



一线人员话术系列

Sales should say
like this 曹恒丁◎著

●一天掌握销售读心术

1 销售

这样说才对



42个妙招，变拒绝为成交，化困境为良机 <<<<

>>>> 84个场景，帮你摸透客户心理说对话



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

● 一线人员话术系列

销售 这样说才

■

著

■



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

序

一位好朋友曾和我讲述过他的一次尴尬遭遇，给我的启发很大。

故事是这样的：

这位朋友很喜欢体育运动，有着运动员般的身材，在所有运动项目中他最喜欢的是乒乓球。虽然他从来没有参加过什么正规比赛，当然也没有得过什么奖项，但他的技术在朋友堆儿里是公认最好的，我与他过招从来没超过5个球，都是11：2、11：3这类结果。

虽然他没拿过任何奖项，但他始终以高手自居，一直希望能和国家级运动员过过手。有一天，他终于可以如愿以偿了，因为他通过另外一位朋友认识了一位退役的前国家级乒乓球运动员，目前正担任一家体育场馆的乒乓球教练。我朋友兴致勃勃地跑去找那位教练，嘴上说是要请教，教练其实也明白他的来意，就让我朋友先与球场上正在练球的小朋友比赛，比完了再与他过招。我朋友一看场内的小朋友们最大的也就八九岁的样子，心想自己好歹也已经打了20多年的乒乓球了，和这样的小朋友过招岂不是有点欺负小孩的味道？所以没有马上同意。但教练一再坚持，我朋友想打就打吧，看来不将小朋友打趴下没办法逼教练出手，因此就拿起了球拍和其中看上去最大的一个孩子打了起来。

结果你猜怎么着？我的这位可怜的仁兄和那位才训练了8个月的9岁大的

孩子一共打了两场，第一场竟然是11：0（当然是我朋友得了鸭蛋），第二场稍稍有了进步，11：1。

一位没有受过正规训练，自己摸索着打了20年乒乓球的成年人，被一名才训练了8个月的小运动员打得落花流水。这个故事告诉我们什么道理呢？

我想说的是，打乒乓球需要技术指导，需要系统训练，做销售也是一样。假设我们俩，你没有受过训练，只是在实战中锻炼了几年，而我是受过销售技巧专业训练的专家级销售员，请问如果我俩去竞争一位陌生客户，谁的成功率更高一些？答案当然是我，对不对？

我在这里强调的是销售技巧的训练和学习的重要性，而本书的特点就是不讲理论、没有废话，通篇都是在教你如何将专业技巧运用到销售实战中，而且传授技巧的方法也和其他培训教材不同，总共列举了84个实战案例，然后再逐一分析案例中所运用的技巧，以及客户的心理活动等，特别是对沟通话术中细节的处理。

投资本书我可以保证，你将会得到10万元以上的回报！

序 VII

第一章 怎样通过电话顺利约到客户

1. 略施小计，绕过前台接线员 2
2. 连环发问，为没时间的客户创造时间 6
3. 捕捉需求外的需求，让客户把你当成自己人 11
4. 化解客户隐藏的拒绝，把传真变成见面 14
5. 不让客户在电话里说出“太贵了”三个字 17
6. 电话约访客户常犯错误一：问不该问的问题 21
7. 电话约访客户常犯错误二：不知道客户要什么，就告诉他你能做什么 24
8. 拜访前，妙用电话让客户说话算数 26

第二章 怎样一开始就让客户对你产生兴趣

1. 抓住客户的逆反心理，用负面问题开场 32
2. 用小道具开场，激发客户的好奇心 36
3. 让客户看到你的价值，主动给你名片 41
4. 善用提问摸透客户的真实想法 46

5. 用你的专业智慧将小业务变成大生意 50
6. 巧设圈套，锁定拍板人 54
7. 欲擒故纵，让客户期待下一次见面 58
8. 在客户防备心理最弱的时候，问出最关键的三个问题 62

