

一流口才训练课程

安利口才

*Amway
Speech Skills*

Amway's Essence
Course of persuading,
Communicating
and
Speaking in Public

说服、沟通、演说的安利精华教程

► 王厚 编著

口才不仅是衡量一个人学识的重要尺度，更是衡量一个人实际能力的重要尺度。好口才是成功的敲门砖，是成功的助燃剂！口才已成为决定一个人生活优劣及事业成败的一个重要因素。

中国市场出版社

安利口才

*Amway
Speech Skills*

说服、沟通、演说的安利精华教程

王厚 编著

中国市场出版社

图书在版编目(CIP)数据

安利口才 / 王厚编著. - 北京: 中国市场出版社,
2004. 11

说服、沟通、演说的安利精华教程

ISBN 7-80155-821-9

I. 安… II. 王… III. 销售-口才学-教材
IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 115200 号

书 名:安利口才:说服、沟通、演说的安利精华教程

编 著:王厚

责任编辑:宋涛

出版发行:中国市场出版社

地 址:北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼(100837)

电 话:编辑部(010)68034118 读者服务部(010)68022950

发行部(010)68021338 68020340

68024335 68033577

经 销:新华书店

印 刷:北京市北七家印刷厂

开 本:787mm×1092mm 1/16 11 印张 180 千字

版 本:2005 年 1 月第 1 版

印 次:2005 年 1 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-80155-821-9/F·559

定 价:23.80 元

前言

安利事业以其独具一格的魅力和光明前景吸引了越来越多的优秀人才投身其中,但并非每个安利人都能获得成功的喜悦。成功的安利人的成功经验都有共同的特点,那就是安利人都有一流的好口才!

在安利事业中,口才真的有这么重要吗?

是的,很多安利人的成功,在相当大的程度上归功于他口才好。

我们知道,口才不仅是衡量一个人学识的重要尺度,更是衡量一个人实际能力的重要尺度。好口才是成功的敲门砖,是成功的助燃剂!口才已成为决定一个人生活优劣及事业成败的重要因素。

也可以这样说,人才第一才是口才!

戴尔·卡耐基在谈及口才时就曾强调说:“好口才是所有成功者的共同特点。”

无论在什么环境中,您都不可能避免与人交往,所以您就不能不依靠说话来做交往的媒介。一个人的说话能力,可以显示他的才干,从而使人钦服。

在第二次世界大战时,美国人曾把“舌头(口才)、原子弹和金钱”称为赖以生存和竞争的“三大战略武器”。现在,美国人仍然把“舌头”放在美元和电脑的前面,作为“三大战略武器”之首,足见其作用和价值之大。

但在安利事业中,口才的作用和价值更加重大,它可以说是安利事业成功的基石,决定着安利事业的成败。

为什么这样说呢?因为安利是利用人与人之间的关系才能建立起来的事业,社交往来是必不可缺少的,而交往时说话的表达能力则更是必不可少和极其重要的。

试想,没有好的口才,您怎么才能说服别人买您的产品?

没有好的口才,您如何才能说服别人加入安利事业?

没有好的口才,您怎么能够把经验教训成功地告诉您团队中的每一个

人？

没有好的口才，您如何说服您团队中的每一个人去努力开拓市场？

所以说，做安利事业必须得拥有一副好口才！如果没有好口才，您就不可能做成功安利事业。

安利人拥有的好口才，并不是凭着两片嘴皮就能完成的，它是建立在分享产品和制度的基础上的，与人们通常所说的口才是不一样的，是综合素质的体现，不是见人说人话、见鬼说鬼话。它需要发现美的眼睛和感受美的心灵。只有对安利和生活建立积极热情的态度，只有相信安利，只有分享安利产品，您才能捕捉到讲话的素材，您才能拥有自信，您才能激起听众的兴趣、获得听众的信任。否则，您就会因为提取不出素材而使得语言贫乏，就算您口若悬河、滔滔不绝，您也不会让对方觉得可信。

本书的大部分内容是笔者在与安利直接接触的过程中记录下来的，所陈述的多是安利公司长期从事直销、具有丰富经验的高级人员的亲身经历与经验教训，并融合了大批专家、学者的真知灼见，具有极强的理论性和操作性。

