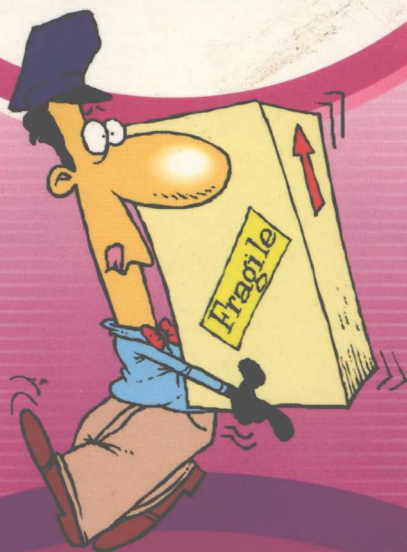


金口才

会说话 赚大钱

HUI SHUO HUA ZHUAN DA QIAN



中国环境科学出版社
学苑音像出版社

金口才全书

 会说话赚大钱

闪中阔 主编

200042010

中国环境科学出版社
学苑音像出版社

图书在版编目(CIP)数据

金口才全书/闪中阔著—北京:中国环境科学出版社,
2005.12

ISBN 7-80163-366-0

I. 金… II. 闪… III. 中国文学—故事—历代
IV. 122

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 093526 号

金口才全书

中国环境科学出版社
学苑音像出版社 出版发行

北京一鑫印务有限公司

2006 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

开本:1/32(850×1168) 印张:179.5 字数:4658 千字

ISBN 7-80163-366-0

全二十四册定价:672.00 元(册均 28.00 元)

(ADD:北京市朝阳区三间房邮局 10 号信箱)

P.C:100024 Tel:010-65477339 010-65740218(带 Fax)

E-mail:webmaster@BTE-book.com Http://www.BTE-book.com



目 录

第一章 赚钱的基本技能	(1)
商务谈判与口才技巧.....	(1)
商务谈判与策略	(13)
商业经营中的推销口才	(19)
第二章 会说才会做生意	(35)
商场柔语	(35)
花言巧语	(37)
搭讪攀谈	(39)
甜言蜜语	(41)
妙语连珠	(42)
一鸣惊人	(44)
死缠活赖	(47)
相信口碑	(49)
攻取芳心	(51)
斤斤计较	(53)
花招怪招	(55)
投机取巧	(56)
抓住机会	(58)



锤子买卖	(60)
胆大心黑	(62)
精明刻薄	(64)
宁死不屈	(67)
铁血手段	(68)
硬汉生意	(70)
惟利是图	(72)
第三章 商场的说服艺术	(74)
正面说理 良言相劝	(74)
正话反说 反话正说	(76)
迂回说理 避实击虚	(78)
倾听他人的反对意见	(86)
耐心是最重要的	(87)
不用语言的说服	(89)
良言感化 和声细语	(90)
妙打比方巧说服	(93)
第四章 处理债务有能力	(96)
讨债策略	(96)
讨债原则	(99)
人情讨债法	(103)
行政讨债法	(105)
双亏讨债法	(107)
红娘讨债法	(110)
快速讨债法	(111)
冷面讨债法	(113)



影子讨债法.....	(116)
深情讨债法.....	(117)
救人讨债法.....	(119)
怜悯讨债法.....	(121)
劳务讨债法.....	(123)
帮工讨债法.....	(125)
第五章 四海经商好口才.....	(127)
以退为进.....	(127)
实事求是.....	(129)
幽默推销.....	(131)
消除疑虑.....	(133)
欲擒故纵.....	(136)
讨价还价.....	(137)
软硬兼施.....	(140)
刺激欲望.....	(142)
处理投诉.....	(144)
精打细算.....	(146)
设身处地.....	(148)
顾客至上.....	(151)
诱其深入.....	(153)
以柔克刚.....	(155)
走街串巷.....	(157)
激将效应.....	(159)
诚恳赞扬.....	(161)
一鸣惊人.....	(163)
童叟无欺.....	(164)



反败为胜..... (166)

第六章 无所不能的语言技巧..... (169)

无知不惧..... (169)

撩拨欲火..... (171)

巧钻空隙..... (172)

无孔不入..... (175)

巧取豪夺..... (176)

扮猪吃虎..... (177)

偷食烧饼..... (180)

兵不厌诈..... (183)

公事私化..... (185)

谋利而动..... (189)

黑字赤字..... (191)

钻石圈套..... (193)

装聋作哑..... (196)

软磨硬泡..... (198)

创新开拓..... (200)

