



销售圣经实战系列丛书  
SALES BIBLE™ Practice Series

# ASK

刘勇◎著

# 这样提问

## 绝对成交的8大秘密

用正确的提问拿订单  
不会提问，就不能成交  
销售的秘诀就是有效地提问！

# 才能成交

# AND

# QUESTIONS,

# CLOSE

武汉工业学院图书馆



01026575

49



中华工商联合出版社

# THE DEAL



销售圣经实战系列丛书  
SALES BIBLE™ Practice Series

F713.3-4P

L612

刘勇

# ASK

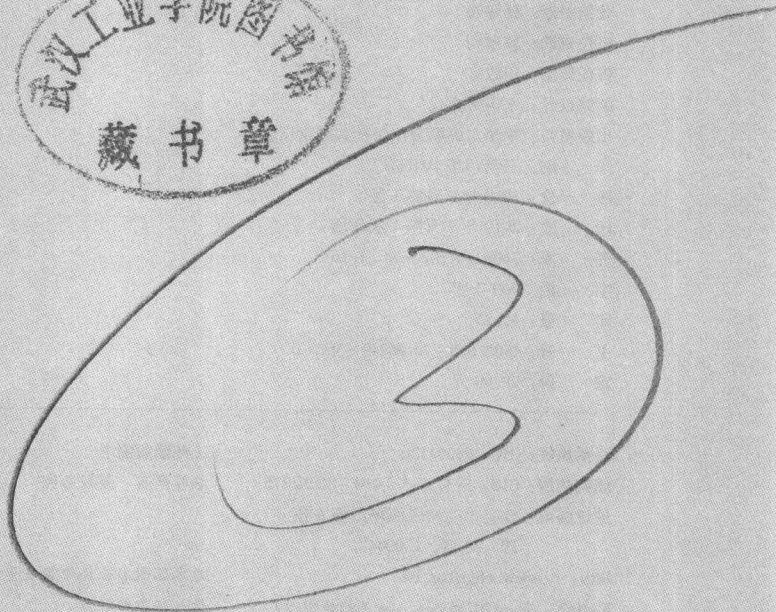
# 这样提问 才能成交

# HOW

# QUESTIONS, CLOSE

刘勇◎著

# THE DEAL



## 图书在版编目 (CIP) 数据

这样提问才能成交/刘勇著. --北京:中华工商联合出版社, 2010.9

ISBN 978-7-80249-550-0

I. ①这… II. ①刘… III. ①销售—通俗读物

IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 164100 号

---

### 这样提问才能成交

作 者: 刘 勇

责任编辑: 卢 俊 韩 旭

选题策划: 卢 俊

营销企划: 杨海峰

责任审读: 郭敬梅

责任印制: 迈致红

装帧设计: 水玉银文化

出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷: 三河市华丰印刷厂

版 次: 2010 年 9 月第 1 版

印 次: 2010 年 9 月第 1 次印刷

开 本: 710mm×1020mm 1/16

字 数: 200 千字

印 张: 15.25

书 号: ISBN 978-7-80249-550-0

定 价: 29.90 元

---

服务热线: 010-58301130

团购热线: 010-58302813 010-82082775

地址邮编: 北京市西城区西环广场 A 座

19-20 层, 100044

http://www.chgslcbs.cn

E-mail: cicap1202@sina.com (营销中心)

E-mail: gslzbs@sina.com (总编室)

工商联版图书

版权所有 侵权必究

凡本社图书出现印装质量问题,  
请与印务部联系。

联系电话: 010-58302915

心理学研究表明，绝大多数人都喜欢别人倾听自己的谈话，而不是自己听别人说话。我们的客户也不例外。然而现实的情况是，95%的销售员都在喋喋不休地向客户介绍产品、强调产品的特征和竞争力，当客户对没完没了的介绍感到厌烦时他便会拂袖而去。只有5%的销售员能真正地听客户说话，通过对客户信息的收集、处理来满足客户的要求。这样的销售员才真正满足了客户渴望受到重视的心理需求，实践了“客户就是上帝”的理念。

