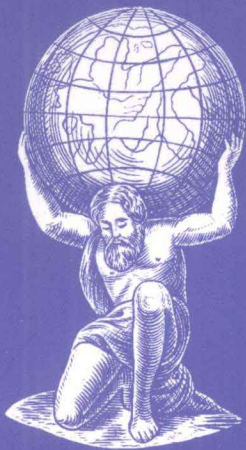


语言

艺术知识大课堂

YUYANYISHU

ZHISHIDAKETANG



邢春如·主编

推销语言艺术

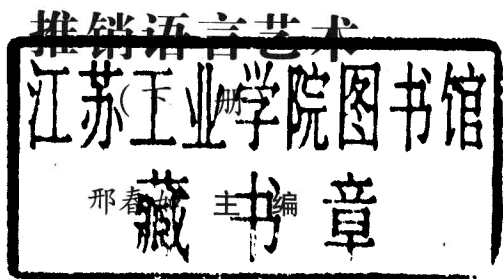
〈下〉

世间有一种捷径可以使人很快完成伟业并获得世人的认可，那就是拥有优秀的口才。

卡耐基曾经说过，一个人的成功约有15%取决于知识和技能，85%取决于沟通、发表自己的意见和激发他人热忱的能力。的确，说话的能力是成功的推动力！

辽海出版社

语言艺术知识大课堂之四十



辽海出版社

目 录

四、善对争议，智语服人

- 对待忙碌或性急的顾客 (101)
- 对待爱争论斗嘴的顾客 (103)
- 对待不信任推销员的客户 (104)
- 对待喜欢讲话的难缠顾客 (106)
- 对待不爱讲话的寡言顾客 (108)
- 对待犹豫不决的迟疑顾客 (109)
- 对待似懂非懂的外行顾客 (112)
- 对待追根究底的认真顾客 (114)
- 对待傲慢自大的特殊客户 (116)

五、洞察心理，千人千语

- 见到什么人会说什么话 (121)
- 对独断专行的人的推销口才 (125)
- 对外向型性格的人的推销口才 (126)
- 对随和的人的推销口才 (128)
- 对分析型的人推销口才 (131)

对喜欢炫耀的人推销口才	(135)
对知识渊博的人推销口才	(137)
对好奇心强的人推销口才	(140)
对演员型的人推销口才	(141)
对精明严肃的人推销口才	(142)
对年轻顾客的推销口才	(143)
对中年顾客的推销口才	(144)
对老年顾客的推销口才	(145)

六、柔性软语，推销出奇

准确找到客户的兴趣按钮	(147)
用售前服务来创造销售	(150)
凭着服务精神创造订单	(152)
不要吝惜你的赞美之词	(155)
做一个十足的爱心推销员	(157)
留下“未完成”的一种感觉	(159)
微妙之道：无声胜有声	(160)
卖产品，不如卖自己	(162)
热情——最好的推销利器	(163)
倾注热情的行销话术	(165)
歪打正着的推销话术	(168)
辞别时一定要保持风度	(171)
必须注入真诚的话术	(173)
任何时候都不要忘了顾客	(174)

互利双赢的推销话术	(176)
与顾客心灵相通的话术	(177)

七、口才是金，促成交易

欲擒故纵的成交口才	(180)
让客户参与的成交口才	(182)
“收银机”的成交口才	(185)
借喻行销的成交口才	(186)
巧妙设问的成交口才	(189)
生动比喻的成交口才	(195)
女性攻心的成交口才	(196)

四、善对争议，智语服人

对待忙碌或性急的顾客

对于很忙碌的顾客，或看起来很忙的顾客，洽谈时除了寒暄一番外，就该立刻谈到正题。话虽是这么说，但是真正忙碌和看起来忙碌的人，在实质意义上是不同的，所以讲话的方式也要因人而异。这时，你必须先设法探听出他喜欢什么，愿意听什么等等，在谈到正题之前，先跟他聊聊天。如果看苗头不对，就不应该立刻谈到正题，如此先谈结论，再谈理由，也可以给忙碌的顾客一个好印象。

上述的洽谈方式，只适合于老顾客。至于初次上门推销，就必须顺着顾客心理的变化，改变自己谈话的技巧、内容和时间，否则便不易达成推销的任务。

“我只花你五分钟的时间。”

当你谈到五分钟时，再看看顾客的表情，如果顾客面露喜欢听下去的模样时，你再说：

“我再谈几分钟就好。”

然后当你谈到几分钟后，可以反问顾客：

“您还有什么不清楚的地方，需要我再向您解释吗？”