本书语言通俗流畅、例证轻松幽默，以安利口才技巧培训为中心，以安利事业建立的全过程为背景，深入浅出地说明了不同场合、不同对象、不同语境情况下的口才智慧，能使您迅速成为一个口才魅力高手，轻松应对安利事业中的各种场合，圆您安利事业成功之梦！

值得强调的一点是，它告诉您的是一种真正能够协助您获得安利事业成功的说话能力，而这正是我们很多安利人真正缺少和真正需要的语言智慧和艺术！

如果您希望拥有成功的安利事业，那就请您拥有安利口才吧！让语言跳舞！让语言的阳光伴您走过一个完美的人生！

拒绝当弱者，就从“说”开始！

翻开这本书，改变就已开始！

目 录

第一章 安利人都有一副好口才

什么是口才 /1

口才在安利事业中的作用 /3

安利口才的八种要求 /4

安利口才的运用技巧 /9

快速拥有安利口才 /16

第二章 创业说明会上的口才技巧

直销是成为富人的最好机会 /28

直销的发展前景 /28

选择直销就是选择富裕 /29

美国百万富翁的捷径 /30

中国人的直销优势 /31

安利人的优势 /32

安利的传奇业绩 /32

安利(中国)的强大优势 /35

选择安利事业的理由 /37

安利是为平凡人定身打造的致富之路 /38

安利是“储蓄”的事业 /39

安利是无限发展的事业 /40

安利是复制成功的事业 /41

安利是人帮人的团队事业 /41

安利是有根基有保障的事业 /43

安利是零风险的事业 /46

安利是利人利己的事业 /48

- 安利是领导人的事业 /49
- 安利是让你活得有尊严的事业 /50
- 安利是帮你成就完美人生的事业 /52
- 安利事业的远景 /52
 - 安利的生命力 /52
 - 在中国的发展前景 /53
 - 观念改变人生 /55

第三章 家庭聚会中的口才技巧

- 介绍家庭聚会的作用 /58
- 介绍家庭聚会的主要内容 /60
- 邀约时的口才技巧 /61
- 聚会上的口才技巧 /62
- 会后会的口才技巧 /70
- 单独沟通的口才技巧 /71
- 会后跟进的口才技巧 /71

第四章 分享完美制度的口才技巧

- 讲解安利事业的三重性质 /75
- 讲解安利的九种十二项收入 /75

第五章 产品分享中的口才技巧

- 介绍超值产品的种类 /90
- 分享安利一流的科研能力 /98
- 分享产品的超级口才 /99

第六章 组建高绩效团队的口才技巧

- 保荐的口才技巧 /106
- 跟进的口才技巧 /119

培训会的口才技巧 /123

高绩效队伍管理 /125

第七章 零售中的口才技巧

零售要有自信心 /133

精彩的开场白 /135

有针对性地介绍产品 /138

快速达成交易 /145

妥善处理拒绝 /153

巧妙拒绝客户 /154

第八章 培训会场上的口才技巧

培训会场s的功能 /158

会前会的口才技巧 /161

会中会的口才技巧 /165

会后会的口才技巧 /168

第一章 安利人都有一副好口才

主持人：

大家好！

今天我们聚集在这里，目的是为了探讨安利口才对安利事业的重要性及如何运用安利口才去说服他人购买安利产品及加入安利事业。

今天，这里就有许许多多从安利事业中走向成功的人，他们会把自己丰富的经验毫无保留地告诉大家：这里有块石头，你应绕过去；这里是条沟，你要跳过去，要尽量避免走叉路，走弯路。为了节省时间，让大家多听听这些成功的安利人的经验教训，闲话少叙，现在我们就先请对安利口才有独到研究且运用安利口才获得巨大成功的王小姐上台来为我们讲解，好吗？（台下众人齐说“好”）

