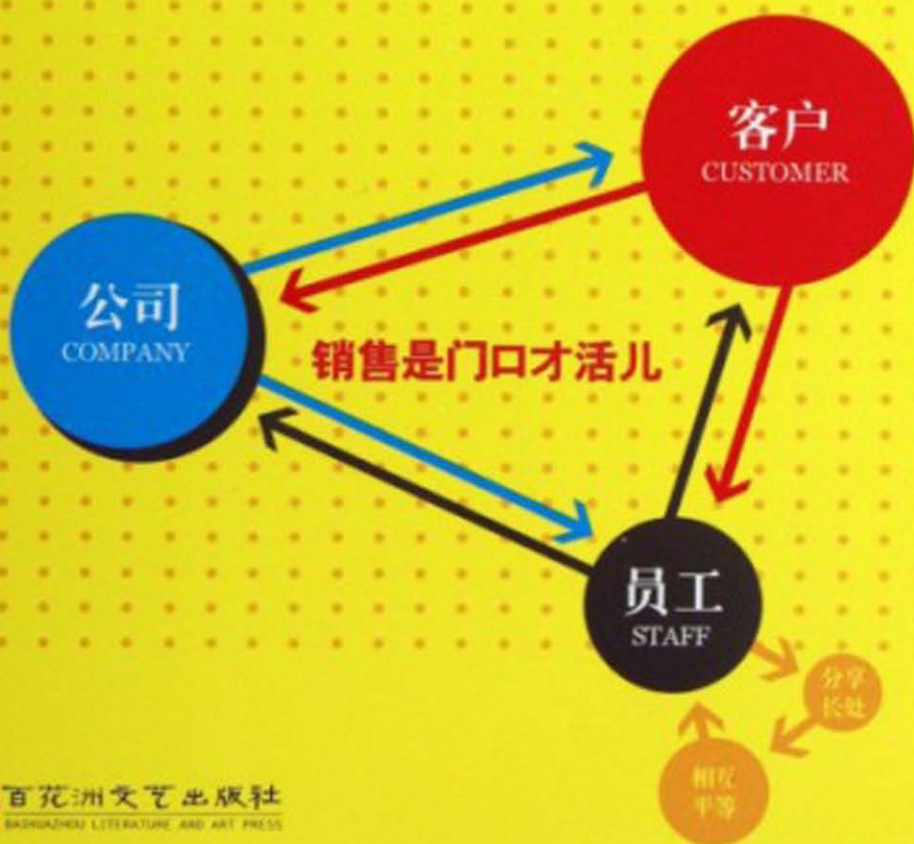


# 把话说到 客户心里去

本书只教会你两件事情：  
如何跟客户说话，如何听客户讲话

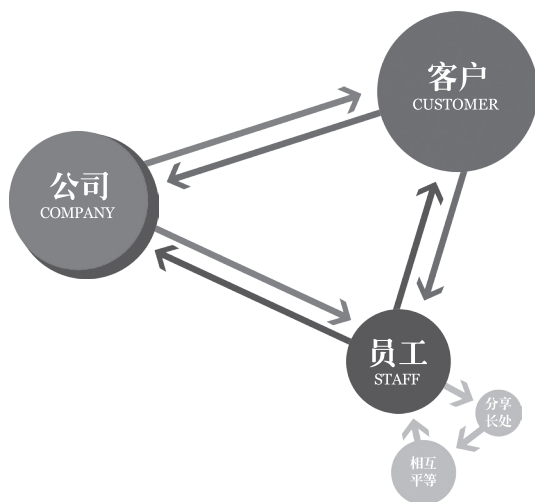
把话说到客户心里去，你的话就能卖一个大价钱！

蔡富强◎编著



# 把话说到 客户心里去

蔡富强◎编著



百花洲文艺出版社

BAIHUAZHOU LITERATURE AND ART PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

把话说到客户心里去 / 蔡富强编著. -- 南昌: 百花洲文艺出版社, 2013.8  
ISBN 978-7-5500-0717-8

I.①把… II.①蔡… III.①销售-商业心理学  
IV.①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第170238号

