

◎ 罗宇 / 编著

● 着力提炼

1800多个最专业的、最简短、最凝练的推销说服话术训练要点

● 全情奉献

1200多个全球最优秀的推销大师和业内精英的经典推销实例

● 超值赠送

80多个最典型、最有效、最实用的屡试不爽的万用说服话术

来钱到话



销售人员专业话术训练



地震出版社



罗宇 / 编著

● 着力提炼

180 多个最专业、最简短、最凝练的推销说服话术训练要点

● 全情奉献

120 多个全球最优秀的推销大师和业内精英的经典推销实例

● 超值赠送

88 多个最典型、最有效、最实用的屡试不爽的万用说服话术

来钱到话



销售人员专业话术训练

地震出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

话到钱来：销售人员专业话术训练/罗宇编著.

—北京：地震出版社，2006.4

ISBN 7-5028-2814-1

I. 话… II. 罗… III. 销售—口才学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 016978 号

地震版 XT200500252

话到钱来——销售人员专业话术训练

罗 宇 编著

责任编辑：宋炳忠

责任校对：庞娅萍

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：北京通州京华印刷制版厂

版 (印) 次：2006 年 4 月第一版 2006 年 4 月第一次印刷

开本：787×1092 1/16

字数：287 千字

印张：16

印数：00001~15000

书号：ISBN 7-5028-2814-1/F·298 (3463)

定价：28.00 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

PREFACE

作为一名销售人员，你也许有过这样的疑惑：为什么销售同样的产品与服务，成就却有天壤之别——排在前 20 名的人员，总是包办了 80% 的交易。答案是，他们运用了经过千锤百炼的经典成交秘诀。业务高手之所以能脱颖而出，是因为他们懂得销售的艺术，其中的精髓在于他们充分运用了高超的说服术。

销售是什么，销售是展示说服人的天才魅力，如大卫·科博菲尔在舞台上展现魔术天才一般，把你的语言天赋完全彻底地展现给客户，并让对方成为你说服艺术的俘虏。取得成功的销售员，无一不是把语言的艺术魅力展现得栩栩如生、入木三分。

说服术是销售的工具，就像翅膀是鸟儿飞行的工具一样。毋庸置疑，商品说明书上会呈现有关商品的信息，但要促使客户购买，还得依赖于你优秀的说服术。可以毫不夸张地说，卓越的说服术可以左右人际关系，也可以改变人的思想；可以卖掉上亿美元的轮船，也可以成交价值连城的珠宝。因此，注重语言的功能和作用，有意识地训练语言、历练语言，是任何一个销售人员都应该做到的。

本书将传授你最专业的销售说服术，让你随心所欲地运用、驾驭说服客户的最佳方法，达到为我所用、呼风唤雨、左右逢源的境界。本书演示了各行各业的多种无往不利的成功说服术。这些成功说服术，会让你在销售中游刃有余，就像优秀演员的优美台词一样，怎么听怎么舒服。客户会被你巧妙的说服术所吸引，自然进入谈话的角色，从而被你掌控，并使成

001

前言
PREFACE

Hua Dao Qian Lai

话到钱来

话到钱来

销售人员专业话术训练

交水到渠成。

本书打破常规，以全新的视角生动地归纳和分析了众多成功的说服术，有纲有目、有点有面，鲜活而生动。书中突出简单、高效的原则，把说教式的销售原理、道理都进行了提炼和概括，呈现给你的是最实用的说服要点和精彩案例。

本书提供了销售各阶段的万用说服术，向你传授顶尖销售大师的成功秘诀和经验。在这里，你可以找到销售所需要的任何一种说服术。熟悉和使用这些说服术，你可以真正做到在复杂环境下将欲售产品销售给你意想中的客户，从而成为世界上最具说服力的销售人员，可以让你真正做到话一出口，财源滚滚。

002





目录 | CONTENTS

第一章 说服，从约访开始

预约时，不谈生意	3
找到客户的“磁场”	5
将约访进行到底	7
随机应变约访准客户	12
激起顾客的好奇心	16
约访面面观	19

001

第二章 成败，决定在面谈时

成功找到对方的需求	23
让客户说出内心的愿望	28
“谈”索客户的兴趣	32
当出现错误时，请真诚道歉	36
面谈决胜于前30秒	38
从“赞美”对方开始	41
诚心诚意地称赞竞争对手	44
在第一次见面时赢得客户	46

目录 CONTENTS

话到钱来

话到钱来

销售人员专业话术训练

002

运用幽默创造和谐	49
完成一次心灵的沟通	52
让客户跟着感觉走	55
谈生意，从寒暄开始	58
要客户记住你	61
销售员的魔法棒	65
与顾客建立和谐的关系	69
让准客户“不打自招”	72
利用亲近法说服顾客	77
抓住客户的心	80
给客户以巧妙的暗示	83
找准时机再行动	86