第三章 怎样让客户对你的产品一见钟情

1. 会议式营销，让客户从旁观者变成参与者 68
2. 让客户的“樱桃树”为你的产品加分 72
3. 开发客户想象力，让他爱上你的产品 78
4. 利用客户逃避痛苦的心理，增加购买动力 81
5. 用一张表格让客户说服自己 85
6. 巧用参照物，让客户感觉真便宜 90
7. 小图片的大作用，让照片替你说话 94
8. 找准时机正确报价，不让客户和你对着干 98

第四章 怎样消除客户对产品的异议

1. 先赞同后发问，让客户说出他的“难言之隐” 106
2. 消除抵触心理，把客户的“不需要”变成“很需要” 110
3. 用产品的差异点跑赢对手 114
4. 三个绝招让客户感觉物超所值 118
5. 这样说客户不觉得你的产品贵 123
6. 妙用演技把自己变成讨价还价高手 127
7. 刨根问底，让客户没有反悔余地 133
8. 投其所好，应对沉默型客户 138
9. “门把销售法”让生意起死回生 142

第五章 怎样巧妙促成最终的交易

1. 抓住成交信息，获得成交主动权 150
2. “无利润销售法”帮你打开市场局面 154

- 3. 故意犯错，抓住客户的“小尾巴” 158
- 4. 分解成本策略，给客户足够大的震撼 161
- 5. 自暴其短，获得客户的信任 164
- 6. “不建议成交法”把客户变成死党 167
- 7. 对客户说“不”，让客户乖乖听你的话 172
- 8. 合同也能当做成交的工具 177
- 9. 让客户成为你的兼职推销员 182

尾 声 191

致 谢 192



第一章 怎样通过电话顺利约到客户

本章所讲的电话销售并不是如何通过电话将产品或服务推销出去，而是如何与客户约定上门拜访。在销售中有一句格言：电话邀约成功就等于销售成功了一半。所以关于电话邀约技巧的演示与分析，是否会让你有一些心动呢？

1 / 略施小计，绕过前台接线员

销售现场

吴国华在学校里读书不是很好，但做起销售来却如鱼得水，因为他那些小聪明都有地方施展了，应付接线员小姐更是游刃有余。

国华：“请问你是哪里？”

接线员：“我是哪里？是你打给我，还问我是哪里？”

国华：“不好意思，刚才电话没带在身上，我看到有个未接来电就回过来了。”

接线员：“哦，我是飞翔商贸，你认识谁吗？我这里总机。”

国华：“飞翔……商贸？哦……（拉长语调）想起来了！梁老板！肯定是他找我，麻烦帮我转过去吧！”

接线员：“好的，梁总，请稍等。”

国华：“哦，对了，他分机是108吗？”

接线员：“不是的，是801。”

国华：“谢谢！”

现场分析

很多人说销售中最后的谈判很重要，因为谈成功就可以成交了，但殊不知电话销售其实才是整个销售过程中最重要、最关键的一步，因为如果头没开好，也就没有了后面的拜访，更没有再后面的谈判和成交了。但问题是在目标客户前面往往挡着接线员，要和客户接上头就要想办法绕过她们，而她们往往有着惊人的“挡箭”水平，让众多销售员望而却步。

拙著《享受拒绝》（北京大学出版社2008年8月出版）中有这样一句话：

“你要感谢拒绝，因为它帮你把更多的对手挡在了门外！”正因为有了这个障碍，很多竞争对手都遭到了阻挡，如果只有你能够不怕困难，冲破接线员的阻碍，胜利到达总经理面前，你的成功概率就会很高，因为你几乎没有竞争对手了。那么第一个妙计就是教你如何绕过接线员，顺利与老总接上头。

有些读者看了开头的案例，可能会一头雾水，难道吴国华真的认识梁总吗？其实吴国华也是第一次给这家公司打电话，他的手上有一份名单，罗列着上百个客户的详细资料，但就是缺少梁总的座机电话和手机号码。如果我们直接拨打总机，一定就是个死。