怎样才能准确得知客户的购买意向呢？提问就是最直接最有效的方法。销售员通过提问来促成成交的方式被称为提问式销售。提问式销售改变了以往销售员“一言堂”的局面，把客户也融入到销售过程中，这种有互动的销售会给客户带来很强的体验感，是销售员提高成交概率的重要筹码。

中医讲究望、闻、问、切，其实这四种疗法在销售中也同样适用。销售员通过观察，然后根据具体环境和客户的不同特点进行有效提问，才能最终切中要害，达成交易。

我们都知道，能否成交，在很大程度上依赖销售员对客户地了解程度，也

就是所谓的“知己知彼，百战不殆”。但是，我们不能指望客户会主动告诉你他需要什么，而是应该依靠主动提问。如果销售员提一些客户需要很多语言才能回答的问题，就会获得更多有价值的信息，比如：“您想买什么样的产品？”“您的购买目的是什么？”这样提问，客户往往会说出更多的想法，从而使销售员了解客户的真实目的。

不但如此，当销售员向客户提问时，客户会感觉到自己是对方注意的中心，他在感觉到受到关注和尊重的同时会更加积极地参与到谈话中来。当客户对销售员产生了好感，他便更倾向于购买其产品。

通过主动提问，销售员可以更好地控制谈判的细节和与客户沟通的方向。优秀的销售员总是能够利用有针对性的提问来逐步实现自己的销售目的，还可以通过巧妙的提问与客户保持友好的合作关系。

客户和销售员可能会产生误会，这时提问就能在很大程度上消除误会。当销售员对客户表达的意思或者某种行为的意图不能理解时，千万不要自作聪明地猜测和假设，而要根据实际情况进行提问，弄清客户的真实意图，以免产生不必要的误会。

高明的销售员从来都不是喋喋不休的，他们以征求客户意见的态度，向客户提出友好而又切中其需求的问题，这是这类销售员的看家本领。因为这样，客户会渐渐放松对销售员的警惕和抵触心理。

所以，要想做一个成功的销售员，就要适时提出巧妙的问题，变你说为客户说，留给客户一双懂得倾听的耳朵，你会有意想不到的收获。

第一章

巧用提问避免拒绝——遭遇拒绝并不可怕

1. 换掉不合时宜的老办法/3
2. 用提问式开场白抓住客户/6
3. 提问要注意顺序/9
4. 向客户提问的9种方式/12
5. 反问客户有技巧/16
6. 弄清客户的兴趣点/19
7. 幽默的语言技巧/22
8. 问题必须切中要害/25
9. 弄清客户拒绝的真相/27
10. 用“狡猾”的提问吸引客户/30

第二章

恰当提问了解需求——有需求才能促进成交

1. 用简单的提问了解客户基本情况/35
2. 提问时给客户留下选择空间/38
3. 通过提问全面了解客户/40
4. 寻找话题打破冷场/44
5. 引导话题转向自己期待的方向/47

6. 先找到需求，再做方案/49
7. 先明确需求的种类再去满足/53
8. 让客户多说，你多听/56
9. 弄清客户的购买障碍/59
10. 了解客户的困扰程度/62

### 第三章 提对问题看透心理——懂心理才能一击而中

1. 分析客户的购买心理才能打动客户/67
2. 给客户戴顶高帽，可博取客户好感/71
3. 让客户由观望者变为购买者/74
4. 适时沉默，给对方点压力/77
5. 故意制造某些意外，刺激对方了解更多/80
6. 解析客户的成交语言，读懂话中话/82
7. 让客户受益，刺激购买欲望/86
8. 让客户在不知不觉中被“软性套牢”/89
9. “免费的甜点”人人喜欢/92
10. 促使客户自动加价/95