王小姐起身走到讲台上。（掌声响起）

王小姐：

各地的朋友，大家晚上好！

今天很荣幸能在这里给各位朋友介绍安利口才。但在介绍安利口才之前，我们先来介绍一下什么是口才。

一、什么是口才

人与人之间的交流离不开语言。人们经常说，某某人有口才，某某人没有口才。那么，到底什么是口才呢？良好的语言艺术就是口才。

人们往往根据一个人的讲话水平和风度来判别其学识、修养和能力。如



安利口才

果说眼睛是心灵的窗户,那么口才便是思想的大门。

美国人早在 20 世纪 40 年代就把“口才、金钱、原子弹”看作是在世界上生存和发展的三大法宝,足见口才的作用和价值。现代社会则更需要那种机敏灵活、能言善辩的活动分子。

翻看古今中外的历史,结合现代社会的实际,口才的效应无与伦比。

历史上,毛遂自荐,救赵于危;燕子使楚,不辱使命;诸葛亮的“舌战群儒”,更是力挽狂澜于既倒的宏论雄辩。

当代社会,口才的效应同样突出。周恩来的口才举世仰慕,被世界公认为“钢嘴”。口才的非凡作用,还渗透于各个领域:国际争端,谈判得好,可以化干戈为玉帛,避免战祸;商业桌上,巧于辞令,可以增加利润,甚至开辟贸易新渠道;学术研究,阐释释义,可以方便交流,提高水平;一席恳谈,可以使绝望者重燃希望,丧志者再度立志,歧途者悬崖勒马……

但是,也有一种人,这人很能讲,真能讲。他讲的是什么?是喋喋不休,夸夸其谈,言之无物。这能说他是会说话吗?能说他有口才吗?我们说,这个人没有口才。所以说,有的人虽然能说,但不是有口才。

那到底什么是口才呢?我们说,口才是有具体标准的:

第一,应该言之有物,不是空洞无物;

第二,应该言之有理,不是胡说八道,歪理邪说;

第三,应该言之有序,不是杂乱无章;

第四,应该言之有文,生动、形象、活泼。

只有具备了这四条的时候,我们说,这人有口才了。

大家应该都有这样一个感觉:为什么有的老师讲课,五十分钟,你感到不累,反而觉得时间过得这么快呢?而有的老师讲课讲十几分钟,你就坐不住了,觉得时间咋这么慢呢?原因是前者有口才,他能够深入浅出地、生动形象地把他的文化知识传达给我们,使我们愿意听,入耳、入脑,最后全明白。这不是口才的作用?

在生活当中,一个人有口才和没有口才,是大不一样的。有口才的人就能充分展现自己的才华,没有口才的人就不能展现自己的才华。

口才的价值,口才的意义,我们确实不可低估。



这时我要代你们提一个值得一提的问题：某某人没有口才，他也成功了，为什么？

有没有这种人呢？有，我就不举名人的例子了。但是，我有时候想，没有口才，成功了，也是遗憾的事情。一个成功者，你要有了口才，你才能很好地把科学文化知识、高超的技艺讲给广大听众，这样贡献不是更大吗！因此，一个成功者没有口才是遗憾的事情。做为安利人更是如此，因为我们的安利事业更需要每一个安利人去进行宣传，以便让每一个人都知道安利的益处，都享受到安利的好处。因此，我希望每一位安利人都要有口才，以让你取得更大的成功，以便于安利事业获得更大的发展。

二、口才在安利事业中的作用

我不知道大家发现没发现，成功的安利人都拥有一流的口才。

我们知道，直销是世界上最困难、竞争最激烈的工作之一，但也是造就世界超级富豪的行业。“商场如战场”，好口才就是你驰骋商战的利器法宝。说话之术，关系到一生成败。拙嘴笨舌，词不达意，会使人到处碰壁，寸步难行；巧舌如簧，口吐莲花，会使你柳暗花明，左右逢源。只要你拥有无往不利的直销口才，直销也就成了一件非常简单的事情。

金克拉曾说过：“口才的确很重要，它可以使事情改变，可以使顾客自己说服自己。”

成功的安利人绝大多数都是发挥口才讲解的优势取得成功的。所以，要成为一个优秀的安利人，必须练好口才。

我们知道，直销是面谈交易，整个直销活动中，从接近顾客到解除疑虑，直至最后成交，都离不开口才。直销的手段也是多种多样的，但几乎所有手段的实施，都离不开语言艺术的运用，最后都要落实到“说”上。有了好口才，就能很容易地接近客户，能恰当地向顾客介绍产品的优点和使用价值，能消除客户的疑虑，取得客户的信任，激起客户的需求欲望，快速达到销售的目的。

