



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

业务员

口才技巧全书

一流业务员获得成功的金钥匙

许召元/编著

YIEWUYUAN
KOUCAIQIAOQUANSHU

■口才的好坏是评定一个业务员合格与否的标准。本书从实际出发,教你如何运用绝妙的口才和具有说服力的语言、如何让自身和产品在客户心中留下美好的印象、如何和客户建立良好的关系,帮助你进入一流业务员的行列。

手把手教你
成为
业务高手



远方出版社





实 用 · 全 面 · 权 威 · 最 新 · 现 看 · 现 用

上架建议: 经营·管理

ISBN 978-7-80723-363-3



9 787807 233633 >

定价: 560.00元(全20册)
本册定价: 28.00元

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

业务员

口才技巧全书

一流业务员获得成功的金钥匙

许召元/编著

YIEWUYUAN
KOUCAIQIAOQUANSHU

■口才的好坏是评定一个业务员合格与否的标准。本书从实际出发,教你如何运用绝妙的口才和具有说服力的语言、如何让自身和产品在客户心中留下美好的印象、如何和客户建立良好的关系,帮助你进入一流业务员的行列。



远方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

业务员口才技巧全书 / 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. 业… 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 180970 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)



业务员，是一项崇高的职业。每天，世界各地都有数不清的业务员在辛勤工作，为客户提供服务，为企业创造财富。

有很多著名的企业家甚至是政治家都是从业务员起步迈向他们的成功之路。李嘉诚从16岁开始当业务员；比尔·盖茨从21岁开始当业务员；日本的“经营之神”松下幸之助当初也是从业务员做起的；台湾首富王永庆、蔡万霖都是从业务员干起的；现任香港特别行政区特首曾荫权也是从业务员做起的。他们都曾坦言，业务员的工作经历使他们得到了极大地锻炼，他们不仅从中学习到如何与顾客打交道，如何推销产品等企业经营的最基本也是最关键的问题，更重要的是他们学会了如何面对挫折和困难并拥有了永不气馁的精神。

任何一个企业都需要在终端市场推广业务的人员。业务员对于企业的发展起着至关重要的作用，业务员为企业创造的经济效益是无法估量的。业务员工作既能体现一个人的综合的能力又能培养一个人的智商和情商，业务员工作富有挑战性，可以使人不断向未知领域冲击。

也许你想成为一名优秀甚至是顶尖的业务员，大显身手。毫无疑问，这是正确的选择，但是，必须清楚，优秀业务员必须有出众的口才。

口才对于业务员好比是钢琴之于钢琴家，毛笔之于书法家。没有绝佳的口才，业务员无法展示产品的魅力，无法留住顾客的脚步，甚至无法在竞争激烈的市场上立足。是否拥有傲人的口才是业务员能否成功的关键。那么业务员应该如何提高自己的口才水平呢？本书将是你提高口才技巧的最佳选择。



本书涵盖了整个营销流程所需的所有口才技巧，比如业务员与顾客沟通的口才技巧，业务员与客户谈判的口才技巧，业务员拜访顾客的技巧等等。内容详细而丰富，推销实例更是经过反复斟酌，极具代表性和借鉴性。相信本书能够帮助业务员朋友走向辉煌，早日实现人生梦想！限于水平，不足之处难免，敬请读者朋友们批评指正。



第一章 顶级的口才来自积极的态度

第一节	强烈的成交欲望	2
第二节	不说负面的话语	3
第三节	说服自己一定会成交	6
第四节	学会调整自己的情绪	8
第五节	让顾客感受到你的热情	10
第六节	展现你的个人魅力	13
第七节	成功源于持续不断的努力	15
第八节	用乐观积极的心态去感动客户	17
第九节	没有什么是不可能的	19
第十节	业务员有五张脸谱	20

第二章 业务员促进交易的口才技巧

第一节	接近顾客的口才技巧	26
第二节	尽量多用肯定的语气	31
第三节	抓住要害,一语击中	32
第四节	多问“为什么”	33
第五节	适时沉默就是金	35
第六节	记住顾客的名字是成功的法宝之一	37
第七节	不要重复对方的批评	39
第八节	把握成交与冷却的时机	40
第九节	细节问题决定交易成败	45



第十节	如何刺激消费者的购买欲望	47
-----	--------------------	----

第三章 产品介绍时的口才技巧

第一节	让自己成为产品专家	54
第二节	业务员介绍产品的口才技巧	56
第三节	关于产品介绍的 AIDA 理论	59
第四节	介绍产品时多为顾客着想	61
第五节	尽可能地让客户亲身感受产品	64
第六节	业务员要避免“祸从口出”	65
第七节	对顾客提问的口才技巧	67
第八节	不要阻止客户说出拒绝的理由	69
第九节	利用具体利益向客户介绍产品	73
第十节	巧妙选择推销时机	75

第四章 让客户说出需求的口才技巧

第一节	了解顾客的真实需求	82
第二节	各方提示激起顾客的需要	87
第三节	巧妙试探成交意愿	88
第四节	换一个角度看问题	89
第五节	发掘顾客不自知的需求	91
第六节	怎样引导顾客说出自己的需求	95
第七节	及时捕捉顾客的反应	98
第八节	认真倾听顾客的话	99
第九节	如何打动顾客的心	102

第五章 应对客户不同要求的口才技巧

第一节	处理顾客的批评技巧	106
第二节	让顾客成为主角	107
第三节	满足顾客的“合理”要求	109
第四节	要学会对喜欢恭维的客户拍马屁	110
第五节	知己知彼,百战百胜	111

第六节	让顾客感到他很重要	113
第七节	千万不能与顾客争论	115
第八节	积极回应顾客的抱怨	117
第九节	如何对待顾客的异议	119
第十节	研究不同顾客的心理	125