### 第四章 提好问题拉近距离——搞好与客户的关系并不难

1. 亲切、自然的提问更易于客户接受/101
2. 心急吃不了热豆腐/105
3. 尊重客户就是尊重自己/108
4. 巧妙利用问题建立自我可信度/111
5. 提问时注意自己的肢体语言/115
6. 问候客户的动作要得当/118
7. 提问的同时别忘了赞美/120
8. 切记不要抢话，要让客户诉说/124
9. 提问时思维与客户保持同步/127
10. 向客户敞开心扉/130

## 第五章 提问让沟通更顺畅——沟通畅通销售才畅通

1. 言语要有亲和力/135
2. 制造好情绪/138
3. 及时纠正客户的错误理解/140
4. 少用专业术语/143
5. 用问题引导对方说“是”/147
6. 就客户关心的事情提问/150
7. 产品介绍，不能唱“独角戏”/153
8. 正确评判客户的购买能力/156
9. 把烫手山芋扔回给客户/159
10. 用提问来暗示你的期望/163

## 第六章 提问激发客户兴趣——有兴趣成交才有可能

1. 用一个问题激发客户的好奇心/169
2. 分辨目标客户，销售需要找对人/172
3. 没兴趣≠不需要，开发没有兴趣的客户/174
4. 换位提问，让客户说服自己/177
5. 轻松搞定陪同者/180
6. 巧妙突破“小鬼”防线/183
7. 引起客户兴趣，调整提问范围/186
8. 诊断性问题可以对症下药/189
9. 让客户的答案引导你的展示/193
10. 使客户进入紧急状态/195



## 第七章 提问题快速成交——成交就是要问得对

1. 掌握销售主动权，客户容易“买账” /203
2. 学会利用间接影响力/206
3. 设计有质量的提问/209
4. 非此即彼，诱导客户“二选一” /212
5. 双赢才意味着成功/215
6. 用问题控制商谈的节奏/218
7. 促使客户“主动”参与销售/221
8. 判断最佳成交时机/224
9. 成交谈判中，不可过早做出让步/227
10. 有效化解客户的成交障碍/230

参考文献 /234

# ASK QUESTIONS,

## 第一章

巧用提问避免拒绝——遭遇拒绝并不可怕

# CLOSE THE DEAL



# ①

## 换掉不合时宜的老办法

销售员在拜访客户初期，遭遇拒绝是家常便饭。“销售从拒绝开始”的理念已经被越来越多的销售员所接受。对此，人们认为下面两种方法能有效地应对客户的“拒绝”：一是增加拜访次数，直到客户不再拒绝；二是与客户搞好关系，逐渐打破僵局。很多销售员认为，只要在遭遇拒绝时坚持使用这两条黄金法则，就一定能化解拒绝，成功实现销售。

杰克是一名刚刚进入销售领域的新人，此前有老销售员告诉他遇到拒绝很正常，只要不停地拜访情况就会有所变化，杰克对此深信不疑。

在第一次拜访客户时，杰克就遇到了这个问题。他拜访的客户是个非常繁忙的生意人，杰克费了几周的时间终于获得了与客户电话沟通的机会。

销售员：“先生，我们的产品对您来说再合适不过了，我保证您购买后绝对不会后悔。”

客户：“其实我对这个真的不太感兴趣。”

销售员：“您对我们的产品还不太了解吧？其实您只要了解一下，一定会改

变看法的。”

客户：“我不太想了解你们的产品，何况我们也有固定的合作伙伴。”

销售员：“但是如果您了解后就会发现，也许我们之间的合作会更愉快。”

客户：“不用了，我暂时还没有考虑更换合作伙伴。”

销售员：“但是您可以先了解一下我们的产品，您看如何？您今天有时间吗？我想和您见个面。”

客户：“不用了，我还有事，我要挂电话了。”

销售员：“别，别，您再给我三分钟时间，就三分钟……”

客户：“你怎么还没完没了的？我说了不需要，请你不要再给我打电话了！”