而能否将自己的团队组建起来，能否使安利事业做起来，也需要运用出



安利口才

色的口才。

所以说,安利口才对安利事业的发展具有重要的作用。

我不想长篇大论地讲什么空洞的道理,咱们就用一个事例来解释一下:

两个安利人都直销安利的绿茵浓缩空气清新剂。一个安利人一天卖了两瓶,另一个安利人卖了三十多瓶。一对比,我们就知道卖两瓶的这个肯定是失败了。失败在什么地方?失败在口才上。

前者说:“先生你买绿茵浓缩空气清新剂吗?清新空气的效果可好了,您买吧!”人家说声“我不买”扭身走了。

另一个成功者却不这样,一进来:“先生,您忙不忙?如果您不忙的话,我向您介绍一下我们安利公司最新的产品绿茵浓缩空气清新剂。这种产品能有效中和难闻气味,散发清新气息,令人仿佛置身于大自然的绿野田园;能去除厨房中各种刺激性食物气味,如洋葱味、大蒜味和鱼腥味等,以及强烈的油烟味和其他气味;能驱散卧室、客厅和卫生间的烟味、霉味以及其他难闻气味;用于办公室及一些通风不畅的场所,能保持空气的清新气息;用于旅途,可清新汽车车厢及酒店房间的气味。

而且这种产品采用浓缩配方,一瓶可喷洒数百次,经济实惠。

另外,你不用担心使用麻烦,你只要在用前先摇匀,然后快速按一下喷头,即有显著效果,无需长时间喷射。

先生,您不信的话,可以试验它几天。不好,我们保证退货。”

这样一说,谁不买?谁都愿买!

三、安利口才的八种要求

要拥有安利口才,我们必须使我们的口才满足以下八种要求:

(一)语言选择正确

俗话说:“良言一句三冬暖,恶语伤人六月寒。”语言可以疏通与顾客之间



的感情,也能够伤害顾客的心。如果选择语言不当,即使你是无心的,但往往也会因此失去顾客信任,丧失一次机会。

上述情况在我们日常生活中经常发生。所以,在与客户说话之前,一定要自始至终做好这样的思想准备:我怎么说才能不至于伤害对方的自尊心呢?

所以,优秀的安利人在和用户对话时,一定要绞尽脑汁地选择词语,要根据客户的脾气、禀赋、性格及场合,准确地使用语言,准确地抓住顾客的心理需求。

做到上述好像很难,其实只要有心,谁都能做到,只要多练习多用就能够做好。

(二)应变口才突出

安利人每天面对着形形色色的顾客及各种各样的事情,这些都要求安利人必须有非常好的应变口才。否则,安利人会对突变情况束手无措,失去一个很好的机会。

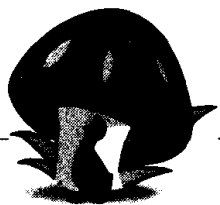
所以,我们对可能发生的事,事先都要有一套应付的说法。

只有具备了应变的口才,才可以适应各种直销场合、各类不同的对象,这是安利人口才中的一个重要的方面,大家一定要切记。我给大家举一个小例子,我们有一位演讲家,他讲着讲着,就讲错了一句话,这时候可怎么办?如果他说,“同学们,刚才这句话我讲错了,现在我更正过来”,是不是有损演讲家的风采?他当时就立即一变,马上说:“这句话是对的吗?不对!”这就说明你得有应变力。

(三)语言具有针对性

每一次直销都有其特定的对象、时间、地点、目标和内容,不同的顾客,在购买动机、性格习惯、文化水平、收入水平、年龄、性别等方面都有所不同。某种语言风格和内容可能适合于某一类或几类顾客,但不可能适用于所有的顾客。只有选择顾客最熟悉、最容易接受的语言,才能说服顾客。

