

畅销书《直销教练》作者最新力作

学习推销的目的是为了把产品卖好  
学习行销的目的是为了让产品好卖  
销售的最高境界不是卖产品而是卖话术



网络营销系列之二

# 行 销 话 术

问  
对  
问  
题  
赚  
大  
钱

Art of Talking  
Marketing

孙晓岐 著

最佳行销话术  
操作手册

Art Of Talking  
Marketing

地震出版社



Art of Talking  
Marketing

孙晓岐 著

# 行 销 话 术

问对问题赚大钱

地震出版社



## 图书在版编目(CIP)数据

行销话术:问对问题赚大钱/孙晓岐著. —北京:  
地震出版社, 2006. 6

ISBN 7-5028-2754-4

I. 行... II. 孙... III. 销售-基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 101534 号

地震版 XT200500144

## 行销话术——问对问题赚大钱

孙晓岐 著

责任编辑:彭娅玲

责任校对:宋 玉

---

出版发行: 地震出版社

北京民族学院南路 9 号 邮编: 100081

发行部: 68423031 68467993 传真: 88421706

门市部: 68467991 传真: 68467991

总编室: 68462709 68423029 传真: 68467972

E-mail: seis@ht.rol.cn.net

经销: 全国各地新华书店

印刷: 大厂回族自治县彩虹印刷有限公司

---

版(印)次: 2006 年 6 月第一版 2006 年 6 月第一次印刷

开本: 787 × 1092 1/16

字数: 180 千字

印张: 15.75

书号: ISBN 7-5028-2754-4/F·276(3385)

定价: 22.00 元

版权所有 翻印必究

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

## 前 言

写作《行销话术》一书的最初想法源于 2005 年的 2 月。那时拙作《直销教练》刚上市 3 个月。承蒙广大读者错爱,《直销教练》一上市即畅销长城内外、大江南北,在东南亚华语地区亦风行一时,成为 2004 ~ 2005 年度国内最畅销的直销类书籍之一。对此销售风潮,我欣喜若狂,更是受宠若惊。

书上市之后,读者的信函和电话纷至沓来,令我和我的同事接应不暇。和读者朋友的沟通让我有了学习和成长的空间。在此谨让我向所有来信或来电的朋友,以及所有关注此书的朋友表示诚挚的感谢!

从这些来信来电中,我感到大家最大的心愿是企盼我能再写一本有关“行销话语艺术”的书。然而坦白地说这真是让我处在了不安之中。

《行销话术》原本只是我为核心行销员精心打造的品牌课程,虽已相当成熟,但将它作为推向社会、推向市场的书籍正式出版,我心中并没有多大的把握,总觉得有一定的难度。在以前我并没有想过要出版,因此在了解到读者的迫切心情后,我的内心是忐忑不安的。但我最终还是经不住读者朋友的呼唤和期待,只好让它与读者朋友见面了。好在这本

教程是我躬耕直销、深度研访、反复验证、多年苦心锻造的成果，其中的行销话语艺术是具有科学性及指导意义的。

毕竟读者事大。只要能帮助广大读者朋友提升业绩和成就事业，就能实现我当时撰写这本教程的初衷，不也是很好的事情吗？

谢谢各位读者，是你们激发了我的灵感，去掉了我的惰性，让我完成了一件有意义的事。

我认为销售是一个说对话、问对问题的过程。在销售的过程中，不能说错一个字，说错一个字销售则会全盘皆输。“行销话术”对于每个行销人员都是非常重要的。

本书出版之际，正值中国直销法颁布不久。我们热切期盼的直销法终于颁行天下了，这实在是件令人鼓舞的盛事、大事。我为广大直销员感到由衷的高兴。

当然，直销法可能会影响到部分人的利益，但这很正常，因为世界上任何一部法律在维护绝大多数人利益的情况下，都会损害部分人的利益。如果有部分直销法规条框影响了你的事业，请不要有任何怨言。因为国家在制定法律时，远远比你想得更多，考虑得更深，看得更远。在这里没有门户之见，只有开放和包容；没有包庇和偏袒，只有公平和公正。

让我们共同来感谢政府为我们提供了一个公平公正、健康有序的工作环境。

事实上，一个好的工作环境除了政府的有力扶持外，更多的是来自经营者的规范，因为最好的行业规范还是来自于经营者自身的规范。

经营者的规范来自两方面：

一是经营者的心态。我们常说心态决定一切，心态决定一个人事业起点的高度，很难想像，一个心态不好的经营者会有一个成功的事业和理想的人生结果。不规范的经营者的表现是投机心态，只要今朝不要百年的急功近利心态。事实上这是很难成功的。

二是经营者（经销商）的专业程度。专业带来规范，不专业就没有规范。一个训练有素的专业队伍，才会有一个井然有序规范队伍，一个规范队伍才是一个有战斗力的队伍。一个企业的强大来自于经营者的素质教育和专业知识的提升，同样，一个国家的富强来自于人口素质教育和专业教育的提升。