而吴国华比较聪明，他假装刚看到一个未接电话，按照手机上的来电显示回过去。这样的情况在生活中经常遇到，所以接线员小姐也就在没有防备的情况下被吴国华忽悠了，顺从地将电话转给了吴国华想要对话的老总。我们把这个小小的技巧称为“未接来电技巧”。在使用这个技巧时，要注意以下几点：

1. 前提是知道公司名称、电话以及老板姓名。

当然如果你不知道老板名字或姓氏也没关系，那你一定要有深厚的忽悠功底，特别是遇到曾经被忽悠过的接线员。

2. 开头不用太客气。

不要使用“您”、“贵公司”这样的尊词（当然生活在大家都习惯说“您”的语言环境中除外），因为如果你太客气了，接线员就会联想到你有求于她，自然就联想到“推销员”这三个字上面去了。

3. 当对方报出公司名称时，要表现得不是很熟悉。

比如案例中吴国华故意拖长了语调，表示他在思考，并不是一个有预谋的行为。

4. 说到关键人物时要表现得很亲密。

不要喊某总或某董，那会降低你在接线员心目中的地位，你越是表现得和老板亲密，她越是相信你来头不小。如果知道老总的姓名，甚至可以直呼其名，接线员就会立刻为你转接了，因为她可不想得罪老板的朋友。

5. 别忘了顺便问一下分机。

这是问分机号的绝佳机会，因为一旦转过去后老总不在线，那么下次再

请接线员转，她肯定会想：“你既然和我们老总这么熟，怎么连他的手机和分机号都不清楚呢？”就会怀疑你身份的真实性。所以当接线员被忽悠成功，准备帮你转接电话的一刹那，请抓住机会问分机号码！

但是如果你直接问分机号是多少，对方同样会产生怀疑，所以这里用了另外一个小技巧：给答案法。

小诀窍：给答案法

大家都知道，如果直接问别人一个问题，对方会有防备心理。比如想了解客户一年的销售额，你问：“请问贵公司去年的销售额是多少呢？”客户可能会想：这是我公司的机密，你问了想去干吗？有时我们非常需要得到一个答案，直接问又不礼貌，那该怎么办呢？推荐使用“给答案法”。

心理学家告诉我们，大多数人都不愿意顺从别人的意见，而且还习惯于否定别人，挑出别人的毛病并为之改正。比如我们说地球是圆的，对方可能会说其实不那么圆啦，应该是椭圆的才对。这个小技巧就是利用人的这种心理，故意给出一个错误的答案让对方批评，然后自然而然地提供我们想要的答案。

我们想了解对方的年销售额，可以这样问：“看您公司这么兴旺，去年估计有两千万的销售额吧？”客户可能会这么回答：“哪有那么多啊，才一千来万！”你看，我们很轻松地得到了想要的答案，这就是“给答案法”的妙处所在。

在案例的最后，销售员吴国华为了不让接线员起疑心，故意给了一个错误的分机号码，而接线员自然就帮助他改正错误了，吴国华也就达到了目的，得到了自己想要的分机号。

客户心理

接线员的职责就是过滤掉可能会浪费老板时间的可疑电话，将老板需要的电话转进去。他们也担心会将一些对老板来讲很重要的电话错误地阻挡掉，遭到老板的训斥，特别是一些同样需要销售产品的公司，所以他们对每一通电

话都会很谨慎。如果有一个家伙像案例中这么做，又表现出和老板关系不错的样子，他们宁可相信是真的，毕竟这样特殊的电话还是不多见的。

· 举一反三 ·

据朋友透露，精密仪器厂需要添置两台机床设备，但是陈豪始终都无法突破总机接线员这个门槛。打了几次都无法转总经理的分机，他灵机一动，想到了一个办法：为何不先打到其他部门，让他们为自己转接呢！

陈豪先拨通了总机号码，试着拨了一个008，电话里说：“您拨的号码有误，请查证后再拨。”

陈豪没有放弃，拿起电话拨了总机号码，又试着拨了个108，“嘟……嘟……你好！业务部，请问找谁？”陈豪一听有人接听，心中一阵怦怦乱跳，立刻强压住兴奋之情，镇定地道：“你好！我有事找刘成功刘总。”