所以,只有通过简短交谈与观察,掌握对方的特点,再有针对性地选择恰



当的语言,才能对症下药,提高直销的成功率。

(四)语言的逻辑性与情感性结合紧密

安利人要想成功直销,必须运用逻辑性强的语言,让顾客了解产品性能与特点,同时用情感语言打动顾客,这样才能在直销中无往不胜。因此,安利人必须具有将逻辑性与情感性结合起来的好口才。

逻辑性原则要求在直销中运用语言艺术要概念明确、判断恰当、推理符合逻辑规律、证据确凿、说服有力,真正做到“以理服人”。

要提高直销语言的逻辑性,首先要求安利人必须具备一定的逻辑知识;其次要求安利人要做好每一次直销前的准备工作,详细了解有关顾客的资料,并认真分析和整理。只有这样,才能使直销语言具有较强的逻辑性,语言艺术才能成为说服顾客的有效手段。

逻辑性主要反映在问题的陈述、回答、提问、辩论、说服等几个方面。陈述问题时,要注意概念、术语的同一性,前因后果的衔接性,资料数据的全面性和具体性。回答问题时要切题,一般不要答非所问。提问时要有有的放矢,紧扣主题。说服对方时要使语言、声调、表情都能恰如其分地反映人的逻辑思维过程。此外,安利人应善于发现和利用对方在语言逻辑上的混乱和漏洞,及时驳击对手。

在直销中,语言逻辑性的力量是强大的,但是,情感的力量也不容忽视。也就是说,直销既要以理服人,又要以情取胜。我们经常说的“晓之以理、动之以情”、“感人心者莫先乎情”、“通情才能达理”等,都强调了情感对于对方接受思想的重要性。实践表明,直销中的情感的价值,不只在于影响对方的情感和形成对方对我方的现实态度,还在于它能激励和促进双方的行动。因此,在直销中,要善于营造和谐的谈判气氛,妥善处理购销双方之间的人际关系;要善于运用具有浓郁色彩的喜、怒、哀、乐等情感,使对方“言之为开”。

(五)语言含蓄委婉

虽然我们强调直销语言要具有针对性、客观性,但这并不是说在任何情



况下都必须直言不讳。相反,在直销过程中,根据不同情况,掌握和运用含蓄性的语言表达方式,更有助于达到目的。语言艺术的含蓄性首先表现在口头表达语言中,要有取有舍、有直有弯、有明示有暗示。其次,含蓄性还表现在行为语言上,许多行为语言均隐含着某种信息和情绪。

(六)语言客观

在直销过程中,必须以事实为依据,客观、公正、准确无误地运用语言艺术表情达意、沟通信息。这是一条最基本的原则,离开了这一原则,一个人即使是个“辩才”,他所讲的也只能是谎言——谁愿意与骗子做生意呢?即使某一方得逞,那也只能是沙锅捣蒜——一锤子买卖!(众人大笑)

例如,在安利产品介绍中,必须对产品性能、质量、规格等做真实、客观的介绍,此外还应该现场试用或演示,不能笼统地讲某产品质量过硬。如果采取涂脂抹粉的手段,使用模棱两可、概念模糊的语言企图蒙混过关的话,即使侥幸过关,得到了暂时的利益,但因此必然使安利的产品信誉下降,也使自己(包括企业)的美誉度下降,这一无形损失是特别巨大的。如果双方都能遵循客观原则,那么,彼此便能感受到对方的诚意,将心比心,直销就可能顺利进行下去,并为以后的长期合作打下良好的基础。

(七)语言热情、亲切

要做一个好的安利人,必须说话热情,让顾客有亲切感,从而对你产生信任。

“伸手不打笑脸人”,这是千百年来流传的一句谚语。真正的语言魅力来自于情感,来源于真诚为对方着想。只有尊重而又为对方着想的语言,才能产生心灵的共鸣。

你的热情会激发她们购买的欲望。顾客总是喜欢与热情、开朗的人谈生意,因为他(她)能带给顾客一个愉快的心情。所以,安利人要做到热情待人。

热情待人首先必须发自内心地去赞美人,让顾客心情舒畅。其次是交谈中不断介绍商品的性能、用法及有关的知识,让顾客觉得跟安利人在一起,不



仅可以学到很多有用的东西,而且还能在友好中度过一段愉快的时间。

但热情也要符合双方的身份,不然,会引起对方的反感。例如,你走在广州著名的商业街上,那些铺面老板对女性顾客,不论年龄大小和美丑,都是统一地称呼靓女。起初还会让顾客欣喜一下,效果不错。但是用久了可能不太灵了,当顾客无论走进哪一家店,他们都是这样称呼你的时候,你可能觉得那话不怎么真实,有点虚假。

