

成功应对客户丛书



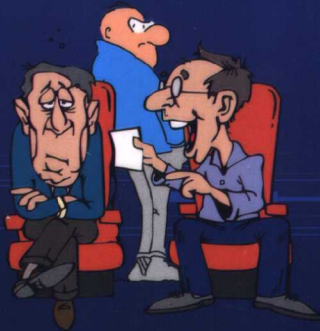
# 成功化解 顾客拒绝




把拒绝你的顾客变为忠诚的顾客

*Chenggong Huazie Guke Jujue*

汗牛◎策划  
陈企华◎主编



处在买方市场年代的商家和销售人员无时不在遭受着顾客的拒绝。权威统计表明：化解拒绝要比避免拒绝难上好几倍。但爱拒绝的顾客一旦接受商家，往往就是忠诚的顾客。因此只要商家掌握了化解顾客拒绝的秘诀，就能获得长久的成功。

 中国纺织出版社

特色营销思维  
成功应对客户丛书

# 成功化解顾客拒绝

汗牛 策划  
陈企华 主编



中国纺织出版社

## 内 容 提 要

顾客拒绝是推销过程中最大的障碍,是推销员与顾客最直接的“冲撞”,化解顾客拒绝是推销员进行成功推销必须谙熟的技巧,也是推销员与顾客进行心理相博的结果。本书针对顾客拒绝的各种情形进行了深入的分析,并着重介绍了化解顾客拒绝的各种技巧及应遵循的各种原则。熟练掌握本书的内容,将为你成功化解顾客拒绝助一臂之力,使你更加轻松、更加顺利地完成每一次推销。

### 图书在版编目(CIP)数据

成功化解顾客拒绝/陈企华主编. —北京:中国纺织出版社, 2003. 1

(中国特色营销思想库)

ISBN 7-5064-2514-9/F·0304

I. 成… II. 陈… III. 企业管理:销售管理 IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 091586 号

---

责任编辑:李秀英 郭慧娟 特约编辑:邢冠蕾  
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](mailto:faxing@c-textilep.com)  
北京顺通印刷厂印刷 各地新华书店经销  
2003年1月第一版第一次印刷  
开本:850×1168 1/32 印张:11.875  
字数:230千字 印数:1—6000 定价:25.80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 全方位看透顾客的拒绝

- 一、顾客拒绝的概念 ..... ( 2 )
- 二、顾客拒绝的作用 ..... ( 3 )
- 三、顾客拒绝产生的原因 ..... ( 5 )
  - 1. 顾客方面的原因/ ( 6 )
  - 2. 推销员方面的原因/ ( 10 )
  - 3. 产品方面的原因/ ( 14 )
  - 4. 企业的原因/ ( 15 )
  - 5. 其他方面的原因/ ( 15 )
- 四、顾客拒绝的种类 ..... ( 18 )
  - 1. 因推迟拖延而产生的拒绝/ ( 18 )
  - 2. 因偏见误解而产生的拒绝/ ( 18 )
  - 3. 因不了解而产生的拒绝/ ( 19 )
  - 4. 因产品本身的产生的拒绝/ ( 20 )
  - 5. 因支付原因而产生的拒绝/ ( 20 )

四、顾客拒绝时身体语言的反应 ..... (21)

1. 不愿接受名片/ (21)
2. 始终不愿开口/ (21)
3. 不理不睬/ (22)
4. 不屑一顾/ (22)
5. 眼光老盯在手表上/ (23)
6. 眼睛空洞无神/ (23)
7. 毫不在乎的样子/ (24)
8. 视线游离/ (24)
9. 靠背抱胸/ (24)
10. 焦躁不安/ (25)

五、顾客拒绝时的行为反应 ..... (25)

1. 失约/ (25)
2. 面谈时间短暂/ (26)
3. 拒绝面谈/ (26)
4. 久等无人接待/ (26)
5. 他人代理接待/ (27)
6. 让你移动座位/ (27)
7. 气氛不对劲/ (28)
8. 心不在焉/ (28)
9. 谈话中间换了人/ (28)
10. 移动座位/ (28)

## 第二章 处理顾客拒绝必备的素质与能力

- 一、处理顾客拒绝必备的思想素质 ..... (30)
  - 1. 强烈的事业心/ (30)
  - 2. 良好的职业道德/ (31)
  - 3. 培养良好的“推销意识” / (34)
- 二、处理顾客拒绝必备的文化素质 ..... (38)
- 三、处理顾客拒绝必备的业务素质 ..... (39)
  - 1. 专业知识/ (39)
  - 2. 本企业的知识/ (40)
  - 3. 有关产品或服务知识/ (40)
  - 4. 有关顾客的知识/ (41)
  - 5. 竞争对手的知识/ (41)
  - 6. 其他知识/ (42)
- 四、处理顾客拒绝必备的心理素质 ..... (43)
  - 1. 乐观/ (43)
  - 2. 坚忍/ (44)
  - 3. 自励/ (44)
  - 4. 善于控制自己的情绪/ (45)
  - 5. 能够承受任何打击/ (46)
- 五、推销员的能力 ..... (46)
  - 1. 敏锐的观察能力/ (47)