第三章 用妙语打动有异议的客户

探寻客户拒绝的原因	91
找出双方相同的观点	95
“创造”与客户会谈的时间	98
客户的“面子”永远是“正确”的	103
敲开客户的心门	107
破解客户的各种借口	112
圆融的说话技巧	117
当顾客提出反对意见时	121
巧妙地解决借口	124
力争达到双赢	127
异议处理有妙方	131

第四章 成交，就靠你的一张嘴

促成顾客的购买行动	137
-----------	-----





使对方心情舒畅	139
让“欲擒故纵”帮你成交	142
如何引起客户的兴趣	146
巧妙地刺激一下客户	149
善于引导顾客做出决定	152
把握好说服的要点	155
让亲情成为交易的“敲门砖”	159
“强迫”客户成交	162
善于表达你的真诚	167
激发客户的荣誉感	170
在交谈中推断客户的真实心理	173
运用对比说服客户	177
给客户设一个善意的“陷阱”	180
让客户认为你是在为他赚钱	185
简明扼要地表达你的想法	188
顺应顾客的观点	191
为成功推销“说”平道路	194
使用假设问句，让推销效果倍增	197
及时了解客户的个性特点	199
不可小看暗示的作用	202
巧借“东风”说服客户	207
成功说服客户的六大法宝	210

003

目
录
CONTENTS

How Do You Do It?

话
到
钱
来

第五章

在电话里谈成生意

帮你绕开“绊脚石”	215
当你打错电话时	219

用具体的数字吸引客户	221
让准客户愿意谈下去	224
深入细致地释疑解惑	226
应对发怒的客户	229
提出合理化建议	232
善于运用二择一法则	235
良好的开端是成功的一半	238
从客户利益出发	241
应用4C说服客户	244

黄金钥匙——万用说服术

004	万用说服术1 应对约访拒绝：不，那时我有事要做	/ 4
	万用说服术2 应对约访拒绝：我不需要	/ 6
	万用说服术3 应对约访拒绝：我现在没空	/ 11
	万用说服术4 应对约访拒绝：哦！是关于哪方面的事呢	/ 15
	万用说服术5 约访时运用转介绍的诀窍	/ 18
	万用说服术6 万用五步提问术	/ 26
	万用说服术7 见面时发问的话术：介绍式发问法	/ 31
	万用说服术8 见面时发问的话术：行进式发问法	/ 35
	万用说服术9 见面时常用发问术：促成式发问法	/ 37
	万用说服术10 见面时发问术：选择式发问法	/ 40
	万用说服术11 见面时发问术：开放式发问法	/ 43
	万用说服术12 见面时发问术：间接提问法	/ 45
	万用说服术13 见面时发问术集锦	/ 48
	万用说服术14 开场白模式（一）	/ 51
	万用说服术15 开场白模式（二）	/ 54



万用说服术16	开场白模式 (三)	/ 57
万用说服术17	常用寒暄语 (一)	/ 60
万用说服术18	常用寒暄语 (二)	/ 63
万用说服术19	见面减缓紧张气氛的用语	/ 67
万用说服术20	问话三件宝: “如何”、“什么”、“为何”	/ 71
万用说服术21	万用“假如”	/ 75
万用说服术22	补充的方法: 说话说半截	/ 79
万用说服术23	争取时间的方法	/ 82
万用说服术24	接触见面技巧: 迅速作出反应	/ 84
万用说服术25	接触见面技巧: 越自然越好	/ 88
万用说服术26	应对客户异议: 它真的值那么多钱吗	/ 94
万用说服术27	应对客户异议: 市场不景气	/ 97
万用说服术28	应对异议: 能不能便宜一些	/ 101
万用说服术29	应对异议: 别的地方更便宜	/ 106
万用说服术30	应对异议: 不, 我不要……	/ 111
万用说服术31	应对异议: 我不感兴趣	/ 115
万用说服术32	专业异议处理: 价格是个大问题	/ 120
万用说服术33	专业异议处理: 价格实在太高了	/ 123
万用说服术34	专业异议处理: 试探成交	/ 126
万用说服术35	专业异议处理: 价格不能再低了吗	/ 130
万用说服术36	万用挑衅: 直接挑衅法	/ 138
万用说服术37	万用挑衅: 间接挑衅法	/ 141
万用说服术38	专业促成表达: 选择积极的用词与方式	/ 144
万用说服术39	专业促成表达: 善用“我”代替“你”	/ 148
万用说服术40	专业促成表达: 善于使用总结话语促使成交	/ 151
万用说服术41	专业促成表达: 使用利益性话语促使成交	/ 154
万用说服术42	专业促成表达: 使用鼓动性话语促使成交	/ 158
万用说服术43	专业促成表达: 使用警策性话语促使成交	/ 160
万用说服术44	专业促成表达: 激发顾客的需要和欲望	/ 166
万用说服术45	专业促成表达: 引导与了解	/ 169