广结善缘..... (202)

漫不经心..... (203)

地利必争..... (205)

巧夺天工..... (207)



第一章 赚钱的基本技能

所谓商务口才,是指在经商的活动中所表达的语言艺术和技巧。一般说来,商务口才主要分为商务谈判口才和商品推销口才。其中,商务谈判口才,是在经济合作双方为实现某种交易或为了解决某种争端而进行的协商洽谈活动中。谈判双方的说话方式与言谈技巧,对于谈判的进程与结果都起着举足轻重的作用。

此外,推销商品口才,也是一门艺术。这是在经济高度现代化的社会里,随着市场经济的发展。产销者直接见面机会日益增多,产品进入消费必须经过推销才能实现。有推销才有订货有订货才能决定生产。因此,有智能的企业家,总是在人事决策上把推销人才放在第一线,并在推销中发现人才和善于使用人才。只有重用有口才的推销者,才能使商务活动发达起来。

商务谈判与口才技巧

商务谈判语言七忌

在商务谈判中,牢记语言失误,这是谈判者应有的起码常识,



也是谈判者提高语言技巧必备的素质。文中提及语言的“七忌”，是根据商务谈判的特点和实践经验而表述的。

(1)忌欺诈骗隐

有些人把商务谈判视为对立性的你死我活的竞争，在具体洽谈时，不顾客观事实，欺、诈、隐、骗，依靠谎言或“大话”求得自身的谈判优势。如一位业务员同一家商店进行推销洽谈，业务员为了促销，在介绍产品质量时声称已经获得“省优”和“部优”，商店看样后认为有一定市场，于是双方达成买卖意向。商店后来了解到这种商品既非“省优”也不是“部优”。产品虽适销，但商店也怕上当受骗，于是未与签订合同，一桩生意告吹。可见欺骗性的语言一旦被对方识破，不仅会破坏谈判双方的友好关系，使谈判蒙上阴影或导致谈判破裂，而且也会给企业的信誉带来极大损失。所以说，谈判语言应坚持从实际出发，应给对方诚实、可以信赖的感觉。

(2)忌盛气凌人

有的谈判者由于自身地位、资历“高人一等”或谈判实力“强人一筹”。在谈判中往往颐指气使，说话居高临下、盛气凌人。有一位大公司的业务经理在同另一家企业谈判出售产品时，发现对手是几位年轻人，随口便道：“你们中间谁管事？谁能决定问题？把你们的经理找来！”一位年轻人从容答道：“我就是经理，我很荣幸能与您洽谈，希望得到您的指数。”年轻人的话软中带硬，出乎这位业务经理的意料。这位业务经理本想摆摆谱，没想到谈判刚开始就吃了一个小小的败仗。

盛气凌人的行为易伤对方感情，使对方产生对抗或报复心理。所以，参加商务谈判的人员，不管自身的行政级别多高，年龄多大，所代表的企业实力多强，只要和对方坐在谈判桌前，就应坚持平等原则，平等相待，平等协商，等价交换。



(3)忌道听途说

有的谈判者由于与社会接触面大,外联多,各种信息来源渠道广,在谈判时往往利用一些未经证实的信息,如“据说”、“据传”等作为向对方讨价还价的依据,缺乏确凿的实际材料,其结果很容易使对方抓住你的谈话漏洞或把柄向你进攻。就个人形象来讲,也会使对方感到你不认真、不严谨、不严肃,不值得充分信赖。在一次业务洽谈中,某买方代表为了迫使对方降价,信口便说:“据说你们单位的产品返修率一直高于同类产品,能否给我们在维持费用上再提高2个百分点?”卖方回答:“这说明您对我们的产品并不了解,据最近统计,我们的产品返修率仅为1%,大大低于同类产品,我们不但不能提高维修费,正想在原来的基础上降下1个百分点。”买方遭到迎头痛击。

(4)忌攻势过猛

有的谈判者在谈判桌上争强好胜,一切从“能压住对方”出发,说话锋利刻薄,频繁地向对方发动攻势,在一些细枝末节上也不甘示弱,有些人还以揭人隐私为快。一位年轻采购员在采购某商品时,自认为生产厂家有求于零售商店,在洽谈交易条件时不断向对方发动攻势:“第一,产品必须实行代销;第二,厂家必须对产品实行‘三包’;第三,厂家必须送货上门;第四,……”最后对方说:“上述条件我方均可以破例接受,鉴于我方产品在市场上的优势地位,我方只有一个条件。即贵方必须保证设专柜销售本厂产品并保证高质量的售后服务,否则我们将寻找新的合作伙伴。”结果使采购员很被动。容易伤害对方自尊心,遇到生性懦弱的人可能一时得逞;遇到涵养较深的人,尽管暂时忍让,让你尽情表演,但他欲擒故纵,到关键时刻将迫使你付出代价;遇到强硬、进攻性很强的对手,小的进攻就会惹起更大的反击,反而对自己不利。因此,在谈判中说话应该委婉。尊重对