接着传来“嘀嘀”的忙音。

杰克本想通过自己的执著和坚持打动客户，结果却适得其反，难道一直被奉为化解拒绝的黄金招术失效了吗？

实际上，在现今的销售环境中，那些化解客户拒绝的惯常方法，已经很难在销售员的实际工作中发挥作用了，那么原因到底是什么呢？

### **(1) 频繁拜访会令客户更加反感**

试想你被同一个人叫住 N 次，而且他滔滔不绝、没完没了地向你讲述产品信息，期待与你做成生意，你会是什么感觉？采用频繁拜访的方法化解客户拒绝，往往并不能真正融化客户心中的“坚冰”，反而会让客户在心理上离你越来越远。

### **(2) 多次被拒绝会导致士气低落、丧失信心**

拜访的次数越多，被拒绝的次数也会相应增多，对此销售员们最常听到的一句话就是：每次遭到拒绝，你都要振作精神，因为客户的每一个“不”字都表明你离成交又进了一步。但实际上，很少有人真的能在被多次拒绝后还保持昂扬的斗志，因此我们说频繁遭到拒绝只能削弱销售员的士气。

### (3) 频繁拜访会浪费时间

销售员多次拜访客户，也许有成功的机会，但是若缺乏相应的技巧，则对销售员来说纯属浪费时间。因为客户会接到很多类似的推销信息，因此即便销售员再热情，客户也没有必须回复的义务，而销售员一而再再而三地拜访，对于那些立场坚定的客户而言，只会白白耽误时间。

### (4) 不能联系到客户本人

现在很多公司都使用电话自动语音系统，或者采取电话转机的方式，销售员通过电话往往只能留言，或是接到秘书的拒绝或托辞，除此之外就再难得到什么回应。用这样的沟通方式与客户建立感情，可谓难上加难。

### (5) 推销内容雷同，无法赢得客户关注

训练有素的销售员在听到客户的留言提示时，通常会说上一段早已想好的话，让人听来仿佛是照着稿子念的，比如，“您好，我是××公司的销售员，本公司是生产×××的业界领先厂商，希望能占用您几分钟的时间，讨论我们的产品线如何为贵公司的营运提供积极协助。如果您有需要，请通过这个电话联系”。这听起来似乎还不错，但是你要知道，客户不只会接到你的留言，当客户回放留言时，会发现十几个甚至几十个看似专业的雷同留言，其结果可想而知，多数留言会被当做废话删除，你得到回应的概率也就极小了。

所以，专业的销售语言并不能帮助销售员增加成功的机会，如果销售员不能摆脱惯有的平庸方式，就很难引起客户的关注。

## 经验总结

- ▶ 如今拜访客户的门槛越来越高，很多时候销售员难以见到客户本人，要想采用坚守的方式获得与客户见面的机会，可谓一厢情愿，你常常在与助

理、秘书的交锋中就败下阵来，与客户搞好关系也因此变成难以实现的空话。

▶ 没有进展的频繁拜访同没有结果的等待一样，都是在做无用功。

## ②

### 用提问式开场白抓住客户

销售员要想化解客户的拒绝，用不合时宜的老方法是不行的。如果不能在一开始就给客户留下深刻的印象，就很难引起客户的注意。如果在遭到拒绝时通过提问吸引客户，对销售员来说倒是一个不错的方法。

小王是一家电子公司的销售员，一天他得知某地的税务局需要一批系统软件，这对刚参加工作不久的小王来说，的确是一个非常好的机会。但是经过了解，小王发现负责这个项目的人非常严肃，小王不由得担心起来：如果遭到拒绝，该怎么办呢？直到与负责人见面的前一分钟，小王还没有想好应对拒绝的好方法，但是当他走进税务局的大厅时，他的大脑里突然灵光一闪。

销售员：“您好，我是××电子公司的小王。您知道吗？我刚走进这里，心中就不由地有一种自豪感。”

客户：“为什么？”

销售员：“因为我每个月都要纳税，虽然刚参加工作不久，但是从来没有间断过。”

客户：“是啊，如果每个人都能这样积极纳税，我们的工作就好开展多了。”

销售员：“的确，只有齐心协力，我们的国家才能更强大，当然只有各方面运转良好才能取得这样的效果啊。听说贵局需要购进一批系统软件，我今天来就是想同您讨论一下系统软件采购项目的。您对供应商有哪些需求呢？我们不妨找个地方好好聊聊，您看如何？”