所以,安利人一定要语言热情、亲切,一定要恰如其分使顾客愉快、信任,以便促成交易。

(八)语言带有幽默感

我很难想像出一个缺乏幽默感的安利人会是什么样子。因为我始终认为在直销中融进一些轻松幽默不失为一种恰当的策略,同时它也能使你的生意变得十分有趣。否则,你的客户就会保持警惕。当一个乏味的保险人试图要我购买保险单的时候,我就曾听得昏昏欲睡。这种情况下的我是不可能去购买任何东西的。

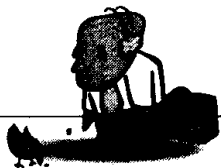
当然,我说幽默很重要,并不是就主张你走到客户的身后,拍着他的后背说:“喂,老兄,你听说过某某安利人吗?”要是你真想开玩笑的话,一定要措词干净和避免引起某种误解。我并不反对开玩笑,但是做什么事情都要注意时间和场合。

所以,那种不失时机、意味深长的幽默更是一种使人身心放松的好方法,因为它能让人感觉舒服,有时候还能缓和紧张气氛,打破沉默和僵局。譬如,当我请某人在订单上签字的时候,他却坐在那儿犹豫不决,于是我就放一支钢笔在他手里,然后把他的手放在订单上说:“开始吧!在这儿签下您的大名。”当我这样做的时候,我的脸上带着自然大方的微笑,但同时我又是认真的,而他也知道我不是在开玩笑。

要是这位客户仍然拿不定主意,那我会说:“您究竟要我怎么做才肯签呢?难道您希望我躺在地上?那好吧,我就赖在地上不起了。”

这种方法会让大多数人捧腹大笑,他最终签了名。

如果你在直销的时候表现出色,那么客户也是很愿意从你那儿购物的。



我听到过很多人说他们对主动直销常常感到发怵，但是我的客户不会这样说。因为与我做生意是一件很愉快的事情。

四、安利口才的运用技巧

满足了以上八种要求，我们就可以在这些要求的框架内恰当地运用一些口才技巧。这些口才的运用技巧具体如下：

(一) 赞美

适用于初次会面略谈客套后，第二第三次的见面就应竭力少用，如果一直用下去，赞美过剩，必致相反的作用，得不偿失。赞美是表示你的恭敬或感激，不是用来敷衍的。所以要适可而止，多用就流于迂腐、流于浮猾、流于虚伪。赞美的时候要充满真诚，像流水般泻出来的客气话最易使人讨厌。说话态度更要温雅，不可有急促紧张的状态。还有，说话时要保持身体的平衡，过度地用打躬作揖、摇头摆身等动作来帮助你说话，并不是一种雅观的动作。

与其泛说久仰大名、如雷贯耳等空话，不如直接提及他的工作成绩好。至于恭维别人生意兴隆，不如赞美他经营有方；请人指教一切是不行的，你应该择其所长，集中某点请他指教，如此他一定高兴得多。再者，恭维赞美的话一定要联系实际，到别人家里，与其乱捧一场，不如赞美房子布置得别出心裁，或欣赏壁上的一张好画。主人爱狗，你应该赞美他养的一只狗；主人养了许多金鱼，你应该欣赏那些鱼的美丽。

如果对对方没有清楚地研究过，就不可盲目地恭维，不切实际的恭维是容易使人讨厌的。

对一个有地位有名望的人，赞美时所用的字眼应当另行研究。首先要想到，一个名人在他成名之后，恭维他的人一定很多，积久生厌，你如果一样地用别人所用过的话来恭维他，是不会令他高兴的，这些话他听得太多了。你的恭维若不能别出心裁，一定不能打动他的心里。对付这种人，最好拣工作以外