# 把话说到客户心里去

蔡富强 编著

出版人 姚雪雪  
责任编辑 余 苕 朱 强  
封面设计 刘红刚  
出版发行 百花洲文艺出版社  
社 址 南昌市阳明路310号  
邮 编 330008  
经 销 全国新华书店  
印 刷 北京中印联印务有限公司  
开 本 170mm×240mm 1/16  
印 张 18  
字 数 250千字  
版 次 2013年10月第1版 2013年10月第1次印刷  
书 号 ISBN 978-7-5500-0717-8  
定 价 35.00元

赣版权登字: 05-2013-272

版权所有, 侵权必究

网 址 <http://www.bhzwjy.com>

图书若有印装错误, 影响阅读, 可向承印厂联系调换。

## 前 言

P R E F A C E

---

# 你能像她卖辣椒 一样推销产品吗？

为什么销售同样的商品，有些销售员业绩惨淡，有些却业绩不凡？  
为什么有些销售员总会遭到客户的厌恶，有些却能让客户打成一片？

这其中的奥秘，只在于一张嘴。

所谓，一言九辩重于九鼎之宝，三寸之舌强于百万之师。

销售任何东西，总会遇上一些看似无法完美解决的问题，我们称之为黑暗地带。然而，一旦跨过去了，成功便触手可及，订单就能手到擒来。

如何跨越？

千万别只卖东西、只卖产品。还要卖信任。

这就必须靠口才！记得在一本书上看过这个案例，堪称经典。

在卖辣椒时，卖家会遭遇到顾客不断抛过来的一个棘手问题：这辣椒辣吗？

这个问题，确实不好回答。你要是说辣吧，那些怕辣的人就皱起眉头；你要说不辣吧，那些爱吃辣椒的人就不乐意了。结果生意只好泡

汤，谁都不会买，顾客都拍屁股走人。

辣不辣，竟然成了“碰运气销售”的罪魁祸首。

大多数人想到了一个好办法，那就是：把辣椒分成两类，一类是辣的，一类是不辣的。让顾客各取所需。这确实是一个聪明的方式，但这并非最聪明的方式。

曾经有一个卖辣椒的中年妇女，每天骑着一辆三轮车，用一种更聪明的方式——用口才来卖辣椒。

她并没有把辣椒分成两堆，而是一大堆放在一起卖。那么，她到底是怎么卖的呢？

第一个顾客上来，马上问了那个经典的问题：“你的辣椒辣吗？”

中年妇女笑着并非常肯定地回答：“那些深颜色的辣，那些浅色的则不辣！”那位顾客自然深信不疑，挑拣了一些，付了钱满意地走了。

这个说法果然很妙，爱辣的人会挑深色的，而怕辣的人就自然会挑浅色的。这样的话，每一个顾客都不会错失。

可是，没过多久，出现了另一个问题：由于顾客口味不平均，所以，摊子上的浅色和深色辣椒的数量产生了落差，一种只剩寥寥几个了，另一种却还有一大堆。这回，她该把辣椒分成两堆了吧？要不然就不好卖了。然而，这位卖辣椒的高手另有“说法”。

又一个顾客来了，顾客指着辣椒问：“这辣椒辣吗？”

中年妇女看了一眼那堆差不多全是深色的辣椒，果断地回答：“长的辣，短的是不辣的！”于是，顾客按照卖主说的挑了起来。很快，辣椒又被卖掉了一大堆。这一次，长辣椒几乎被卖光了。

最后，剩下的是些深色的短辣椒。这下，没辙了吧？她还有什么可说的？

没想到，当下一个顾客来询问时，卖辣椒的中年妇女再一次毋庸置疑地回答：“皮硬的辣，皮软的就不辣！”

这位销售高手果然聪明！她的辣椒被太阳晒了老半天，确实有一部分由于失水而变得软塌塌的。而她，却利用巧舌把这些“瑕疵”变成了“卖

点”。

想要做成买卖，不需要费劲地把辣椒分门别类，也不需要钻研辣椒的色差、长短和软硬，你只要“会说话”就行了。如果你能把“死”的说成“活”的，把话说到客户心里去，又何愁做不成交易呢？

在通往成功的销售之路上，荆棘满布，每一个沟通，每一个细枝末节都要考虑周到，作为一个优秀的销售员必须要善于思考，善于聆听，更要善于“说话”。

古人称那些君主，要么“一言兴邦”，要么“一言丧国”。而一个销售员在洽谈过程中，同样面对着“一言而胜”或“一言败北”的两条路。可见，这一言，至关重要。


所以，学会用自己的方式卖“辣椒”，用打动客户的方式说话，是销售的重中之重。而这正是本书的意义所在：如何说话，如何听人说话。

在销售过程中，每个人都遇到过“计划赶不上变化”的情况，这些突如其来的变故，会狠狠打乱你酝酿良久的原定计划，弄得你措手不及。当陷入这种窘境时，打开本书，你就会知道：如何通过高超的“说话能力”帮助自己随机应变、化险为夷，最终扭转乾坤。

☆

# CONTENTS

## 目 录



第一部分  
**你的话能卖  
大价钱**

..... 第一章 .....

