

经营管理与投资理财丛书

经营者案头工具书



管理者智慧枕边书

直销员

口才技巧全书

顶级直销员口才训练手册

许召元/编著

ZHIXIAOYUAN
KOUCAIJIQIAOQUANSHU

■本书全面系统地介绍了直销口才技巧知识,帮助从事直销事业或将要从事直销事业的人们在短时间内突破“口才”的极限,使直销“口才”有一个质的飞跃。良好的语言表达能力,就像是一把挖掘人生财富金矿的利器,它会给你带来意想不到的收获,也直接影响到直销事业的成功。

直销员获得
成功的
制胜法宝

★★★★★

远方出版社

中国轻工业出版社

中国轻工业出版社

直销员

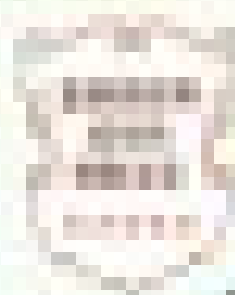
口才技巧全书

顶级金牌口才训练手册

中国轻工业出版社

ZHIXIAOYUAN
KOUTAIJIQISHU

本书是专门为直销员设计的口才训练手册，内容涵盖了直销员在销售过程中所需的各项口才技巧，包括开场白、产品介绍、客户沟通、异议处理、成交技巧等。本书语言通俗易懂，案例丰富，是直销员提升口才、提高销售业绩的必备参考书。



经营管理与投资理财丛书

经营者案头工具书



管理者智慧枕边书

直销员

口才技巧全书

顶级直销员口才训练手册

许召元/编著

ZHIXIAOYUAN
KOUCAIJIQIAOQUANSHU

■本书全面系统地介绍了直销口才技巧知识,帮助从事直销事业或将要从事直销事业的人们在短时间内突破“口才”的极限,使直销“口才”有一个质的飞跃。良好的语言表达能力,就像是一把挖掘人生财富金矿的利器,它会给你带来意想不到的收获,也直接影响到直销事业的成功。

直销员获得
成功的
制胜法宝



远方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

直销员口才技巧全书 / 许召元 编著. — 呼和浩特: 远方出版社,
2008. 12

(经营管理与投资理财丛书)

ISBN 978 - 7 - 80723 - 363 - 3

I. 直… II. 许… III. 销售—口才学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 180969 号

经营管理与投资理财丛书

策 划 / 李伟业 丛书主编 / 李代广

责任编辑 / 胡丽娟

出版发行 / 远方出版社

地 址 / 呼和浩特市乌兰察布东路 666 号

邮 编 / 010010

电 话 / 0471 - 4928108

网 址 / yf@sina.com

印 刷 / 北京雨田海润印刷有限公司

开 本 / 710 × 1000 毫米 1/16 开

字 数 / 6400 千字

印 张 / 400

版 次 / 2008 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

定 价 / 560.00 元 (全二十册)



前言

直销人，一个似曾熟悉而又响亮的名字，伴随着中国直销事业的成长，它将迎来直销人生的第二个春天，在不久的将来，直销大军将重新出现在神州大地，并日益壮大，声势夺人。

面对着即将汹涌而来的直销浪潮，直销人应该如何应对？面对着日益激烈的市场挑战，直销人又应当何去何从？

我们先来看这样一个故事：

古代有位宰相，请理发师来给他理发修面。那位理发师给宰相修面修到一半，忽然停下刮刀，两眼直愣愣地看着宰相的肚皮。

宰相见他这样，心里纳闷：这肚皮有什么好看的呢？就问道：“你不修面，却光看我的肚皮，这是为什么呀？”

“人们常说，宰相肚里能撑船，我看您大人的肚皮并不大，怎么能撑船呢？”

宰相一听，哈哈大笑：“那是说宰相的气量最大，对一些小事，能容忍，不计较。”

理发师听到这话，“扑通”一声，跪倒在地上，哀求说：“小的该死！方才修面时不小心，将大人您的眉毛刮掉了，大人您气量大，千万请恕罪！”