客户：“好吧！”

面对销售员的死缠烂打，很多客户早已练就了不可动摇的定力，但一般来

说，他们仍很难招架带有新鲜信息的“挑逗式”提问，对销售员来说，诱惑比坚守更有效果。你坚守几周甚至数月也没有搞定的客户，也许一个让他感兴趣的提问就能将其轻松搞定，因为好奇心人人都有，在一开始就调动起客户的好奇心，接下来的工作就会好做很多。

那么，销售员在开场时如何提问才能达到满意的效果呢？

### (1) 针对客户感兴趣的话题提问

优秀的销售员在与客户初次见面时往往不会单刀直入，而是与客户寒暄一阵，增加与客户之间的互动。在互动中，销售员不仅可以更加了解客户的具体情况，还能够进一步激发客户的谈话热情，拉近与客户之间的心理距离。所以当遭到客户拒绝时，你可以针对客户感兴趣的话题进行提问，来吸引客户注意，例如，“听说您是集邮的行家，我也对集邮很感兴趣，不知什么时候能和您好好交流一下？”之后再想办法将话题转移到产品上来。

### (2) 通过提问制造悬念

人人都有好奇心，在销售过程中，如果销售员能充分调动客户的好奇心理，也能达到化解拒绝、吸引客户的目的。当客户表示拒绝或考虑要购买其他品牌时，销售员可以制造一些悬念，激起客户的好奇心，从而争取沟通机会。例如：

◇ “您想了解××公司的利润为什么能在三个月内翻一番吗？”

◇ “您是否记得去年曾经红极一时的××产品？”

◇ “我是××公司的××，我今天是来和您一起处理问题的，您想听听如何才能让您的公司赚取更多利润吗？”

◇ “××先生，我是来推销钞票的，您有这方面的需求吗？”

一旦吊起客户的胃口，就会让客户对你产生“这家伙还挺有意思”的想法，从而愿意继续与你对话。

### (3) 提问时加入产品亮点

客户对你表示拒绝，一个重要的原因是你的产品不够吸引他。所以，最有



效的方法就是：马上向客户表明产品的不同凡响之处。例如，“您一定很想拥有一台耗电低、噪声小、搬运方便、款式别致的冰箱，对吗？我们恰好能为您提供！”

#### (4) “诱惑式”提问

能从购买中获得一定利益，是多数客户最终做出成交决定的根本原因。人人都具有逐利性，权衡事物是否能给自己带来价值，是人们的一贯心理。销售员就应该让客户明白买与不买的利益区别，增加他的谈话热情，使他愿意和你交谈下去。不妨使用一点“小诱惑”，告诉客户购买产品之后他会获得怎样的利益，对他有什么帮助和好处。如果这些“诱惑”足够吸引他，他就会很快地与你展开互动。例如：

◇ “您一定希望在工作时不被恼人的空调噪声打扰，那么为什么不试试我们的产品呢？我们能消除您的担心。”

◇ “我们的冰箱每周仅仅耗电两度，您一定想知道我们是如何做到的，对吗？”

#### (5) 提问包含赞美

人人都希望得到他人的赞美和关注，如果一个人发现别人对自己表示出佩服和赞叹的神情，必然会心生欢喜。在遭到客户拒绝时，销售员不妨也利用客户的这种心理，对其赞美一番。使用提问式的赞美会更加有效，能加深客户的印象。例如：

◇ “您是如何解决这个棘手的问题的？能否向我讲授一下真经啊？”

◇ “这么大的生意您这么快就拿下了，想必您一定有秘诀吧？”

◇ “您的名字真的很有寓意，给您起名字的人一定很有学问吧！”

通过问句或感叹句让客户对你的赞美记忆犹新，这样，你还担心得不到客户的注意吗？作为销售员，你不仅要学习保持赞美他人的心态，还要学会将赞美与提问联系起来，让赞美更具诱导性。