### 撑死胆大的，饿死胆小的：学会和陌生人说话

1. “搭讪”千万别脸红 ..... 3
2. 和陌生人说的第一句话一定要好听 ..... 7
3. 大胆挖掘陌生人的潜力 ..... 11
4. 第一次见面，千万别让人觉得你目的不纯 ..... 15
5. 适当的时刻，用点小恩小惠 ..... 19
6. 多和陌生人讲话，常说口里顺 ..... 23

..... 第二章 .....

### 到什么山上唱什么歌：和什么样的客户说什么样的话

1. 千万别“哭错了坟头” ..... 27
2. 好销售员都是相声演员，“说学逗唱”四门全 ..... 31
3. 千万别让客户觉得你这个人“不靠谱” ..... 34
4. 最简单的方式是“鹦鹉学舌”（用客户的方式说话） ..... 38
5. 别“只许愿，不烧香” ..... 42

..... 第三章 .....

**不打无准备之仗：销售前作好100%的准备**

1. 做个“八卦”记者，了解客户的“吃喝拉撒” ..... 46
2. 说了一车话，还不知道自己卖什么 ..... 50
3. 要有个理由，让客户不得不买你的产品 ..... 54
4. 客户实在不想买，别赶鸭子上架 ..... 58

..... 第四章 .....

**会说的惹人笑，不会说的惹人跳：客户就是爷，别把他惹毛了**

1. 说话前，嘴上抹点蜜 ..... 62
2. 把话说得比唱得还好听 ..... 66
3. 马屁拍重了，小心被马踢 ..... 70
4. 好戏不唱三台，好曲不唱三遍 ..... 74
5. 每个销售员都是“故事大王” ..... 77
6. 讲故事前，先套出客户的故事 ..... 81

..... 第五章 .....

**嘴碎的不如嘴笨的：客户喜欢憨厚的**

1. 好好说话别“忽悠” ..... 85
2. 客户一表示质疑，你就忙着解释 ..... 89
3. 牢记“病从口入，祸从口出” ..... 93
4. 对着客户傻笑、傻乐，别“犟嘴” ..... 97
5. 最牛的销售员靠的不是语言 ..... 100

..... 第六章 .....

**说话细思考，吃饭细咀嚼：别让你的嘴坏了大事**

1. 最笨的销售就是“三句话不离本行” ..... 103
2. 不要“把丑话说在前头” ..... 107



3. 矮子面前不说短话，别让客户想找个地缝钻进去 ..... 111
4. 会说的说自己，不会说的说别人(贬低竞争对手) ..... 114
5. 说话“啰唆”，连“唐僧”都被你愁死了 ..... 118
6. 话说巧，钱赚牢——抬高产品价值 ..... 122

..... 第七章 .....

### 会说不如捞干的：99%的客户需要“医生”而不是“演员”

1. 客户都喜欢能给自己“医病”的人 ..... 125
2. 数字比文字更权威 ..... 129
3. 有话说在明处，有药敷在痛处 ..... 133
4. 先研究专业，再做个好“医生” ..... 137
5. 不说100%好，给自己留活口 ..... 141



..... 第八章 .....

### 此时无声胜有声：客户的话比你的话更值钱

1. 你不说话能憋死啊? ..... 147
2. 客户不买你的账，是因为你不知道他到底想要什么 .... 151
3. 客户不想说，你得“逼”他说 ..... 155
4. 要认真听，全心全意地听，你才能找到成交的机会 .... 159
5. 没有成功，不是因为你说得太多，而是听得太少 ..... 162

..... 第九章 .....

