

销售 如何说 顾客才会听



陈育婷 \ 编著



销售 如何做 顾客才会买

会说一口漂亮话，天下没有难做的生意

每一次成功都是一次有效的沟通。在说服购买的过程中，需要销售人员善于观察、懂得分析，适时地说出巧妙的话，才能达成交易。

销售如何说顾客才会听 销售如何做顾客才会买

陈育婷
编著

版权所有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

销售如何说顾客才会听 销售如何做顾客才会买 /

陈育婷编著. — 长春: 吉林出版集团股份有限公司,

2019.1

ISBN 978-7-5581-6166-7

I. ①销… II. ①陈… III. ①销售-方法 IV.

① F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 005577 号

XIAOSHOU RUHE SHUO GUKE CAI HUI TING XIAOSHOU RUHE ZUO GUKE CAI HUI MAI

销售如何说顾客才会听 销售如何做顾客才会买

编 著: 陈育婷

出版策划: 孙 昶

项目统筹: 郝秋月

责任编辑: 侯 帅

装帧设计: 韩立强

插图绘制: 李孟洁

出 版: 吉林出版集团股份有限公司

(长春市人民大街 4646 号, 邮政编码: 130021)

发 行: 吉林出版集团译文图书经营有限公司

(<http://shop34896900.taobao.com>)

电 话: 总编办 0431-85656961 营销部 0431-85671728/85671730

印 刷: 天津海德伟业印务有限公司

开 本: 880mm × 1230mm 1/32

印 张: 8

字 数: 165 千字

版 次: 2019 年 1 月第 1 版

印 次: 2019 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5581-6166-7

定 价: 38.00 元

印装错误请与承印厂联系 电话: 022-82638777

前言

PREFACE

在积极追求成功的商业市场，每一个人都需要运用谈判创造商机，如资源分配、交易买卖、销售过程中的条件谈判，乃至劳资双方的谈判协议等。如何使自己拥有筹码与人谈判？从商业角度来说，就是如何使自己的局势比人强，得到自己想要的东西的一个方式。比如说：如果以店家与顾客来说，店家想要的是把物品以高价卖出得到最高的利润。但是从顾客角度来说，则是希望以最低的价格买到最好的物品，所以店家该用什么方式来获得最高利润？

企业间靠谈判来交换资源利益或是通过结盟合作来开创更大的空间。“谈判能力”是一个企业能否在竞争环境中取得较佳优势的关键所在！而销售人员在激烈的竞争中，拥有高超的商业谈判能力来增进谈判议价技巧，不但是积极达成协议的重要因素，也是企业提升竞争力的途径之一。因此，我们要懂得利用谈判的技巧，让顾客认同你设定的目标。

军事上有句话说：“战略错误，战术很难扭转；战术错误，战斗则很难取胜。”这个道理用在谈判上也一样：“目标错误，就难以制定策略；策略错误，就难以制敌先机。”最后当然也离目标越来越远。

很多老实人虽然坐上谈判桌，却不了解谈判是弱点间的对话，而不是一场公平竞争。每个坐到谈判桌前的人都应该明白，想成为出色的谈判专家，不管你私底下多忠厚老实、善解人意，只要坐到谈判桌前，你所代表的就不只是你，而是代表所有委托你进行谈判的人。同时你也要认清，“老实”正是谈判桌上最大的弱点，因为老实人不仅不懂虚张声势的重要，甚至还会对对手有问必答、心怀同情，最后损耗的还是委托人（包括自己）的利益。我想这是除了你的对手外，谁都不乐见的结果。所以，千万别在谈判桌上以“老实人”自居，这不仅不会成为让人赞许的美德，反而会让你的委托人痛彻心扉，连带影响你的前途。诚实的观念，倾向“选择性的事实”，可以不说，但不必说谎，这样在道德和现实上都可兼顾。