电话那头的男声说：“怎么找刘总打到我们这来了啊？我们这里是业务部！”

陈豪赶紧道：“不好意思！我记错分机号了，那请帮我转一下吧！”

只听对方咕哝了一声，就把电话转走了，“嘟……嘟……你好！”

陈豪的心又开始紧张起来，深吸一口气，缓缓说道：“您好！请问是刘总吗？”

“对，是我，请问你是哪位？”

陈豪按捺着兴奋的心情道：“刘总您好！”

点评：这个电话是利用其他部门人员没有专业接线员那样的防备心理而成功转接的，在总机已经拒绝过你，而且对你的声音已经很熟悉的情形下，是可以一试的。

精彩回顾

1. 假装有个未接来电而“骗”过接线员的技巧，称为“未接来电法”。
2. 想要知道答案，请先给一个错误的答案。
3. 如果被接线员拒绝了，可以试着拨其他分机，因为其他办公室的人员没有那么敏感。

2 / 连环发问，为没时间的客户创造时间

销售现场

陈平摊开客户名单资料夹，脑子里整理了一下将要讲的话后，拨通了第一个客户的电话。

陈平：“薛总您好！”（停顿）

客户：“你好！哪位？”

陈平：“我是AM传媒的营销顾问陈平，您听说过我们公司吗？”

客户：“……好像听过。”

陈平：“嗯，我听说贵公司有新楼盘正要发售是不是？”

客户：“嗯，是的。”

陈平：“太好了！您既然听说过我们公司，就应该知道我们在房产营销方面有着相当丰富的经验，您明后天哪一天比较有空，我们当面沟通一次？”

客户：“不好意思，我这两天的行程都已经排满了。”

陈平：“没关系，我知道您现在肯定很忙。我们是家专业的营销整合公司，曾经成功策划过很多楼盘，无论您是否需要，大家认识一下总是有益的，而且我只需要借用您10分钟时间。您看今天是周一，我们是周四还是周五见个面呢？”

客户：“呵呵！你还真执著，那就周四上午吧。”

陈平：“谢谢您的夸奖，请问是9点还是10点呢？”

客户：“那就9点半吧。”

陈平：“好的，那我们就周四上午9点半见！祝您工作顺心，薛总再见！”

客户：“谢谢，再见！”

挂完电话后陈平并没有马上开始打下一通电话，而是用手机编辑了一条短信发给薛总，短信内容如下：

“薛总您好！非常感谢您能在百忙之中接听我的电话，祝您工作顺利，心情愉快！顺便确认一下您的地址是××大厦18楼1801室，见面的时间是本周四上午9点半。AM传媒营销顾问陈平敬上！”

现场分析

这段销售情景中包含很多小技巧，下面我来一一为大家介绍。

1. 开场问候必须简单。

销售员陈平一开口只讲了四个字“薛总您好”，但其中却大有文章。

一是告诉对方，我找的就是你，同时也是验证一下这个电话号码是否正确。

如果一开始就只知道介绍自己，对方会立刻联想到你是推销的，可能还没等你把话讲完就挂了。

讲完后记得要停顿2秒，目的是让对方接口，同时让对方产生好奇心，然后主动询问。等客户问我们再介绍自己和我们主动介绍是不一样的，一种是强迫对方了解你是谁，第二种是对方主动想了解你是谁，哪一种更容易让人接受不言自明！

2. 自报家门后可以反问客户是否熟悉。

我们做完简单的自我介绍后，记得反问对方是否熟悉自己的公司。如果对方说熟悉，那么就暗示对方我们是家尽人皆知的公司；如果对方说不熟悉，那么我们可以进一步做自我介绍。当然这第二次介绍也不要太冗长，只要能把公司最突出的优点列举出来就行，争取一开始就给客户留下一个很深刻的印象。

3. 与客户确定见面时间时要用“选择式提问法”。

在这段场景中，陈平接连使用了三次与众不同的提问方式：“明后天哪一天比较有空”、“我们是周四还是周五见个面呢”、“请问是9点还是10点呢”，善于学习的读者应该对这种提问方式非常熟悉了。