## 成功化解顾客拒绝

2. 高超的判断能力/ (48)
3. 良好的表达能力/ (49)
4. 社会交际能力/ (50)
5. 积极的创造能力/ (52)
6. 灵活的应变能力/ (52)
7. 具体推销过程中的能力/ (54)

## 第三章 如何处理顾客的拒绝

### 一、正确对待顾客的拒绝 ..... (57)

1. 拒绝是推销的开始/ (57)
2. 面对顾客拒绝的正确态度/ (60)
3. 应对顾客拒绝的策略和方法/ (64)

### 二、处理顾客拒绝的程序 ..... (69)

1. 事先了解顾客/ (69)
2. 找出处理拒绝的方法/ (69)
3. 辨别真实与非真实拒绝/ (70)
4. 再访顾客/ (72)

### 三、处理顾客拒绝的原则 ..... (75)

1. 找出重要的拒绝理由/ (75)
2. 调整自己的态度/ (76)

3. 尊重顾客拒绝/ (77)
4. 在答复前, 先重述对方的话/ (78)
5. 表示同意对方的某些观点/ (78)
6. 正视顾客拒绝/ (79)
7. 简要答复顾客拒绝/ (80)
8. 要表现出自信/ (80)
9. 向顾客提供利益/ (81)
10. 可以用“为什么”来答复顾客拒绝/ (81)
11. 为常见的拒绝想出标准答案/ (81)
12. 即使顾客不买也要谢谢他/ (82)

#### 四、处理顾客拒绝的方法 ..... (83)

1. 情绪轻松避免紧张/ (83)
2. 认真倾听顾客的拒绝/ (83)
3. 了解顾客需求/ (84)
4. 复述顾客提出的拒绝/ (85)
5. 有选择地回答顾客的拒绝/ (85)
6. 以诚相待/ (86)
7. 尊重顾客的价值判断力/ (86)
8. 寻找共同点/ (87)
9. 运用心理学知识/ (87)
10. 要让你的顾客有面子/ (87)
11. 运用创造性方法/ (89)
12. 多谈产品的价值/ (89)

## 成功化解顾客拒绝

13. 紧跟一个缔结动作/ (89)
14. 与顾客搞好私人关系/ (90)

### 五、处理顾客拒绝的具体方法 ..... (90)

1. 预防法/ (91)
2. 真诚倾听法/ (92)
3. 正面回答法/ (93)
4. 间接否认法/ (93)
5. 问题引导法/ (97)
6. 直接反驳法/ (99)
7. 类比法/ (102)
8. 优点补偿法/ (104)
9. 将计就计法/ (107)
10. 装聋作哑法/ (108)
11. 合并意见法/ (110)
12. 举例法/ (111)
13. 更换处理法/ (111)

### 六、处理顾客拒绝的时机 ..... (112)

1. 拒绝提出后立即处理/ (113)
2. 推迟一段时间处理/ (113)
3. 不回答/ (119)
4. 在拒绝提出之前回答/ (120)

### 七、有效预防顾客的拒绝 ..... (122)

1. 预防拒绝的一般方法/ (122)

2. 预防拒绝的几个要点/ (123)
3. 预防拒绝的其他方法/ (128)

## 第四章 不同类别顾客拒绝的处理

### 一、常见拒绝借口的处理 ..... (135)

1. 应对顾客“太贵了”的拒绝借口/ (135)
2. 应对顾客“这个不好, 我要那个”  
的拒绝借口/ (135)
3. 应对顾客“我要考虑一下”的拒绝借口/ (137)
4. 应对顾客“我不需要”的拒绝借口/ (140)
5. 应对顾客“我想比较一下”的拒绝借口/ (144)
6. 应对顾客“我很忙”的拒绝借口/ (145)
7. 应对顾客“我没钱”的拒绝借口/ (147)
8. 应对顾客“我想先同我的律师  
商量一下”的借口/ (148)
9. 应对顾客“以前用过, 但效果不好”  
的借口/ (149)
10. 应对顾客“我不能做主”的借口/ (151)
11. 应对顾客“我没有地方放货”的借口/ (153)
12. 应对顾客“我觉得新产品……”的借口/ (153)
13. 应对顾客“我不着急”的借口/ (154)