很多人会把谈判结果归责于“运气”上，例如：“这次运气不好，遇到那个人。”“要不是他们半路杀出一个程咬金坏事，也不会变这样。”“这次超倒霉的，我遇到的委托人根本不知道自己要什么，没有目标要怎么和对方谈？”其实，谈判进行时，要多方准备资料，当情况趋于对我们这一方有利，我们也不可以过度乐观，要步步为营，小心谨慎，清楚明确地掌握整个谈判的过程，避免过度乐观造成的事后摩擦。

本书就是以生活化的实例，搭配拟人化逗趣的插图的方式，告诉你如何做谈判前的准备；如何让对手觉得无路可退，永远买你的账；如何让你在各种谈判过程中总是胜利的一方，拥有最多筹码，进而创造好的业绩。

第一章 在形象上赢得认可，顾客更青睐“专业范”

- 绽放你的微笑，让人不容易拒绝你 / 2
- 用“5W1H”开启彼此的话题 / 5
- 你对顾客的态度，决定顾客对产品的态度 / 7
- 给顾客最好的第一印象，提升顾客信任度 / 10
- 靠领袖魅力谈出好生意 / 12
- 千万别耍美式作风，顾客不会买账 / 15
- 站在顾客的角度上换位思考，让服务更贴心 / 18
- 表现出最强的自己，在心理上压制住对手 / 21
- 善用幽默，让顾客笑了买卖就成了 / 23
- 建立良好的客户关系，先做朋友后做生意 / 26

第二章 销售不是打嘴仗，选择正确的策略促双赢

- 摸清顾客的个性和目的，才能有的放矢 / 30
- 找出客户的潜在需求，谈出无中生有的好生意 / 33
- 把握插话的分寸，切勿打断顾客的思路 / 35

- 做个优秀的聆听者，让顾客说出不同意见 / 38
- 谈出好薪资，将自己“卖”个好价钱 / 41
- 必要的时候，学会恰到好处地拒绝 / 44
- 销售要懂点博弈心理学——商场竞争必备技能 / 46
- 掌握议价诀窍，让产品卖出好价钱 / 49
- 提高自己的工作能力，取信于上司及合作伙伴 / 52
- 处理好人际关系，会做人你就赢了 / 54

第三章 给顾客一个购买的理由：把好处说透，把益处说够

- 做好资料收集，知己知彼百战不殆 / 62
- 不轻易放弃，为顾客找一个成交理由 / 64
- 划着的火柴才能点燃蜡烛，客户只买“热情”的单 / 67
- 提供个性化服务，获得顾客认同 / 70
- 打造品牌形象，建立欲望诉求 / 72
- 善用顾客的恐惧心理，快速达成交易 / 75
- 用服务增加品牌价值，让顾客感觉物超所值 / 78
- 想获得信任，说话就要靠谱 / 81
- 用顾客的语言说话，让沟通更顺畅 / 83
- 建立信任关系，培养顾客忠诚度 / 86

第四章 销售就是要玩转情商，见什么人说什么话

- 对实际型对手，要思考其真正的需求 / 90
- 对亲切型对手，要懂得运用同理心 / 92
- 小心对待分析型顾客，用热情感染表现型顾客 / 95
- 各取所需，让对手接受双赢的结果 / 98
- 掌握问话技巧，引导客户向你的预期方向转化 / 100
- 善于察言观色，好的销售员都是心理学家 / 103
- 先做好人，后才能做好事 / 105

第五章 巧用各类销售工具，拉近产品与顾客的距离

- 运用线上工具，让服务贴近需求 / 110
- 你不可不知的电话、电子邮件谈判秘诀 / 112
- 使用录音笔训练好自己的口才 / 115
- 运用数码产品进行远距离产品介绍，抢得销售先机 / 117
- 善用统计报表，让自己的数据更具说服力 / 120
- 框架效应：关键不在于说什么，而在于怎么说 / 123
- 利用“空墙”效应，多给顾客表现的机会 / 125
- 发挥自己的影响力，不动声色让顾客潜移默化 / 128