就利用这种方式，静候顾客的发言。

记住，这时应特别注意拖延时间的说话技巧，绝不可以讲四分钟、六分钟和十分钟，因为双数给人的直觉反应就是很多，这样会使顾客怀疑你要讲很久。若用单数，让顾客心里存着五分钟、七分钟的观念，他会觉得费时不多，就会安心地听下去。等他心里发生了这种微妙的变化后，你再观看他的表情，如果他还有继续听下去、看看你的商品的意愿时，你就可以把说明书或样本递过去，再诚恳地问他：“你还有什么意见吗？”

若遇到性急的顾客，连珠炮似地发问时，推销员一定要先听清楚对方的问题，等把样品拿出来时，可以不必按照对方问话的次序，向他说明使用的方法和好处，同时在这种情形之下，你也可以对他说：“请你稍等一下。”然后再慢慢地向他解说。像这种性急的顾客，如果是具有购买决定权的人或是公司老板，你可以先跟他谈结论，不必谈理由，但是你要注意，通常这种人，只喜欢听自己所想听的东西，你不妨提醒他一句：“先生，这个地方也很要紧的哟！”

当你把顾客的注意力吸引到你的主题时，要尽量说明你所认为要紧的理由，如果推销员本身的行动和说服力，不够机警和清楚的话，反而会使顾客听得不耐烦，以致推销失败。这时推销员最好长话短说，多用动词，少用形容

词，言语简短有力，态度举动也要有分寸。

总之不要跟忙碌和性急的顾客啰嗦，要察言观色，选择适当的内容和词句。

对待爱争论斗嘴的顾客

推销中，你会遇到不同类型的顾客，其中有一种专门爱跟别人斗嘴理论或瞎扯。这种顾客不论什么事，总爱批评几句，如果事情迎合他的口味，就会怡然自得。通常这种顾客的脸型，是属长型或正方形的居多。这种顾客喜欢理论，如果推销员不合他的胃口，他就会讨厌推销员。这种顾客还有个特征，即对有权威的人所讲的话表示不屑，而且还会用诡辩式的三段论法，使推销员无法接近他。至于杀价时，推销员也可以一种毫不犹豫的态度，与这种顾客辩论，如果双方由辩论演变到争论，就要不了了之，因为就算你赢了这场争辩，倘若货品推销不出去，也算不得胜利。

“科长啊！我今天好高兴哟！哈哈……。你认为怎么样！科长，也许你已经知道，我碰到的是某百货公司的游先生，其实我今天就是冲着他批评我们的货不好，我才跟他辩论一番。结果他输了，连一句话都说不出来。”

像这种说辞，实在很糟，因为推销员的目的，并不是去辩论商品的好坏，或是求取辩论的胜利，而是该给顾客

多戴高帽子，谋取交易的成功和实得的利益。如果争论输了，也要想办法让顾客购买你的商品，这样才算达到推销的目的，也是推销员应达成的任务和责任。

“是的，您讲的话的确很有道理，这可不是我所能赶得上的（适时给对方戴上高帽子），但是这种产品，是我们公司的新发明。也许您知道，某大学电子工程系的吴教授，就是这方面的权威人士，他曾经针对我们的产品研究试验后，称赞这项发明确实非常好。”

“有您这么一位关心教育的妈妈，您的小孩真是前世修来的福气，您刚才所说的话，真让我佩服得五体投地。请您再看看这个，这个产品曾被某大学的李教授推荐过，认为效果很好，对于儿童教育是最适合的。美国也曾有人评价说，这是一部按部就班的学习机器，有了它就不用临时抱佛脚了。”

在理论上，你能够提出权威证明，对方也比较能接受。就算你知道顾客是在诡辩，也不可以指责或点破对方，可以一方面表示说不过他，另一方面最好是设法改变话题，从其他方面再跟他谈论下去。

对待不信任推销员的客户

曾经购买过保险却因某些因素留下不好印象的客户，可以说是最不好处理的。首先一定要先找出问题症结，将

客户的怒气、不满一扫而光，才有可能让客户以正常的心态重新接纳推销员。

客户：“上次那个推销员，还没买之前天天来找我，买了之后就找不到人了！”

推销员：“那真是太不应该了！不过，人嘛，总是有好有坏的，只是您运气不好碰上个恶劣的推销员！”

客户：“唉！你们都是这样的，光是会说好听话，我可不愿再被骗了！”

推销员：“请您仔细看看我（直视着客户的眼睛），我是那种人吗？我是×××，这是我的名片，如果您有问题，欢迎您随时打电话来……”

下面还有一个例子：

客户：“上次那个推销员叫我附加个什么医疗保险，说一天可以领多少多少，结果还领不到三分之一，那都是骗人的！”

推销员：“请问您是不是有劳保？”

客户：“有啊！”

推销员：“那么当初那个推销员有没有告诉您，必须先扣除劳保支出的部分，再实支实付？”

客户：“这个……”