## 成功化解顾客拒绝

14. 应对顾客“我心里没底”的借口/ (156)
  15. 应对顾客“这根本不合理”的借口/ (157)
  16. 应对顾客“服务不好”的借口/ (157)
  17. 对付“我要向朋友买”的借口/ (158)
  18. 应对顾客“发年终奖金时再买”的借口/ (160)
  19. 应对顾客“孩子还小……”的借口/ (161)
  20. 应对顾客“我赚不到钱”的借口/ (162)
  21. 应对顾客“我希望看到实际商品”  
的借口/ (163)
  22. 应对顾客“别家比较便宜”的借口/ (164)
  23. 应对顾客“我不善于当场决策”的借口/ (166)
  24. 应对顾客“我年纪大了，  
要是我再年轻10岁……”的借口/ (166)
  25. 应对顾客“我只是随便看看”的借口/ (167)
  26. 应对顾客“我们刚结婚”的借口/ (167)
  27. 应对顾客“我刚从××那里订了货”  
的借口/ (168)
  28. 应对顾客“我们多年来一直  
同××做生意，我们很满意”的借口/ (169)
- 二、不同类型顾客拒绝的处理**…………… (170)
1. 对待言不由衷的顾客/ (170)
  2. 对待忙碌或性急的顾客/ (172)
  3. 对待爱讲话的顾客/ (173)

4. 对待不爱讲话的顾客/ (175)
5. 对待犹豫不决的顾客/ (177)
6. 对待口无遮拦的顾客/ (178)
7. 对待似懂非懂的顾客/ (179)
8. 对待刨根问底的顾客/ (181)
9. 对待傲慢的顾客/ (182)
10. 对待刻薄无礼的顾客/ (184)
11. 对待斤斤计较的顾客/ (189)
12. 对待胡搅蛮缠的顾客/ (197)
13. 对待嫉妒心强的顾客/ (200)
14. 对待故意刁难的顾客/ (203)
15. 对待怀疑敌对的顾客/ (206)
16. 对待顽固保守的顾客/ (210)
17. 对待火冒三丈的顾客/ (213)

**三、几种主要类型的拒绝的处理**..... (224)

1. 价格方面/ (224)
2. 质量方面/ (235)
3. 时间方面/ (241)
4. 货源方面/ (243)
5. 服务方面/ (246)

**第五章 保险行业顾客拒绝的处理**

**一、顾客因不信任而拒绝的处理**…………… (249)

1. 保险都是骗人的/ (249)
2. 保险公司不保险/ (250)
3. 保险制度不好/ (250)
4. 保险公司非国有企业/ (251)
5. 保险公司服务不好/ (251)
6. 保险合同是否经过公证/ (252)
7. 公司倒闭怎么办/ (253)
8. 保险公司亏本怎么办/ (255)
9. 某些条款返还是否太高/ (255)
10. 保险是否会随着政策变/ (256)
11. 交钱容易赔钱难/ (257)
12. 保险公司有熟人/ (258)
13. 外国的保险公司较好/ (260)

**二、顾客因不需要而拒绝的处理**…………… (261)

1. 我生活平静，不需要保险/ (261)
2. 没有结婚育子不需要/ (262)
3. 家里有钱不需要/ (262)
4. 有公费医疗不需要/ (264)
5. 我在单位已买了保险/ (265)
6. 我买了多份保险根本不需要/ (265)
7. 孩子的事自己办/ (266)

8. 有儿女保障不需要/ (268)

**三、顾客因误解而拒绝的处理**..... (269)

1. 保险太贵/ (269)
2. 期限太长/ (271)
3. 不如买股票/ (272)
4. 买保险不如及时行乐/ (274)
5. 年龄大了, 买不买无所谓/ (275)
6. 保障范围太小了, 根本就够用/ (275)
7. 谈保险不吉利/ (276)
8. 说不买就不买/ (277)
9. 夫人当家, 我不管/ (278)
10. 没时间研究条款/ (279)
11. 现在我要开会, 下次再来吧/ (282)
12. 不保不险, 一保就险/ (283)

**四、顾客不着急的拒绝处理**..... (285)

1. 拖延时间/ (285)
2. 以比较为借口/ (287)
3. 以他人没有购买为借口/ (289)
4. 亲戚、朋友都不同意/ (289)
5. 侥幸心理/ (290)

**五、顾客没钱买的拒绝处理**..... (291)

1. 付不起保费/ (291)



## 成功化解顾客拒绝

2. 我想买，但实在没有钱/ (292)
3. 家中没有闲钱/ (293)
4. 钱投出去拿不来/ (293)
5. 公司出现危机，资金周转不灵/ (294)

### 六、顾客其他原因的拒绝处理..... (295)

1. 公司人员流动大/ (295)
2. 我要移民/ (296)
3. 我没办身份证/ (297)
4. 经济不景气/ (298)
5. 沉默不语/ (298)
6. 怕投保被他人享受/ (299)

## **第六章 推销不同商品时顾客拒绝的处理**

### 一、推销耐用消费品..... (302)

### 二、推销书籍..... (304)

### 三、推销办公设备..... (308)

### 四、推销玩具..... (310)

### 五、推销家用电器..... (314)

### 六、推销服装..... (317)