宰相听说他的眉毛被刮了，不禁勃然大怒，正想发作，转念一想：自己刚才讲宰相气量最大，我怎能为这些事就治他的罪呢？于是，只好说：“不妨，眉毛还会长出来的，去把笔拿来，把眉毛画上去算了！”

这位聪明的理发师就这样运用迂回曲折的说话技巧，保全了自己，免除了一场大灾祸。

众所周知，直销是一门与人沟通的艺术，好的口才是直销成功的利器。作

为一名直销员，不但要具备专业知识和能力，而且必须拥有良好的口才，好的口才才能让你攻城略地，势如破竹，让你的直销事业一日千里。拥有出众的口才，直销人员才能脱颖而出，最终水到渠成，走向成功。

如何能够拥有伶牙俐齿，如簧巧舌？本书告诉你答案！本书以实用性为宗旨，将口才培养理论和经典直销案例相结合，使读者能够在最短的时间内，提高口才水平，获得直销口才技巧，帮助直销员朋友快速进步。

限于水平，不足之处在所难免，敬请广大读者批评指正。



第一章 好口才才是直销员成功的基石

第一节	好口才是直销成交的利器	2
第二节	好口才的 5 个原则	4
第三节	直销语言要浅显易懂	6
第四节	直销口才要声情并茂	8
第五节	直销口才要惟妙惟肖	10
第六节	好口才要有目光和肢体的辅助	13
第七节	好口才要学会掌控声音	15
第八节	好口才让直销员掌握谈判的主动权	18
第九节	好口才让直销员化险为夷	21
第十节	好口才让直销员收获巨大	23

第二章 直销员机智灵活的口才技巧

第一节	语言要灵活应变	28
第二节	逻辑性与情感性相结合	30
第三节	措辞要严谨	33
第四节	用事实说话	35
第五节	说话要注意阶段	39
第六节	言谈幽默的技巧	45
第七节	语言应正确有力	47
第八节	举例子的技巧	50
第九节	含蓄、委婉的技巧	52



第十节 练好说话技巧的方法	53
第十一节 辅助口才的技巧	55

第三章 直销员应对不同类型顾客的口才技巧

第一节 不同顾客要采用不同的对待方式	62
第二节 怎样区别对待不同性别和年龄的顾客	63
第三节 怎样对待沉默型顾客	65
第四节 怎样对待犹豫型顾客	67
第五节 怎样对待圆滑型顾客	68
第六节 怎样对待从容型顾客	69
第七节 怎样对待傲慢型顾客	70
第八节 怎样对待多话型顾客	70
第九节 怎样对待情感冲动型顾客	72
第十节 怎样对待挑剔型顾客	73

第四章 直销员与顾客沟通的口才技巧

第一节 直销员要学会沟通	76
第二节 缩短与顾客的距离	77
第三节 根据顾客心理说话	78
第四节 真诚的技巧	80
第五节 恰到好处地赞美	83
第六节 不断进行促成试探	88
第七节 学会适当的倾听与沉默	89
第八节 用闲聊接近顾客	93
第九节 针对性地与顾客沟通	95
第十节 学会关爱顾客	98

第五章 直销员开发顾客的口才技巧

第一节 警惕过度赞美	104
第二节 防止顾客推脱	105
第三节 用提问说服顾客	107

第四节	懂得抓住核心	109
第五节	引起顾客兴趣	110
第六节	强化语言的感染力	113
第七节	激发顾客期待心理	116
第八节	以利益为中心展开直销	119

第六章 直销员电话行销的口才技巧

第一节	打预约电话前应做好充分的准备	124
第二节	电话预约的谈话技巧	126
第三节	电话里的提问技巧	131
第四节	电话中化解顾客借口的技巧	132
第五节	跟电话顾客的秘书或管理者打交道的技巧	135
第六节	电话直销应投入感情	138
第七节	在电话中谈透问题	140
第八节	制造合适的开场白	143
第九节	电话直销要有创意	146
第十节	电话销售的阶段和流程	147
第十一节	电话直销要注意的问题	150