推销员：“我想可能是他忘记讲了或是解说得不够详细。其实，保险是不会骗人的，只不过有很多契约条款我们都没有注意到。就好比说，骨折时我们都喜欢找中医贴膏药而不

愿看西医上石膏，但万一所找的不是有中医师执照的，往往得不偿失。”

客户：“原来是这样啊！”

推销员：“这些在契约条款上都有明文记载，同时也具有法律约束力，只要合乎规定，保险公司一定会依法行事的！”

对待喜欢讲话的难缠顾客

对于有经验的推销人员而言，喜欢讲话的顾客是一种非常难缠的对象；拜访他的时候，高兴起来滔滔不绝，你花费的时间会比预定的长很多，而且会减少一天中的顾客访问量。倘若告辞的时机不好，就又会被客户认为服务不好，因为往往会在顾客兴头上打断他的话题。所以大部分的推销员，均视如何向能言善道的顾客告辞为一大难题，换句话说，必须要让对方感到满足。

“经理先生，听您说话真有意思，所以我把时间都忘了，我希望下一次来能再听您长谈，我很高兴听经理先生讲话。”

可以像这样告诉顾客，的确是很想再听下去，可惜另外还有事情待办，等到顾客语句告一段落时，灵巧地切断谈话；在这个时候，必须知道当顾客吐气时就是要讲话了，当顾客吸气时就表示话讲到告一段落；如果将它弄错了，

会引起顾客的不快，应该多加注意这种抢时间的观念，只要稍微练习一下，就可以学会。

不管怎么说，爱讲话的顾客比起不爱讲话的顾客，要容易应付。这种喜欢和推销员攀谈的顾客，又可区分为两种类型，一种想利用他的口才来辞退推销员，另一种是天生就是好说话的个性。

前者是有意地拿“讲话”做挡箭牌，使推销员全神贯注地听，一般来说推销员会充满热诚地倾听，使得顾客认为已经把推销员弄得糊里糊涂而加以攻击。这时推销员就可以在他的言谈中找出顾客的矛盾、误解、欲望来，用简洁的方式问他原委，多少可促使事情明朗化。

“您刚才不是说很理想吗？现在又说贵公司对这桩交易没有兴趣，为什么呢？请您指教。”

“李先生，您开始不是说公司第一、业务第一的吗？”

可是为什么您又说对处理机不感兴趣，您知道处理库存事宜是不可缺乏这种机器的。这究竟是什么缘故呢？可否请您指教一下？”

像上面的问题是可以适当提出来的，尤其末尾加上一句“请您指教”，便足以令顾客说出心里的话，而不是漫不经心地闲扯。“请您指教”的探询方式具有极大的效力，不仅是爱讲话的人会坦诚相向，就是不爱讲话的人也自然开口了。此时顾客打开了话匣子，也许就无意中露出他的弱点。假使顾客说的话最后带有疑问，表示他话中有弦外之

音；用这种方法，多半能够成功地发掘其中的实际问题，适用于爱说话与不爱说话两种极端的类型。

对待不爱讲话的寡言顾客

推销员最难应付的顾客，就是顽固的顾客和不爱讲话的顾客。但是只要你用对话技巧，一样可以成功。

在某城市中有一家很漂亮的小吃店，地点选得极佳，装潢也别出心裁。初次接触的那天，当推销员步入店铺中时，老板正在做包子，老板娘也在旁边，但连看都没看一眼，推销员向她打了一声招呼，她只用眼角余光瞟了推销员一下，可见老板娘也是个不爱讲话的人，于是彼此耗了二十分钟，使推销员毫无开头机会，这一天就这样无功而返。

过了十天，推销员再去试行拜访，这次他先选了老板刚刚做好的十个包子，请他用盒子装起来，然后再拿两个包子摆在盘子里，就开始跟老板交谈起来。

“老板，您做的包子很好吃，里面的馅真多呀！是您亲自做的吗？您用的锅是铁质的吧？……还有豆沙的甜味真适中，您都是用白砂糖吗？……”

“是啊！你懂得很多哩！包子说起来馅最要紧，可是它绝不可以混进糖水。你说这包子皮很好，你老兄很内行嘛！这皮也是我亲自做的，并不是像人家用机器做。总归一句

话，做生意不是专为赚钱呀！不让人家尝尝这种好味道就对不起老天爷哟！……对啦对啦！我记起来了，你以前来过一趟！你有什么贵干？”

“老板，今天我可是看着你的包子来的。我今天是受人之托，帮一位眼睛看不见的邻居买点包子作为礼物的。喔！我觉得老板你很喜欢盆栽，是不是？”

“啊！也没什么好东西啦！你也喜欢盆栽是吗？你到傍晚时再来嘛！我们可以谈谈呀！”