005

目 录

话到彼来

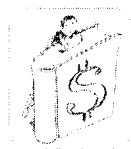
Shua Gao Qian Lai

话到钱来

销售
人员
专业
话
术
训
练

006

万用说服术46	专业促成表达：进行冲刺	/ 172
万用说服术47	专业促成表达：假定成交	/ 176
万用说服术48	专业促成表达：送货与消除顾虑	/ 179
万用说服术49	促单技巧（一）	/ 184
万用说服术50	促单技巧（二）	/ 187
万用说服术51	活泼型客户的开发策略	/ 189
万用说服术52	完美型客户开发的策略	/ 193
万用说服术53	和平型客户的开发策略	/ 195
万用说服术54	对待“话癆”型顾客	/ 198
万用说服术55	力量型客户开发的策略	/ 200
万用说服术56	对待冷漠型顾客	/ 206
万用说服术57	对待犹豫型顾客	/ 209
万用说服术58	专业电话营销表达：征询式	/ 218
万用说服术59	专业电话营销表达：热情开场	/ 220
万用说服术60	专业电话营销表达：利益引导法	/ 222
万用说服术61	专业电话营销表达：一鼓作气说下去	/ 225
万用说服术62	专业电话营销表达：权威开场白	/ 228
万用说服术63	专业电话营销表达：数据吸引法	/ 231
万用说服术64	专业电话营销表达：直截了当法	/ 233
万用说服术65	专业电话营销表达：用对方最关心的话题开场	/ 237
万用说服术66	专业电话营销表达：同行比较法	/ 240
万用说服术67	专业电话营销表达：以利润为敲门砖	/ 243
万用说服术68	专业电话营销表达：别人的建议	/ 246



錢來

Money

第一章

说服，从约访开始



本章导读

约访，约中有访，约是前提，访是过程，目的都是为了说服客户，使交易成功。

我们不能否认，约访是签单的起点，它对促成交易有着重要的意义。有了良好的约访交谈，才能留住客户，并为以后的交易促成打下坚实的基础。约访时的前三秒钟就可以决定客户对你印象的好坏，所以说，约访时的谈话非常重要，甚至你的一个动作，一个表情都将反映到客户的头脑里。如果这时你能给客户一个谈吐高雅的印象，客户往往就会把这种感觉一直保留下去，从而更易促成交易。





预约时，不谈生意

早晨，当你推开房门，将要抬脚往外走的时候，你在心里一定会非常明白自己今天要到哪儿去，去干什么，哪些是重要的事情，哪些是次要的。这与销售员预约客户的道理是相同的，当客户反问你“你见我想干什么”时，记住：千万别说你想推销。正确的预约应该只是一次会谈，需要做的是怎样说服他，让他接受你的预约。

说服要点：

- 确定对方是否方便说话，提及初次面谈的目的
- 勿在预约电话里推销产品，约访目的是争取面谈
- 最后要确定时间、地点并感谢



特效实例一

乔·库尔曼想预约一位经常乘飞机从地球的一端飞到另一端的客户阿雷，以下就是乔·库尔曼说服阿雷接受预约的过程。

乔·库尔曼：阿雷先生，我是乔·库尔曼，理查德先生的朋友，您还记得他吧。

阿雷：是的。

乔·库尔曼：阿雷先生，我是人寿保险推销员，是理查德先生建议我结识您的。我知道您很忙，您能在本周的某一天抽出5分钟时间和我见个面吗？5分钟就够了。

阿雷：是想推销保险吗？几星期前就有许多保险公司找我谈过了。

乔·库尔曼：那也没关系。我保证不是要向您推销什么。明天早上9点，您能给出几分钟时间吗？

阿雷：那好吧。你最好在9点15分来。

乔·库尔曼：谢谢！我会准时到的。

第二天，乔·库尔曼准时到了他的办公室。乔·库尔曼说：“您的时间非常宝贵，我将严格遵守5分钟的约定。”

乔·库尔曼尽可能简短地提问。5分钟很快到了，乔·库尔曼说：“阿雷先生，5分钟时间到了，您还有什么要告诉我吗？”在接下来的10分钟里，阿雷先生又告诉了很多乔·库尔曼想知道的东西。

实际上，有很多人是在5分钟后又非常自愿地和乔·库尔曼说了一个小时，与其说他们完全是自愿的，不如说他们完全是被乔·库尔曼说服了更合适。



特效实例二

瑞克给一个包工头打了几个电话后，发现他一般只在早晨7点到7点半在办公室。

一天早晨7点，瑞克去了他的办公室。他正在翻看办公桌上的信件。看见了瑞克，还没等瑞克说话，就猛地站起来，拿了大文件袋，绕过瑞克就往外走。在打开车门后他问瑞克：“你到底想和我说什么呢？”