第六章 开口就要当赢家，像权威专家一样对顾客说话

- 跟顾客谈判之前，一定要做好事先准备 / 132

议价有学问，讨价还价，兵不厌诈 / 134

衡量对方期望值，在行家面前报价不可太高 / 137

掌握“最后一句话”的所有权 / 139

运用“差价均分”策略，让顾客觉得占了便宜 / 142

该说“不”，就别客气 / 144

制造神秘感，沉默也是一种技巧 / 147

找出定案的关键人物，做最后拍板 / 150

动之以情，威胁也可以很动听 / 153

投石问路，逐渐消除对手的戒备心理 / 156

消除客户怀疑，促成交易 / 158

第七章 善用“谈判压力”，让顾客乖乖“就范”

以时间限制制造急迫感，逼对方就范 / 162

用服务感动顾客，让享受成为消费重点 / 165

采取高价策略，预留底价空间 / 168

该端起就端起，随时准备掉头就走 / 170

巧用声东击西战术，获取自己想要的利益 / 173

深藏不露，让对方先做出承诺 / 175

要想钓到鱼，就要像鱼那样思考 / 178

展现自己的风度，向对手道贺 / 180

要让顾客说“好”，最好的办法就是先得到很多“不” / 183

扼制他，用你的嘴说出他的反对意见 / 186

欲擒故纵之适时告退 / 189

多用“所以”，使他与你建立统一战线 / 191

第八章 不会聊天，别说你懂销售——销售必须规避的 说话和行为禁忌

不够灵活，不懂变通 / 194

不懂借助第三者威名 / 196

没有替代方案 / 199

操之过急 / 202

不懂装懂、多嘴多舌 / 204

谈判对事不对人 / 207

分清楚意见与事实 / 209

以退为进的是陷阱 / 212

第九章 最后关头也可以“逆转胜”——销售一定要懂 的成交绝杀技

为对方贴上标签，给他积极的心理暗示 / 216

因势利导，抢救临时变卦的残局 / 218

不说NO，而要说：YES, IF... / 221

小心弄巧成拙，适时妥协可以拉高底线 / 224

学蔺相如完璧归赵，成功全身而退 / 226

- 用“二软”策略，解救自己的劣势地位 / 229
- 创造共同语言，拉近彼此的关系 / 231
- 制造被抢购的假象，成功吸引对方 / 234
- 运用忽略与暗示的技巧，套出个人隐私 / 236
- 巧用心理战术，让对方感觉无路可退 / 239
- 引导客户从惯性思维走向自己想要到达的方向 / 242
- 给成交保留一定余地 / 244

第一章

在形象上赢得认可，

顾客更青睐『专业范』

绽放你的微笑，让人不容易拒绝你

伸手不打笑脸人

有一句古老的谚语是这么说的：伸手不打笑脸人。

老祖宗留传下来的古老谚语都有智慧，其实笑是一种主动的示好，可以拉近彼此的距离，让彼此增添好感，尤其在大家都不笑的情况下，笑可以让气氛更加融洽。

一个服务人员就算心情再抑郁、工作再烦乱，面对一个带着笑容的顾客，态度也会转好，所以我们才会说：“伸手不打笑脸人。”

2008年北京奥运会的主办单位深谙此理，知道“笑容是北京最好的名片”，所以在训练礼仪小姐时，要求她们要咬筷子，一次十几分钟，为的就是让每个人都能拥有天使般的自然笑容。

微笑，让人不容易拒绝你

笑容之所以珍贵，是因为那是内心的热忱流露到外面的样子。

美国第三任总统杰斐逊是一个很了不起的人。有一次，他骑

马到乡间出游，途中遇到一条河，但是桥断了。当众人想牵马渡河时，一名农夫出现并走向杰斐逊，手上提个包，请他帮忙让他牵着马一起渡河。过河后，有人问农夫：“你怎么知道要找我们的总统？”农夫回答：“啊！我不知道他是总统。因为我只在他脸上看到 Yes，其他人的脸上都写着 No。”