**吃菜吃心，听话听音：客户的话里有话**

1. “我不明白你到底想做什么”，说明你的表达太含糊 .... 166
2. “这事我决定不了”，说明你找错了人 ..... 170
3. “暂时没这样的需求”，你被拒绝了 ..... 174
4. “我现在在开会”，客户很忙，或者他根本不想  
跟你说话 ..... 177
5. “我们单位今年没做这项预算”，他最近没有  
这样的需求 ..... 181
6. “价格太贵了”，客户有意想买，下一步谈的就是  
价格问题 ..... 184

..... 第十章 .....

**心急吃不了热豆腐：在客户的反对中寻找机遇**

1. 嫌货才是买货人，别着急解释 ..... 188
2. 客户拒绝，不要急赤白脸 ..... 192
3. 与客户争辩，虽胜亦损 ..... 196
4. 客户迟迟不肯成交，别跟催债似的 ..... 200
5. 受到异议，一笑置之 ..... 204

..... 第十一章 .....

**伶俐人一拨三转，糊涂人棒打不回：别净拣对自己有利的听**

1. 想听的得听，不想听的也得听 ..... 208
2. 直截了当问一句：能告诉我，你是怎么想的吗？ ..... 212
3. 看似不痛不痒的话，机会就在这里 ..... 216
4. 听到要害了，你就能牵着客户的“鼻子”走 ..... 220
5. 注意观察，客户的表情也在说话 ..... 224

..... 第十二章 .....

### 那些倾听中需要避免的

1. 客户说话心不在焉，眼珠子乱转 ..... 228
2. 客户说话的时候，总是说“对不起，我插一句” ..... 232
3. 话还没说完，着急说自己的观点 ..... 236
4. 别去假想，如何反驳客户提出的意见 ..... 239
5. 你说你的，我想我的 ..... 243

..... 第十三章 .....


### 会说的不如会听的：你听的不是话，而是尊重

1. 把自己当成海绵，客户的话照单全收 ..... 247
2. 把你想说话的欲望敲碎了咽进肚子里 ..... 251
3. 不要着急问你想知道的 ..... 254
4. 客户拉家常，也要表示很感兴趣 ..... 257

..... 第十四章 .....

### 两只耳朵、一张嘴：业绩的80%都是靠耳朵听来的

1. 大订单都是“听”来的 ..... 260
2. 倾听能使客户把你当朋友 ..... 264
3. 不要“听风就是雨”，要动脑筋分析 ..... 268
4. 聆听能够给客户“制怒” ..... 272



第一部分

**你的话能卖  
大价钱**



# 撑死胆大的, 饿死胆小的: 学会和陌生人说话

## 1. “搭讪”千万别脸红 .....

“搭讪”是一个销售员和陌生客户建立“信息桥梁”的基本途径。但是，现实中，有很多经验不足的新人还没进入正题就会摔晕在起跑线上，而导致这些新人惨遭出局的罪魁祸首竟然是：脸红！

你可千万别小瞧这抹“红晕”，它总是出其不意地横插一脚，让你摔个大跟头，前功尽弃。

实际上，在最初起步阶段，大多数销售精英都曾经历过“脸红心跳”不够自信的日子，而那些取得成功的人，总能重视这些“面子问题”，并且积极自我疗治。

1993年，风和日丽的一天，一个眉清目秀的年轻人在街上行走，突然他被人拦住，“年轻人，我们公司正在招募化妆品销售员，你有兴趣挑战吗？有高提成哦！”

还是大四学生又急需用钱的年轻人一听到这个送上门的机会，当即报名加入了这个化妆品销售队伍。

那个时候，化妆品还未被国人接纳，市场也还不够成熟，推销难度可想而知。

最要命的是，这位年轻人有个“坏毛病”：见人就脸红。当他把第一批货全数推销给亲朋好友后，他不得不面对与陌生人搭讪的窘境，这给他带来了接二连三的挫败。每当他硬着头皮拉住一位顾客，而这位顾客也勉强停下了脚步时，他却未开口，脸先红。不敢直视对方，也不敢“大胆”说话，他的羞怯模样不仅“赶跑”了顾客，也丢了大好机会。

自此，在很长一段时间里，脸红，成了他心中挥之不去的“痛”。

心高气傲的年轻人并没有放弃，他知道没有一个营销人天生就是出类拔萃的。虽然只是一份兼职，他却暗自定下了一个个高目标，磨炼自己的“脸皮”，并千方百计提升自己的专业素养。