第七章 直销员成功介绍商品的口才技巧

第一节	尽量使用普通用语	154
第二节	产品介绍的三段论法与四则运算	155
第三节	根据产品选择介绍方法	157
第四节	正确对待竞争对手的产品	159
第五节	如何展示产品	161
第六节	学会美言产品	163
第七节	让产品吸引顾客	166
第八节	产品解说要新颖有趣	168
第九节	产品解说技巧归纳	170
第十节	识别购买信号	174



第八章 直销员询问与议价的口才技巧

第一节	用问题打开直销之门	178
第二节	问题要问对	180
第三节	问对问题的技巧	183
第四节	提问的5个技巧	187
第五节	提问的一般性规律与策略总结	190
第六节	解决价格争议的原则	194
第七节	提出价格要有技巧	195
第八节	讨价还价要有技巧	198

第九章 直销员应对顾客拒绝的口才技巧

第一节	挖掘顾客拒绝的内涵	204
第二节	读懂拒绝的肢体语言	206
第三节	应对用“我不要”做拒绝借口的技巧	209
第四节	应对“我现在没钱”做拒绝借口的技巧	210
第五节	应对用“我要考虑一下”做拒绝借口的技巧	212
第六节	应对其他常见借口的技巧	216
第七节	也要学会向顾客说“不”	220
第八节	正确对待拒绝	224

第十章 直销员与顾客达成交易的口才技巧

第一节	善于捕捉成交的时机	230
第二节	弄清顾客想法	235
第三节	给顾客一个合理解释	237
第四节	如何劝说顾客购买	240
第五节	让顾客感觉掌握主动权	243
第六节	用讲故事来达成交易	244
第七节	洽谈的口才技巧	246
第八节	众多成交法口才技巧	250
第九节	学会高瞻远瞩	257

第十一章 直销员销售商品时的口才禁忌

第一节	说不该说的话	262
第二节	泛泛而谈 缺乏特色	264
第三节	不为顾客利益着想	267
第四节	不切实际	269
第五节	与顾客争论	270
第六节	告知顾客太多细节	274
第七节	不会回答问题	275
第八节	其他口才禁忌	277
第九节	提防不良的口才习惯	280

第十二章 感悟直销的经典故事

第一节	由推销看直销口才的运用 ——“推销之神”原一平	286
第二节	由推销看直销口才的运用 ——法兰克·贝格(一)	292
第三节	由推销看直销口才的运用 ——法兰克·贝格(二)	295
第四节	由推销看直销口才的运用 ——法兰克·贝格(三)	300
第五节	由推销看直销口才的运用 ——戴维·考瑞	307

L.H.T.T.A.C.Y.U.A.N.K.O.U.C.A.T.T.Q.T.A.O.Q.U.A.N.S.H.U

第一章

好口才才是直销员成功的基石





第一节 好口才才是直销成交的利器

人与人之间交流离不开语言。人们常说,某某人口才好,某某人没有口才。那么,到底什么是口才呢?其实,口才就是一门口头表达的艺术,换句话说良好的口头表达艺术就是口才。人们往往根据一个人的讲话能力和风格来判别其学识、修养和能力。如果说眼睛是心灵的窗户,那么口才便是头脑的大门。

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,足见口才的重要价值。现代社会更需要那种机敏灵活、能言善辩的口才专家。但是,也有一种人,这人很能讲,真能讲。然而他怎样讲的?是喋喋不休,夸夸其谈,言之无物。这能说他是会说话吗?能说他有好口才吗?通常以为,这个人没有口才。所以说,有的人虽然能说,但不是有口才,因为好口才是有标准的。

那到底什么是口才呢?我们说,口才有具体以下标准:

第一,言之有物,忌空洞无物;

第二,言之有理,忌胡说八道,歪理邪说;

第三,言之有序,忌杂乱无章;

第四,言之有文,形象、生动、活泼。

符合这四个标准,我们才可以说,这个人口才不错。

大家应该都有这样一个体验:为什么有的老师讲课,50分钟,你感到不累,还觉得时间过得很快;而有的老师仅仅讲了十几分钟,你就坐不住了,觉得时间怎么这么慢啊?原因是前者有口才,他能够生动形象、深入浅出地把他的文化知识传达给我们,使我们愿意听,从而在理解的基础上掌握知识。这便是口才的作用。