我只是一位为行销业储运精神食粮的人，一个为行销业尽心尽力服务的培训师，但我一直在积极呼吁和倡导直销法。我希望所有我接触到的行销个员都能知法懂法用法，依照法律来开创事业，用法律来为自己保驾护航。

我们有了法律，便没有了后顾之忧；我们有了法律，便不再会误入歧途。有了法律，我们就应该好好地把行销做好，把行销做出品位来。行销行业的未来和出路就在广大行销员的脚下，就看你怎么走了。

我真心希望大家能齐心协力把行销做出品位来。我相信一个个有品位的行销员会创造一个个有品位的行销企业，一个个有品位的行销企业会促进社会更有品位地向前发展。

世界上的道理是相通的，看到茅草就想到锯齿，看到飞鸟就想到飞机，看到直销就想到行销。直销是行销的基础，直销是行销的一种。

本书以直销为核心，意在见微知著，以点带面；以直销为基础，意在建立行销之高楼大厦。

我始终相信，能懂得直销精髓，方能窥行销之堂奥；能做好直销，方能做好行销。同时，我相信，适合别的行业的行销话术，同样也适合您的行业。只要您去借鉴、去创新。毕竟，他山之石可以攻玉。

行销是不分行业的，职场无处不行销，职场无时不行销。行销包括销售的三个层面，上层销售卖思想，中层销售卖自己，下层销售卖产品。在行销行业当中，80%的人在推销产品，15%的人在推销自己，只有5%的人在推销思想。所以，学习推销的目的是为了把产品卖好，学习行销的目的是为了让产品好卖。销售的最高境界不是卖产品而是卖话术。

在21世纪的今天，你的人生有多大的意义，你能享有多少的财富，都取决于你为社会做了多少事，为国家做了多少贡献，为人民提供了多少服务。让我们以诚信立业，以益群为基吧。

愿每位行销人员都能获得更多的财富，做一个对社会更有意义的人。

谢谢大家！

孙晓岐

2006年4月28日

# 目 录

## 第一章 沟通话术

魅力沟通第一步——自我沟通	3
魅力沟通 6 大策略	7
有效沟通策略	19
沟通经典话术	26

## 第二章 邀约话术

成功邀约来自于好的名单	37
邀约的目的	39
邀约的心态	40
把邀约话语写在卡片上	42
书信式邀约	43
好奇式邀约	44



预先框视邀约	47
高姿态式邀约	48
给对方一个一定要来的理由	51
如何邀约亲友	52
如何邀约好朋友	54
如何邀约一般的朋友	55
如何邀约有一面之缘的人	57
如何邀约陌生人	59
如何邀约别人介绍的顾客	60
如何邀约爱交友的人	62
如何邀约爱热闹的人	63
如何邀约渴求新知识的人	64
如何邀约热衷财富的人	65
如何邀约顾客参加高端课程培训	66
重复要求	68
有关系找关系,没关系创立关系	70
电话邀约的步骤	71
如何减少邀约的拒绝	72
如何帮新人打邀约电话	74

### 第三章 说服话术

你的人生第一步走向哪里	77
不要在机会面前睡觉	78

不要让习惯断送你的大好明天	80
点燃梦想的火箭	82
你真的要这样度过一生吗?	85
难道你要一条路走到黑	87
如何搬走创业致富的三座大山	89
不要与“穷”患难与共	91
为自己的信心建一座堡垒	93
每个人都在销售	94
自由价更高	100
做好自己的“南水北调”工程	102
直销和传统销售的区别	105
做一个贩卖快乐和痛苦的高手	108
赚小钱难,赚大钱易	110
告别打工的时代	111
转个弯又是一片艳阳天	115
直销是你的终生大学	118

#### 第四章 跟进及处理反对意见话术

跟进时要注意什么	121
唱好跟进前奏曲	124
如何使顾客成为经销商	124
如何跟进一个从事销售的人	126
写好处理反对意见台词	128

已经饱和了	129
直销行得通吗	130
产品太贵了	131
没时间,我很忙	133
以后再说吧	135
直销这么好,那你赚钱了吗	136
我不会销售	137
我口才不好,做不来	138
我很累,不想兼职	139
直销不可信	140
有朋友做过,但不成功	141
做直销太麻烦了	142
我没有什么朋友	143
我不好意思赚亲友的钱	144
我对现在的供货商很满意	145
我不喜欢推销这份工作	146
做直销是件没有面子的事	147
我很满意我的收入	148
碰到难以回答的问题怎么办	149

## 第五章 成交话术

射不到月亮就射星星	153
没有顾客,你就什么也没有	154

注意力等于事实	155
赞美式问问题法	156
建立神经链接	158
预先框视销售法	159
陌生市场开发法	160
借助第三者的力量	161
Yes 法则	162
导引式成交法	163
减肥请问我	165
自己就是最好的活广告	166
医生式销售法	167
女为悦己者容	169
独特卖点式销售法	172
神奇的卡片	174
佛家与销售	177
有时蚕食比鲸吞有效	178
对比式销售法	179
伤口上撒盐销售法	181
激发探索欲望销售法	182
粘合式想像销售法	183
像剥笋一样剥出顾客的需求	184
塑造有关产品的故事	186
诱发顾客对产品的饥渴感	187