方的意见和隐私。不要过早锋芒毕露、表现出急切的样子，避免言语过急过猛、伤害对方。

(5) 忌含糊不清

有的谈判者由于事前缺乏对双方谈判条件的具体分析，加之自身不善表达，当阐述自身立场、观点或回答对方提出的某些问题时，或者语塞，或者含含糊糊、模棱两可。或者前言为搭后语、相互矛盾。如：“我们这种产品出厂价是每吨 1000 元上下。”“运输费用应该由我们负担，但你们也应该负担一部分。”“同行业的盈利水平大约是 15%，我们可以低于这个水平出售。”等等。这些模棱两可的语言容易给对方留下一种“不痛快”、“素质不高”的感觉，也容易使对方钻空子，使自己陷入被动挨打的境地。所以，谈判者事前应做好充分的思想准备和语言准备，对谈判条件进行认真地分析。把握住自身的优势和劣势，对谈判的最终目标和重要交易条件做到心中有数。同时做一些必要的假设，把对方可能提出的问题和可能出现的争议想在前面。这样，在谈判中不管出现何种复杂局面。都可以随机应变，清楚地说明自己的观点。准确地回答了对方的提问，尤其是在签订谈判协议时。能够把握关键。使合同条款订得具体、完善、明确、严谨。

(6) 忌枯燥呆板

有些人在谈判时非常紧张，如临战场。因此说话时表情呆板，过分地讲究针对性的逻辑性。这对谈判是很不利的。商务谈判不同于某些对立性强的军事、政治谈判，它是一种合作性交往，应该在一种积极、友好、轻松、融洽的气氛中进行。因此，谈判者在正式谈判开始前应善于建立一种良好的谈判气氛，比如随便谈谈双方的经历，谈谈对方感兴趣的社会热点、趣闻轶事、典故等。使谈判自然地进入正题；在正式谈判过程中也应恰当地运用一些比喻，善



于开一些小玩笑,使说话生动、形象、诙谐、幽默、有感染力。通过活泼的语言创造并维持一种良好的谈判气氛,这对整个谈判格局及前景会起到重要的促进作用。

(7) 忌以我为主

在人际交往中说话以我为主、以我为中心,这是有些人的通病,在商务谈判中表现更突出。在洽谈时,有些人随意打断对方谈话,抢话说;有些人在对方说话时左顾右盼,或不屑一顾;有些人自己说话时滔滔不绝,不考虑对方的反应和感受;尤其当洽谈某些交易条件时,只站在自己的立场上,过分强调自身的需要,不为对方着想。如当一场谈判开局时。一方夸夸其谈,离题万里。无法进入正题,另一方打断对方说:“行了,我没有时间听你的天方夜谭。还是来真格的吧!”这种作法极不礼貌,极易引起对方反感。所以。谈判者应学会倾听别人谈话的艺术,对别人的谈话应表现出浓厚的兴趣,多进行一些角色互换,语言应委婉。留有商量的余地。这样既表明自己有修养,容易赢得对方的喜爱,同时也能更好地了解对方,摸清对方的底细和意图,一举多得。

商务谈判中的说服技巧

在商务谈判中。因谈判双方都代表己方的利益,都会为己方的秋毫之利而据理力争。作为一名谈判人员,能适当地运用一些说服技巧。从而能使双方的矛盾迎刃而解。

(1) “桌外活动”以增进人际关系

所谓“桌外活动”,就是在谈判桌外组织各种有益于谈判的活动,恰当、适时地运用“公关策略”来服务于有益己方的谈判。假若你同陌生的对手打交道,试图让他接受你的意见,他也许会对你不



屑一顾，“你有什么能耐说服我？”可能他会这么想。这说明你对对手不熟悉，还没有与他建立尊重、了解、亲善的关系，这是很不利于谈判的。你不妨在会谈前同他聊聊，以期建立一种相互信赖的关系。