一次，公司请来一位台湾讲师，为了“解惑”，囊中羞涩的他不惜自掏腰包参加培训课程。在这次培训课上，他把几个月来的“疑难杂症”一股脑儿抛向讲师，虚心求教。在讲师的帮助下，很多想不明白的问题一下子都迎刃而解了，这次讲课他受益良多。

培训完后，茅塞顿开的年轻人立即抓起一大包的化妆品，奔向大街，充满激情地推销他的产品。

为了克服自己的紧张情绪和羞怯感，他给自己定下“硬性目标”：每天最起码拜访20位陌生客户，否则不准吃晚饭。

就是这样，一种东西一旦到了极致，反而就不“新鲜”了，包括脸红在内。显然，重复，是让他自己麻木的最好方法。

为了快速提高销售业绩，从来不写日记的他记起了“销售总结日记”，他不顾白天的劳累，每天晚上坚持这一枯燥的工程：把当天的销售经过“记录在案”。他会分析自己的每个销售细节，不放过一个纰漏，不断反省、不断精益求精。

他知道，销售最大的“拦路虎”，就是自己的“心理障碍”。慢慢地，他的“犯病”次数越来越少，最后，“脸红”变得难得一见。等到1994年大学毕业的时候，他已然变成了一个小“富豪”，从此，他义无反顾地投身到营销

事业中。

这个年轻人就是俞雷，曾任欧莱雅中国大众化妆品部区域经理，著有《最糟糕情况下的营销》。从一个对营销知识懵懂无知、遇人脸红心跳的大学生，到一个声名显赫的外企资深营销经理人，他用了不到10年的时间。

“有些才能，是天生的；另外一些才能，是后天培养出来的”，俞雷靠着后天的努力，克服“红脸症”，激发潜能，成为了一块销售“好材料”，证明了自己营销领域的强劲实力。

脸红，这种“小儿科”的事，往往比较集中出现在“新人”身上。原因并非仅仅是缺乏经验，或者“胆小怕事”。最主要的，还是因为紧张，紧张是因为什么呢？是因为不自信。不自信又是因为什么呢？那便是你还不够专业。

由此可见，自信和专业，恰恰是“搭讪”不脸红的先决条件。

如果你在客户面前满脸通红、羞羞答答，客户绝不会觉得你“可爱”。你的底气不足，在他人眼里就是对自己的不自信，也就是对产品的不自信。

作为一个销售人员，如果无法“理直气壮”地为自己的产品进行推销，那么客户有何理由购买你的产品？又如何有耐心继续听你的“喋喋不休”呢？

心理学家对此曾说：“不正视别人，意味着自卑；正视别人，表露出的则是诚实和自信。同时，与人讲话看着别人的眼睛正是一种礼貌的表现。”

当然，自信，并不是盲目地去逞强，而是基于自身完善的专业素养。像俞雷，当他在销售过程中遇到种种阻碍时，首先想到的就是参加培训班，稳固基础，蓄势待发。只有本领强，才敢闯梁山。

一个有远见的销售员，会懂得随时随地去给自己“充电”，让自己在专业知识上立于风头浪尖，让自己“底气充足”。

当你的言谈举止中，闪现着自信满满的专业性时，即使是一个顽固的陌生客户也会赞同你，也会被你所吸引。你就会发现，那令人烦恼不已的



“红脸”之症早就不治而愈了。

### 优秀销售员支招：

要想克服“搭讪”的局促不安和羞怯，并有效抵制“红脸”，除了让自己更专业和自信外，有一些“妙笔生花”的小方法是很有必要掌握的：

1. 求人不如求己，“忘我”是自救的良策。当你内心产生胆怯、害羞等消极情绪时，立刻转移视线。比如，去关注客户的兴趣，脑袋里填满客户的喜怒哀乐，把其他一切都忘了。这种专注，会让你的胆怯奇迹般地消失。
2. 准备充分。恐惧会藏身在你的脑海里，是因为你没有“万事俱备”，当你胸有成竹、掌控全局的时候，自然就不会惶恐不安。
3. 把客户当成自己的朋友。与朋友交谈是最轻松自如的，除了不脸红、不紧张，还最能散发个人魅力，这种魅力甚至可以虏获新客户的“寒冰之心”。

☆