在生活当中,一个人有没有口才,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充分表达自己的想法。

口才的意义,我们确实不可低估。也许有人会问:我们听说××人并没有什么口才,那他也取得了成功,请问为什么?不具备良好的口才的人也有可能成功,回为他一定是具有其他方面的优点。但是,没有口才的人即使成功了,也是一件略显遗憾的事情。因为,一位成功者,你除非有了好口才,你才能很好地把科学文化知识和高超的技艺讲给广大听众,这样不是贡献更大吗!作为直销人更是如此,因为直销事业更需要每一个直销人去进行宣传,以便让更多人都知道直销的益处,都享受到直销产品的好处。因此,只有每一位直销员都拥有良好的口才,才

能让你取得更大的成功,从而在直销事业中获得更大的发展。

“直销贩卖的就是话术。真销员如果说错了一句话,顾客就不会买。”语言深刻地影响着人们的思想和行为。然而是否成功地进行直销从双方一见面就已经注定了。所以说,直销人员必须具备语言大师的素质,懂得到什么山唱什么歌,遇什么人说什么话。比如,今天你与你的第一位顾客见面,这样的开场就比较好。“今天是个好日子,我第一次见到您,所以,今天对我来说也是个很特别的日子。”这样就给顾客无形中创造了一个轻松、愉快的环境,有利于令顾客做出购买决定。

直销就是先把话说出去,再把钱收回来。但是,如果你说错了话,钱就收不回来。因此,口才的力量是永远不可忽视的。好的话术可以成交,差的话术只能令人生厌。成功的话术有很多种,如:利用悬念:

某地毯厂的一位直销员对顾客说:“您每天花0.16元,就可以使您的卧室铺上地毯。”顾客对此感到十分惊奇。

这位直销员接着说:“你的卧室12平方米,而我厂地毯价格为24.80元/平方米,这样就需要297.60元。这种地毯可铺用5年,每年365天,这样平均每天只需花您0.16元。

再如:请君入瓮。

直销员在对顾客进行劝购时,先引入某个顾客反感的话题,进行抨击,注意话题应与产品直接相关。在得到顾客赞同之后,接着问:“您同意我的观点吗?”“你认为这个产品好吗?”或是“如果您认为这个有什么不合适请尽管说。”

正确地运用话术的关键在于必须问对问题,选对句子。要能针对不同顾客的心理设计一些环环相扣的话术公式,这样在直销时,效果就会事半功倍。下面,试举几个例子来说明话术的运用。

1. 电话开发顾客。“××小姐,您好,听朋友说您从事的是高科技行业,这是个很有发展前景的行业。我感觉到您也许需要我们的产品,所以我给您打来电话,希望它会为您的工作带来许多方便。”

2. 向顾客介绍产品。“××先生,您好,请给我几分钟时间,允许我向您介绍一下也许可以彻底改变您的工作和生活方式,可以使您更加轻松地工作和生活,好的产品,好吗?”

3. 与顾客成交的话术。“高质量的产品只有像您这样的人才适合享用。您只需要投入一点点钱,就可以享受到这种产品给您带来的奇妙乐趣。”

4. 与顾客成交之后。“××小姐,恭喜您刚才做了一个明智的抉择。您拥有了一套与众不同的化妆品,您先生一定会为您感到高兴。”

直销是世界上最具有挑战性的工作之一,但也是最容易造就世界级富豪的行业之一。“商场如战场”,而好口才就是你驰骋商场的法宝利器。口才,关系到一

个人一生成败。拙嘴笨舌,词不达意,会使你到处碰壁,寸步难行;巧舌如簧,口若悬河,会使你柳暗花明、左右逢源。只要你拥有无往不利的口才,直销就是一件非常简单的事情。世界级直销大师金克拉说过:“口才的确很重要,它可以改变事情,可以使顾客自己说服自己。”