## 第六章 领导话术

直销需要一个什么样的“心”	191
直销是一个蝌蚪变青蛙的过程	194
要知道梨子味道就要亲口尝	196
哪种人容易在直销业里成功	198
剪掉你人生词典里的“不可能”	200
为什么人们会失败	202
完美家庭聚会的流程	205
家庭聚会要注意的事情	207
业务咨询是关键	209
要有雨后春笋般坚韧的精神	211
谁是你免费的高级私人教练	214
销售产品是直销的基石	218
先卖态度再卖产品	220
如何才能东山再起	221
如何推崇主讲人	224

## 附录 点石成金——成功销售范例及其评析

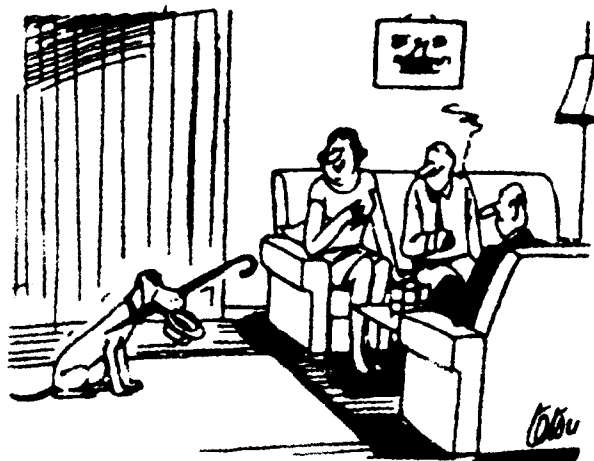
《如何把木梳卖给和尚》及其评析	229
《把斧头卖给总统》及其评析	231
《把冰卖给爱斯基摩人》及其评析	234

后记	239
----	-----

# 第一章

## 沟通话术

在我们与世界接触的过程中，有四个方面极其重要。他人据此对我们做出评价并将我们划分为不同的类型。这就是我们的行为、仪表、言语及表达方式。





## 魅力沟通第一步——自我沟通

沟通是人们生活和工作中不可缺少的重要元素。我们每个人都需要用沟通。你要追求心仪的异性，你需要和对方沟通；你要家庭和睦，你需要和妻子或丈夫沟通；你要管理你的下属，你需要和下属沟通；你要向顾客销售你的产品，你需要和顾客沟通。总之，沟通无处不在，无时不有。几乎可以这么说。一个人生命的品质，决定其沟通的品质。反过来，一个人沟通的品质，决定了其生命的品质。

在工作和生活当中，常常有很多人口出怨言，说某某人真难沟通，某某人是个软钉子。事实上，天下没有不可沟通之人，只是没有找到合适的沟通方式而已。你遇到了一个你觉得难以沟通的人，不是这个人天生是个不可沟通之人，一定是你还没有找到与这个人沟通的方式。一把锁试过用很多种钥匙都打不开，但一定有一把钥匙可以打开；一个螺柱试过用很多种螺帽都拧不进，但一定会有一个螺帽可以拧进。对一个你认为难以沟通的客户，虽然你试过用很多种沟通方式和他沟通都没有成功，但一定会有有一种沟通方式可以和他沟通。

在你的销售过程中，如果遇到一个难以沟通的客户，没关



系。一种沟通方式不行,可再换一种沟通方式。

在与别人沟通之前先要和自己沟通,一个和自己都无法沟通的人是无法和别人沟通的。

一个人的沟通品质决定了一个人的人生品质,一个人的自我沟通品质决定了对外沟通的品质。自我沟通也是一种自我思考、自我问答的过程。

首先我们来看一下自我沟通的第一种方式:自我思考、自我信念、自我暗示。

你与顾客或其他人沟通之前,先要相信自己的沟通能力,要坚信自己是个善于沟通的人。社会生活中的一般规律就是人们相信什么,就可能得到什么。你相信自己是一个沟通高手,就有可能成为沟通高手。

假如自认为自己是个沉默寡言、不善于与他人沟通的人,那么你就会表现出沉默寡言,不善于与他人沟通。反之,假如自认为自己有着超强的沟通能力,可以和任何人沟通,那么你也会表现出超强的沟通能力,可以和任何人沟通。人们看待自我的标准和实现自我的方法决定了自己想要说和想要做的一切。

今天是你教会了他人对待你的方式,你的行为方式直接影响了他人,他人就会以同样的行为方式来对待你。如果你表现得沉默寡言,不善于与他人沟通,那么,他人就会不自觉地用这种方式来对待你。

你与自己进行沟通时,可能会出现两种情况:一种是积极的沟通,正确的沟通;一种是消极的沟通,错误的沟通。下面来看一下几种不同的情况: