
在他旁边为其点歌怎么办/ (291)
5. 客人结账时投诉: 他在舞厅只喝了一听啤酒,
而结账时却算三听怎么办/ (291)
6. 发现客人在健身房抽烟怎么办/ (292)
7. 客人自称是健身房常客, 结账时