由于这位推销员用对了推销战术，即对不爱讲话的顾客，不断地寻找话题，引他开口，因而达成了目的，与老板正式签订了买锅的契约。

事实上，这种不爱说话的顾客并非绝对不开口，只要有适宜的开头和相当的情绪，他也能讲得很开心，推销员应该针对顾客感兴趣的事去征询他的意见，积极地引导；就可以让顾客愉快地谈话了。

对待犹豫不决的迟疑顾客

犹豫不决的顾客，一般而言，并非与年龄成正比，只是自己不知道如何处理事情。因此碰到该做决定的事时，就举棋不定，显出一副迷糊样，尤其在买东西时更是这样。你时常可在商店或百货公司内，看到这种顾客在跟朋友商量，或手里握着两三件东西，不知如何取舍决定。其实这

种顾客，最希望有人帮他做决定，这时你可以用充满自信的态度和言语，帮他做肯定的决定，同时也要给他足够相信的证明和理由。

“这一件很适合你！因为你皮肤很白，穿这件最合适，和你一起来的朋友，也这么认为吧！”

“你带着其他牌子的录音机走，也许会因车子的震动，发生故障。但是这种牌子我保证，绝不会震坏。因为这一件，是曾被空军运用在射击训练上，判断有没有击中的机件。”

“我们公司从一九五五年创立以来，一直就做电器测量仪器，光是专利就有一百二十二件，新发明的则有一千零一件，可算是电器界的泰斗。从创立至今，我们一直秉承踏实负责的经营态度，所以有些顾客评价我们的店员说：‘你们店里的职员说难听点，是像土包子，然而实际上却很纯朴。’也许是我们的员工都具有热诚服务的态度吧！所以现在×钢铁公司，所有的测量仪器，都是在我们这里订购的。”

像这种说法，就能帮助顾客很快做出最后的决定。

对于犹豫不决的顾客，你千万不能再问他：

“你觉得哪种比较好？”

这样反而会增加他的排斥感，倒不如看着他的眼神、手势，想办法适时给予诱导性的建议，导向肯定决定的方向。

“你家有四口人，买这种尺寸的洗衣机，我认为比较适合。”

“反正你总归是要买，还是买这种比较好。”

要顺着顾客的意思，用肯定的语句，一步一步地向购买的方向诱导。最要紧的是，谈话中如果看到顾客显出犹豫不决的样子时，你绝不可再重复一遍说过的话，这一点是非常重要的。

一般做生意的人，个性都是属于比较豪爽干脆的，换句话说，就是具有“一根肠子通到底”的脾气。与这种人交谈时，常会发现，他们不论对方是什么人，都口无遮拦的自说白话，而不顾是否会伤到对方，甚至他们还会认为对方是个没有心眼的傻子，如果推销员能体谅他们是没有恶意的，这种生意人也会是很好的客户。

“又是推销新产品啊！不要！不要！我想，像你这种人，是不会推销什么好东西的！该不会又是来强迫推销的吧！好歹也分一些让我赚赚呀？”

瞧瞧这逼人的口气，确实有点令人吃不消，不过他的本性还不坏，所以你不必在意。

“价钱太贵，能不能便宜点？这样好了，你能减多少？你总不能一分都不少就要我买吧！再便宜点怎么样？”

就连杀价他们也用咄咄逼人的语气，不过杀价的过程可比最后成交的结果有意思多了。你可以顺着顾客的话来应付他，但是说话要得体，不可得罪顾客。在表情方面，虽然你看不惯

顾客的态度，也要以微笑亲切的态度相迎，这样才能抓住顾客的心理。

“你这么说我实在承担不起，不过请你不要生气，这一次希望你答应我订十箱好不好？不行的话，五箱也可以，也许你拿少了会被老板数落一顿，我看你干脆拿八箱好了。”

就照这种语气，真心诚意地与对方洽谈，很快就能让对方萌生亲切感，达成交易的目的。但是并非对任何顾客，都可以用这种态度来应付，有时你自认讲话简洁干脆，对方或许认为你不懂礼貌，是个信口开河的人。

在与顾客洽谈生意时，你到底应该规规矩矩的谈，还是与顾客有来有往地彼此口无遮拦地讲，并不是光凭顾客的样子就可决定的，还是要先听听顾客的谈话之后，凭着经验顺着顾客的语气去做。

对待似懂非懂的外行顾客

所谓似懂非懂，就是表面看起来像很懂，实际上并不懂。也就是在说话时，对不懂的事装作很懂的样子。这类型的顾客，跟其他顾客不一样，有时候也很好对付，但是碰到没有经验的推销员，往往会使顾客下不了台而让他很气愤。而且这种顾客的自尊心特别强，优越感和自我表现的欲望也很强。如果你当面指责顾客讲话矛盾或错误，当