绝大多数成功的直销员都是凭借自己良好的口才才得以取得成功的,所以要想成为一名优秀的直销员,必须具备良好的口才。

我们知道,直销是一种面谈交易,整个直销过程中,从接近顾客到解除疑虑,直至最后成交,都离不开口才。直销的手段是多种多样的,但几乎所有手段,都离不开语言艺术的运用,最后都要落实到口才上。有了好口才,就能很容易地接近顾客,从而恰当地向顾客介绍产品的优点和使用价值,最后消除顾客的疑虑,取得顾客的信任,激起顾客的购买欲望,快速达到销售的目的。

而将自己的团队组建起来,把直销事业发展起来,也需要运用出色的口才。所以说,直销口才对直销事业的发展具有举足轻重的作用。下面我们通过个例子来说明这一点。

两位直销员在同一条大街上销售洗发水。一位直销员一天卖了2瓶洗发水,另一位直销员则卖了30多瓶。相比之下,这位只卖了两瓶洗发水的直销员无疑是失败了。失败在什么地方?失败在口才不如人上。失败的那位直销员对迎面走来的一位女孩儿说:“小姐,您买瓶洗发水吧!这种洗发水的效果可好了!”女孩说声“这个……我不需要”便扭头走了。

另一位直销员却不这样。他看到一位女士走了过来,于是微笑着说:“大姐,您忙不忙?如果您不忙的话,请允许我向您介绍一下我们公司最新的产品——营养护发洗发水。这种洗发水能有效去除头屑,营养发根,让您的秀发乌黑亮泽,飘逸柔顺。同时它的清香可以让您有一种置身于大自然绿野之中的感觉。另外,这种洗发水使用起来非常方便,您只要在使用时轻轻按一下喷头,挤出少许抹在头上,然后用水搓洗就可以了。有了这样精巧的喷头设计,您省去了费力开盖的麻烦,使用起来十分方便。如果您对我说的不相信的话,我们这里有试用品,您可以试用几天。要是效果不好,我们保证退货。”经这位直销员这么一说,谁还能拒绝他所直销的产品呢?这其实就是口才的魅力。

第二节 好口才的5个原则

直销,就是要让对方接受自己,那么如何才能让对方接受自己呢?必须运用

语言艺术打动对方的心。当你说话时,你会同时发送出两个信息。第一个是你说出的内容;第二个则是你说的方式。一句内容精妙的句子也可以用刺耳的声音说出,可以用缺乏热情的呵欠、心不在焉的、嘟嘟囔囔的、犹犹豫豫的和其他各种不计其数的声音表达。著名的专业直销员波顿在强调如何引人入胜的说话方式时,举出了5条说话原则:

第一是清楚地说话:精确地、清楚地发出每一个字。为了清晰起见,应该确保平均每分钟150个词的语速。同时不要因为句尾缀接的不必要的语气词,而影响一个良好、清楚的表达。

第二是以亲切的方式谈话。一个好的说话者会让你告诉自已:这个说话者不是一位道貌岸然的人,也不是一位煽动家,他或她是个招人喜欢、对人亲切而且可以让人信赖的人。

第三是诚挚地谈话。每一个成功的说话者在他或她的声音中都有一种类似于“火警”的特质。它蕴含的强烈诚挚会刺激你的脊椎。在广播电台时代,播音员的声音中是否具备这种特质十分重要。比如,正是这种特质和其他因素一起,使温斯顿·邱吉尔利用大不列颠广播电台的“最美妙时刻”的节目取得了广大听众的信任。

第四是热烈地谈话。为了激活你的声音,你要尝试改变你说话的语速,可以变化你的音高或调整你的音量。富兰克林·罗斯福的演讲就好像是一辆观光巴士:在不重要的地方加速,然后在经过风景名胜的地方,适当放慢速度。