(2) 分析你的提议以便知己知彼

在商务谈判中，每一项提议的提出，都必然会给对方和己方带来一定的责任或益处。因此一项好的提议，必须先分析一下它给双方带来的影响。一方面，如果对方接受自己的提议，将会有何得失利弊？可以肯定的是，利少弊多，不然你没有必要说服他。要使他心甘情愿地接受，必须充分考虑其接受能力，不能漫天喊条件，而应使他保持一种“鸡肋”般的感觉，欲罢不能，欲说还休，那么你定能成功。另一方面，如果他接受你的提议，你将获得什么好处？说服人不容易，赢一次要有一次的价值。如果价值太小，而你却去煞费苦心，会给人一种寸利必得，不拔秋毫的感觉，影响自己的形象，切不可因小失大，见利忘“谊”。

(3) 利弊托出晓以大义

利弊托出就是把你的提议给对方带来的利益和责任全部托出来，给对方以鲜明的姿态，让他从利弊得失中得出的结论必然回到你的提议上来。这样的晓以大义，如果还加上动以真情，对方是不难接受的。一家公司的采购员到某矿采购原料，他知道该矿目前生意不景气，就拼命压价，矿方谈判人员当然不同意接受，采购员于是摆出他如果同该矿能做成生意，该矿能摆脱多少困境，也同样说明该矿在价格上的吃亏。并且说明如果双方不能成交，他还会与另一矿家签合同。迫在眉睫的矿方哪能失去这根救命稻草，只好与他成交。

(4) 精心设计以利其回答

要想使人接受你的意见，你必须精心设计你的意见，让人很简



单地回答你的问题。这实质上是利用人们的“求易”心理，不愿啰嗦。自我麻烦，从这种微妙的“商业技巧”中，你可能会获得成功。例如，在同对方签订合同时如果你觉得你的意见难以使对方接受，你可以先只拟一份合同草案，可以说：“贵方只须在草案上签字即可，至于正式合同，我方将再会同贵方详细斟酌。”这样手续简单，语言体面，很容易被对方接受。一旦谈判的主动权落入己方手中，说服对方就不是很困难的事情。

除此之外，在说服对方的谈判中还应注意几点原则：一是先易后难原则。即把较易接受的意见先提出来，然后再提较难接受的。二是难易结合原则。一般地说，一个较易接受的意见和较难的放在一处，先后提出，容易接受的可能性较大。三是多次重复原则。对重要的信息。你不妨多次重复，以引起对方的注意，而增加对问题的了解。四是前后重要原则。根据记忆的规律，在谈判初期和末尾重复你的意见，会使对方印象很深。

说服别人没有固定的技巧，必须因人、因时、因地制宜。只要我们能灵活运用，及时地把握机遇，成功就一定属于我们。

商务谈判成功的技巧

在谈判桌上，谈判者除应具有事业心和责任感，有专业知识和从商经验以外，还应有巧妙的谈判艺术和技巧。只有如此，才算是把谈判口才完整地表达出来。

所谓谈判技巧，犹如化学反应中的催化剂。如在谈判中运用“真诚赞美法”，激起对方的愉悦情感，就可能取得谈判阿成功。例如：哈尔滨橡胶厂用 200 万元进口一套现代胶鞋生产设备，由于原料与技术力量跟不上，使设备搁置 3 年无法使用，后来新任厂长决定转卖给湖北一家橡胶厂。正式谈判时，哈方厂



长说：“在贵厂看了一整天。详细了解了贵厂的生产情况，你们的管理水平和技术力量确实使我肃然起敬；年轻有为的厂长，能力非凡，真使我由衷钦佩。如果将我厂的设备转卖给贵厂，我可以断言，贵厂在你这位年轻厂长的领导下，不久将成为中国橡胶行业的明星……”哈方厂长诚挚而不虚伪的赞扬，使对方颇感得意。并不无炫耀地向哈方介绍了本厂的经济实力和技术力量，经一番言语周旋，哈方终于成功地将“休养”3年的设备转卖给了湖北这家橡胶厂。

在谈判中，还有运用“适当激将法”，以开启对方谈判的兴趣，从而使商务谈判取得成功的实例也是不胜枚举的。例如：海南三亚一家商行一直定购江苏扬州瓷厂的茶具，可是商行生意一度不景气，恰逢又更换了新经理，于是瓷厂与商行的交易谈判出现了危机。这时瓷厂厂长亲赴三亚同新上任的经理洽谈。瓷厂厂长说：“……我非常理解你们商行的处境，说心里话，真想继续和贵行建立长年业务联系，但目前商行生意不景气，新上任的经理虽然年轻有为但‘升’不逢时，所以……”未等说完，商行经理觉得受到瓷厂厂长的轻视，于是炫耀般地向瓷厂方介绍了他的经营之道，上任后的宏伟目标，以及使商行重新兴隆的具体措施，并表明本商行还将继续同瓷厂保持长年的业务联系……。瓷厂厂长巧妙地运用了激将法，激燃了对方的自尊火花，使谈判达到了理想的效果。当然，应该指出，运用激将法不是一味地“刺激”和“奚落”，而是真挚地激励。热忱地鞭策。使对方在激励与鞭策下能将“刺激”和“奚落”转化为“精神能源”。