瑞克：“就和您谈谈，谈您自己。”

包工头：“现在我没时间，我要去新泽西州的柯林斯沃德。”

瑞克：“我用我的车送您吧！”

包工头：“不行。我车里还有许多东西。”

瑞克：“如果您不反对的话，我就坐您旁边，在车上我们就可以谈，这样就不占用您的宝贵时间了。”

包工头：“那你怎么回来呢？我还要到别处办事。”

瑞克：“我自有办法。”

他赞许地笑了笑，答应了瑞克。那一刻，瑞克对他来说还是个陌生人，他既不知道瑞克叫什么，也不知道瑞克要和他谈什么。瑞克终于如愿以偿。事实上，不是瑞克吹牛，瑞克和好些难以求见的人都谈得不错。

* * * * *

预约是成功推销的第一步。在预约时，不要提及生意，要一切为了客户着想，如上面两例中的乔·库尔曼、瑞克，都是先把客户说服了——让他接受预约，然后再谈余下的事情，这样，交易就等于成功了一半。

1 万用说服术

应对约访拒绝：不，那时我有事要做

“先生，很抱歉，我一定是选了一个不恰当的时间，那么我们改个时间好吗？”





找到客户的“磁场”

在鸟类当中，燕子或是鸽子，不管飞出去多远，它们都能准确地飞回自己的巢里，靠的就是“磁场”的功能。人与人之间也有所谓的“磁场”，在约访之中，一旦销售人员与客户的磁场吻合，谈起话来就会更加顺畅。为了了解对方的磁场，建议在谈话之初，采取适中的音量与速度，以轻松的话语与客户交谈，让客户觉得你和他是“同一战线上”的。

说服要点：

- 消除心理障碍
- 尽可能地捕捉对方意图
- 想方设法使对方轻松自如
- 要保持冷静，不要受情绪和气氛的影响



5



特效实例

“陈先生吗？你好！我姓张，是大大公司的业务代表。你是成功人士，我想向你介绍……”陈先生直率地说：“对不起，张先生。你过誉了，我正忙，对此不感兴趣。”说着就挂断了电话。

小张放下电话，接着又打了半个小时，每次和客人刚讲上三两句，客人就挂断了电话。

赵经理问他：“小张，你知道为什么客人不肯和你见面吗？”

小张想，约见客人难，大家都知道，我约不到，有什么出奇。

赵经理见他吱声，便解释起来：首先，你应该说明来意，是为会面而打电话的。其次，捧场话讲得太夸张不行。你开口便给对方带了个“成功人士”的大高帽，对方会立刻产生一种抗感。和陌生人见面，太露骨的奉承令人感到你是刻意推销，也容易给人急功近利的感觉。

最后一点也是最重要的，打电话是为了约见客人。你要“介绍”产品，见面是最佳途径。目前你要做的就是确定约访，你要让对方感觉和你

相互吸引，有见面谈话的必要。

赵经理说完亲自示范给小张看。

“邹先生？你好！我姓赵。我们没见过面，但可以和你谈一分钟吗？”他有意停一停，等待对方理解了说话内容并做出反应。

对方说：“我正在开会！”

赵经理马上说：“那我半个小时后再给你打电话好吗？”

对方毫不犹豫地答应了。

半个小时后，赵经理再次接通电话说：“邹先生，你好！我姓赵。你叫我半个小时后来电话……”他营造出一种熟悉的气氛，缩短了彼此的距离感。

“你是做什么生意的？”

“我是大大公司的业务经理，是为客人设计一些财经投资计划……”

邹先生接口说：“教人赌博，专搞欺骗？”两人都笑了。

“当然不是！”赵经理说。“我们见见面吧，我顺便带一些资料给你看。相信你看资料后印象会深些，今后你们有什么需要服务的，一定要想到我啊！”

邹先生笑了笑，没说什么。

“这两天我在你公司附近处理一些事情。不知你明天还是后天有时间？”赵经理问。

“那就明天吧。”

“谢谢，邹先生。上午还是下午？”

“下午吧！4点。”邹先生回答。

“好！明天下午4点钟见！”赵经理说。

赵经理放下电话，小张禁不住拍手欢呼。

* * * * *

找到客户的“磁场”，目的是造成你对客户的绝对吸引力，客户听到你的约访后有种马上想见你，想了解你的心态，做到这些，离交易成功就不远了。

万用说服术

2

应对约访拒绝：我不需要

“在您没有看到我们的资料之前，您的这些想法我都理解。这也是我想拜访您的原因之一。”