第五是避免“词语冗余”。不要因为“嗯……”或紧张的干咳而使自己的表达大为逊色。抛弃所有矫揉造作的个人风格,这些只会让听众转移对你说话内容的注意力。

一个成功的直销员在直销中是极其注重口才技巧的,是否拥有“巧舌”,决定着直销的成败。成功的直销员在运用以上5种说话原则时,总是能够使语言表达恰当得体。一个优秀的直销员,会做到对于新人,不讲旧话;对于旧人,不言新语;对于浅人,不讲深言;对于深人,不谈浅论;对于俗人,不讲雅事;对于雅人,不说俗情。他们所讲的话,都不是自己要说的话,而是对方心里要说的话,对方要说的话。说话的目的,不在炫耀自己的长处,而在带动对方的热情。

首先,如何称呼顾客就有大学问。称呼要恰当,才能使对方有亲切感。称呼顾客随便一些还是慎重一些,要根据直销场合的不同而区别对待。如果是在办公室谈生意,称呼对方“张局长”、“李经理”就显得比较正严肃式,而若是到顾客家中做直销,则可根据对方的年龄、性别等称呼对方“赵大哥”、“王大妈”等等,一下子就会拉近双方的距离。反之,要是不顾具体情况,就连在办公室也亲热地“赵大哥”、“王大妈”叫个不停,恐怕就要让人怀疑你的智商了。



如果不懂人情世故,讲话无所忌讳,就会自讨没趣。有一位日用化工厂的直销员,看了影片《人到中年》后,考虑到中年知识分子应当受到关爱和照顾,便领了任务,到一个研究所里去直销“染发”、“防皱”功能的美容化妆品。遗憾的是他并没有获得成功,究其原因就是他的言语引起了人们的反感。他是这样说的:“在座的有不少知识分子,大家都知道人到中年嘛,如俗话说,‘人过四十天过午’,头上的白发自然一天比一天增多,脸上的皱纹一天比一天粗重,人就一步步向老年迈进,今天我给大家带来了几种美容商品,虽无返老还童之功,但总可帮助大家遮遮丑……”

顾客心里越听越不是滋味,讪笑着站起来说:“算了吧?人越老学问越多,也许越懂礼貌,我们还是听任白发和皱纹自然地增多吧,说完,客气地将他请了出去。可见,不会说话,不但得罪了顾客,也失去了赚钱的机会。

口才出色的直销员会根据顾客的不同情况,有针对性地运用不同的直销语言。事实上,不同顾客具有不同的个性和不同的购买动机,因而直销员的语言就要随时调整,或通俗易懂,或精辟深入,体现出不同的风格。那种不分对象、千篇一律的套话,最容易引起顾客的反感。高雅不凡的谈吐举止可以吸引顾客,产生让顾客倾倒的魅力。谈吐不凡,指的不仅仅是思想深刻,同时也是举止态度大方端庄,没有不雅的举止出现。如坐要端正,应避免歪斜在座位上或翘起“二郎腿”;站要稳定,应避免背手,两脚不停地来回颤动;听要认真,应避免东张西望、抓耳挠腮或不住地看表等。

就谈吐来看,直销人员通常要做到:保持语言的准确性,不要使用含糊不清的说法;要注意语言的规范化;要使用礼貌用语,讲究语言美,不讲粗话。

另外,在与顾客谈话时,要避免下列几种容易犯的毛病:不停地眨眼睛,挠鼻子,挖鼻孔,眉梢上扬,折手指发出声响,咬嘴唇,舔嘴唇,嘶嘶作声,慌慌张张等。

口才是一种内在修养的表现,也反映着一个人的个人素质。学会说话实际上就是要提高自己的整体素质,提升自己的内在修养。有这样一句歇后语:茶壶里煮饺子——肚里有倒不出。就是说,有些人虽然内在修养很好,但是不会说话,不会表达,就会影响到他的发展,就会失去直销自己的机会。所以,在提高内在修养的基础上,要经常历练与人交谈,多练习就会练出一副铁嘴银牙,巧舌如簧,面对各种人才会应对自如。而会说话就会直销自己,也就会直销所有的东西。

第三节 直销语言要浅显易懂

话是说给人听的,自然就要让人听懂,还得让人喜欢听。这就不能不考虑该