商务谈判中的答复技巧

在谈判中，答复对方的提问是一个十分关键而又很不容易处



理好的环节。谈判中的提问是一种追踪对方的实力、动机、意向、需求与策略，从而达到知己知彼、有的放矢、掌握主动的重要手段。因此，谈判中的答复必须讲究策略与技巧。在谈判中正确的答案未必是最好的答复，它从内容到形式的选择都不如提问那样有一定的自由度，相反，却要承担一定的风险。因此对待对方的发问，一概“无可奉告”固然行不通；有问必答、和盘托出也会吃大亏。应答的技巧不在于回答的“对”与“错”，而在于应该说什么，不应该说什么。一切有经验的谈判者，应当善于根据对方的情况和谈判的目的，懂得如何去为答复作准备，该不该答复，何时答复，怎样答复，答复的范围程度。

一般说来，谈判中答复的技巧有如下几点：

(1) 有备而答

古人云：“凡事预则立，不预则废。”“以虞待不虞者胜。”谈判者对答复必须“有备”方能“无患”。在谈判前除了对谈判的中心议题、对方的矛盾焦点、我方的论据资料应力求了若指掌外，还应对方经营情况、贸易意图及需求、谈判成员的组成和对方有可能提出的问题及其策略作更多的了解和更全面透彻的分析。在谈判中，对方提出的每个问题都必须站在谈判全局的利益高度上认真思考、冷静斟酌、谨慎从容地应付。要记住，对方提的每一问都必须想一想：“他为什么问这个问题？”愈是在对方催逼自己作答的情况下，愈要沉着冷静、深思熟虑，你应意识到，答复前作充分的思考不仅是谈判的需要，也是你的权力。尤其是碰到对手提出一些旁敲侧击、模棱两可的问题时，更需要冷静三思，辨其意旨，权衡利弊，明知作答。切不可掉以轻心，信口而答，以免上当。

(2) 局部作答

在谈判中有一种“投石问路”的策略，即借助一连串的提问来



摸索、了解对方的成交意图、策略，分析对方的成本、价格等情况，以作出明智的决策与选择。在这种情况下如果我方“和盘托出”地答复，常常会使自己陷入被动的不利局面。据此，我方可以只作局部的答复，留有余地，以使对方摸不到我方的底牌。比如对方连珠炮似地提出：“假如我们增加 50% 的订货量，在价格上能否亿惠？”“假如我们与贵公司签订三年的合同，价格上能让多少折？”“假如我们减少保证金，你方有何考虑？”“假如我们自己提供工具或材料呢？”“假如我们采取分期付款的方式呢？”这里每一个提问都是一颗探路的“石子”，它不但会使我们穷于应付而无法主动出击，而且会让对方探测到我方的虚实。因此，我方不应有问必答，而应有选择性地局部作答，对其他问题则可采取装聋作哑、听而不闻、不着边际等方式搪塞过去。

(3) 含糊应答

当遇到一些比较棘手的问题，一时难以作确切回答，而如果拒不回答又会影响到谈判的合作气氛时，可以运用含糊其辞的应答法。即借助一些宽泛模糊的语言，看似已作答，其实已留有余地，具有某种弹性，即使在意外情况下也无懈可击。

含糊应答的第一种方式是笼统式，通常是以大略的猜测、估计、指望与暗示等来代替明确的特指。例如卖方问：“请问，您对我们这次交易能否获得成功怎么看，是充满了信心吗？”买方这时出于策略的需要，答道：“我想贵方应当是已经充分理解了我们在产品质量、价格上的立场，按正常的情况，我们应当是有信心的。”买方的答复似乎在最后亮出了“有信心”三个字，表明了自己的决心与诚意；但其实只包含了一个暗示性的假言判断，即：假如你方在价格、质量上按我方要求，我们就可以成交；假如你方的产品不符合要求，那就不可能成交。

含糊应答的另一种方式是抽象式。即答复时通过把话题不断