这种选择式提问法的妙处在于，把客户的选择范围限制在你给的选项中，无论客户选哪个对我们来说都是有利的，销售员陈平很好地利用了“选择式提问法”，一再让客户做出选择，最后成功敲定了见面的详细时间。

4. 使用“10分钟法则”，应对客户的“没时间”。

在我们通过电话对客户进行约访时，客户经常会以“很忙”、“没时间”作为借口拒绝我们，所以“如何应对客户‘没时间’”成为电话约访的关键。

在案例中，销售员陈平通过两个步骤应对客户“没时间”，一是告诉客户为什么要见他，二是告诉客户只需要10分钟的时间。

人们做任何事都需要动机，客户不愿意见我们是因为缺乏动机，所以我们首先要为客户见我们创造动机，见我们到底会有什么好处。陈平的理由是“我们曾经成功策划过很多楼盘”，客户目前最关心的不正是如何把房子卖出去吗？这句“潜台词”给了客户见我们的理由。

“只需要借用您10分钟时间”，消除了客户担心销售员会过多占用他时间的疑虑，潜台词是“再没时间，难道您连10分钟都挤不出来吗”。

在这里我要提醒读者，我们建议的“10分钟”是很多营销大师、许多实践者通过多年实战总结出来的，10分钟是最合理的。说5分钟，客户会觉得我们不够诚实；说15或20分钟，客户又会觉得太长，所以10分钟就是10分钟，大家不需要修改，只要照着做就是了。

使用“借用”这个词时要注意，有人喜欢说“占用”或者“耽误”，可这两个词都多少有些侵略性，而“借用”则暗示“会归还的”，客户在心理上会更容易接受。

小诀窍：发短信

案例中的陈平在打完约访电话后还做了一件事，就是给客户发了一条短信。别小看这条短信，它的学问可大了。

1. 可以在客户手机中留一个你的手机号码，方便客户随时与你联系。

别奢望客户会把你的电话号码存下来，你的电话号码很快会被其他号码从客户手机中挤出去。而短信被别人排挤出去的可能性却小得多，而且由于一些短信带有客户需要的信息，所以被删除的概率更小。

2. 确认信息，包括客户地址和约见时间。

由于方言、口误等原因，我们和客户在电话中确定的信息可能并不准确，所以我们通过短信的方式让客户确认，避免因信息错误而无法成功拜访客户的情况。

3. 加深印象。

加深自己给客户留下的印象，同时给客户留下一个做事细致认真的专业销售员形象。

客户心理

在这个案例中，销售员紧紧抓住了客户当前最关心的事情——自己房产项目的销售情况，利用客户“宁可浪费时间，也不放过任何有利于房产项目”的心态，成功获得与客户见面的机会。

· 举一反三 ·

销售员：“赵总您好！”

客户：“你是哪位？”

销售员：“我是阳光健身中心的健康顾问小杨，您有很多朋友都在我们这做健身。”

客户：“哦，有事吗？”

销售员：“我知道您平时比较忙，没时间来我们中心逛，所以我想把我们中心的介绍带过去给您看下，让您有一个直观的印象，您看明后天哪天比较有空？”

客户：“我最近都很忙啊，忙过了这些天我给你们打电话吧。”

销售员：“是这样的，我们中心最近新到了一台便携式体能检测仪，能测出人体的健康状况，我想顺便带过来免费为您做体检。这是我们公司最近举办的一个活动，名额有限，过了这阵子就没这么好的机会了，我不会占用您太长的时间，您看是明天下午还是后天上午呢？”

客户：“……那就明天下午吧。”

精彩回顾

1. 开场白要简单，引导客户主动向我们提问。
2. 要让客户愿意见我们，必须给他一个见我们的理由。
3. 用“选择式提问”确定与客户见面的具体时间。
4. 告诉客户我们只需要借用他 10 分钟的时间，以消除他我们会占用太多时间的疑虑。
5. 打完约访电话后别忘了给客户发个短信，再次确认见面信息。