所以在脸上挂着笑容等同于在脸上写了 Yes，让人不容易拒绝你！

凯瑟琳·迪佛利也在其所著的《黄金服务 15 秒》中提道：员工和顾客接触的时间至少有 15 秒，只要把握住这“关键的 15 秒”，就能留住顾客。如何在短短的 15 秒钟内给顾客留下良好的印象？就是要面带笑容。

微笑是表达感激的最自然的感情表露，也是人与人感情交流最简单的一种方式。当你温柔地微笑着出现在他人面前，你的善良和包容也在不知不觉中感染着接受你服务的人们。客户也会用他的好心情接受你的服务，因为微笑是真诚与善意的代言。

了解微笑的好处

化干戈为玉帛

微笑可以创造奇迹，当服务中出现差错时，歉意的微笑加上适当的语言与改错的行动，可以得到客户的谅解，化干戈为玉帛。

化解敌意

一个小小的微笑，在某些人眼里看起来只是很细小的回报，但是，它可以带给很多人满足感。正是因为世界上有了微笑，才使得我们能够缩短地域的距离，使无论来自何方的朋友都能用微笑化解由于语言不通而带来的诸多困扰。

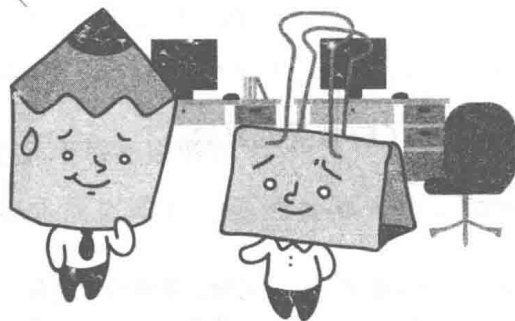
传达亲切感

微笑是一个人对他人的态度的外在表现，当你在为客户服务时，你的一个微笑的眼神、一句微笑的问候、一个亲切的动作，都能使客户感到你待客的亲切与温暖。

抱歉！我之前给的资料有错误，这份是我更新的资料。

看到这么亲切诚恳的笑容，我也生气不起来了。

喔！没关系！



用“5W1H”开启彼此的话题

艾森豪威尔将军曾说：“我宁愿说服某个人与我同行，因为我一旦说服他，他就会紧紧相随。要是我恐吓他，那么只要他怕我一天，就会留在我身边一天，但最后还是会一走了之。”

他所提到的“说服”，就是一种沟通能力的展现。好的业务员必须具备好的沟通技巧，业务是谈出来的，如何开启话题，增加业务对谈成功机会？可由以下几点说明：

一、通过最基本的企划概念“5W1H”开启彼此的话题

- ◆ Who：谁是你说话的对象？要用什么表情面对他？
- ◆ What：什么是你要说的？也就是你们的话题，或者拟定的目标与内容。
- ◆ Why：为什么要说这些？或者，为什么是这位聆听者？
- ◆ When：考虑开口的时机了吗？有没有先发制人的必要与优势呢？
- ◆ Where：哪里是最适合的谈话场所？
- ◆ How：如何把话题从开场白带入核心？

二、微笑力量大

在谈话取得一定效果、谈判达成某种协议，甚至当情势变成僵局时，双方能会心微微一笑。如此，可消除芥蒂，增加彼此友

谊，争取谈判的空间。

最后还需要注意以下几点：

(1) “愿意”沟通并不代表“能够”沟通，让人了解的沟通才是有用的沟通。

(2) 我们怎么说和说什么同样重要。

(3) 不懂得沟通的方法，就达不到沟通的效果和目的。

(4) 许多问题与冲突的关键点都是沟通不良。

(5) 当你有说话的冲动时，问对方：请说说你的想法。

(6) 和陌生人交谈时，从他的职业、头衔、背景开始问问题。

(7) 多看报章杂志，了解时下众人关心的话题。

练习“5W1H”

成功开启彼此间的话题：试着在谈话内容切入以下几点（5W1H）：

Who 谁是你说话的对象？要用什么表情面对他？

What 什么是你要说的？也就是你们的话题，或者事前想好的目标与内容。

Why 为什么要说这些话？或者为什么是这位聆听者。