第六章 给客户设计构想的口才技巧

第一节	给顾客一个购买的理由	130
第二节	分析顾客的购买心理	134
第三节	给客户一个美好的未来	136
第四节	怎样美言你的产品	137
第五节	帮助顾客克服警戒心	138
第六节	诱导式的发问	142
第七节	不着痕迹的成交技巧	144
第八节	让顾客产生不买就会后悔的心理	152
第九节	抓住销售的关键	153

第七章 消除客户犹豫心理的口才技巧

第一节	巧妙地给顾客巧施压力	156
第二节	抓住买方的心理	157
第三节	消除顾客怕受骗上当的心理	161
第四节	以“情”和“理”感动顾客	162
第五节	巧妙利用“双簧”的效果	167
第六节	帮助准顾客消除心理障碍	168

第八章 向客户大胆表述的口才技巧

第一节	巧妙利用“名人效应”	176
第二节	胆大得体的口才技巧	179
第三节	与自称专家的顾客打交道	182
第四节	破釜沉舟成交技巧	183
第五节	声东击西成交技巧	185



第六节	业务员需摆脱自身恐惧	186
第七节	敢于说出自己产品的缺点	189
第八节	“精彩的欺骗”	190
第九节	对“不”不要轻言放弃	192
第十节	学会与顾客建立友谊	194

第九章 发掘客户的口才技巧

第一节	扩大自己的交际圈	202
第二节	学会与陌生人交往	205
第三节	再次访问曾经拒绝你的顾客	208
第四节	拥有自己的人际网	209
第五节	业务员要具有长远的眼光	210
第六节	多些人情味,少点商业化	211
第七节	与顾客建立良好的关系	212
第八节	如何寻找和发掘潜在客户	214
第九节	如何认定潜在客户	219
第十节	开拓新客户的方法	220

第十章 巧妙应付客户拖延的口才技巧

第一节	应付顾客对价格的抱怨技巧	224
第二节	适时刺激顾客的兴趣	227
第三节	适当使用激烈的行为	228
第四节	以退为进,敦促对方采取行动	229
第五节	业务员怎样克服推销战役中的低潮	231
第六节	面对顾客“改天再来”的处理技巧	232
第七节	使用用连续性肯定的发问方法	233
第八节	怎样避免顾客的推脱	235

第十一章 面对不同客户的口才技巧

第一节	首先要学会拉近与客户的距离	238
第二节	表演的技巧	239

第三节	如何面对顾客的逆反心理	242
第四节	如何面对撒谎的顾客	244
第五节	如何面对心怀不满的顾客	246
第六节	如何面对少言寡语的顾客	248
第七节	掌握男女消费者的购买动机	250
第八节	在拓展新客户的同时,要避免老客户的流失	252
第九节	善于应对不同性格与不同类型的顾客	254

第十二章 业务员谈判的口才技巧

第一节	销售谈判开场白的技巧	262
第二节	如何利用电话进行谈判开场	264
第三节	讨价还价的技巧	266
第四节	谈判过程中的禁忌	269
第五节	如何与客户进行商务洽谈	272
第六节	恰到好处地坦诚技巧	274
第七节	做出最后的让步	277
第八节	坦诚,谈判中的润滑剂	280
第九节	说服他人的技巧	282
第十节	学会创造良好的谈判氛围	283

第十三章 与客户建立良好关系的口才技巧

第一节	时刻关心你的顾客	288
第二节	客户是业务员成功的网络	289
第三节	处理好与老客户的关系	290
第四节	良好的售后服务是抓住顾客的关键	296
第五节	建立良好的顾客关系	300
第六节	真诚地与顾客进行交流	301
第七节	如何使自己受到顾客的欢迎	302
第八节	学会从小事做起	304
第九节	让顾客感受到你的重视	307
第十节	推销是一项伟大的事业	308

YEW6Y6AANKU6CAIPIQIACQ6AASF6

第一章

顶级的口才来自积极的态度





第一节 强烈的成交欲望

欲望是成功的动力。强烈的欲望能使人施展出所有的力量,实现自我超越,比做得好还重要。

有一位年轻人,想向大哲学家苏格拉底求学。有一天,苏格拉底把他带到一条河边,突然,苏格拉底跳到河里去了。年轻人感到很迷茫:难道大师想要教我游泳?看到大师在向自己招手,年轻人也迷迷糊糊跳进河里。不料,当他一跳下来,苏格拉底立即用力将他的脑袋按进水里。年轻人拼命挣扎,刚一出水面,苏格拉底却用更大的力将他的脑袋又按进水里。年轻人拼命挣扎,每次只要出水面,还来不及喘气,没想到苏格拉底第三次死死地将他的脑袋按进水里……最后年轻人本能地用尽全身力气再次拼命挣扎出来,他本能地用尽全力往岸上跑,爬上岸,他不解地喘着气指着还在水里的苏格拉底说:“大、大师,您到底想干什么?”没想到苏格拉底不理他,爬上岸像什么事都没发生一样走了。年轻人追上苏格拉底,虔诚地说:“大师,原谅我的愚昧,刚才的一切我还未明白,请指点一二。”此时苏格拉底似乎觉得年轻人并不愚钝,于是,停下来,对他讲了一句著名的话:“年轻人,如果你想向我学知识的话,你就一定要有有强烈的求知欲望,就像在水里你有强烈的求生欲望一样。”

有专家指出,心理学上有一个叫“期望强度”的概念,就是说一个人在实现自己期望达成的预定目标过程中,面对各种付出与困难所能承受的心理限度,或者叫做欲望的牢固程度。正像苏格拉底对年轻人的启示一样,追求成功也是一样,必须要有强烈的成功欲望,就像我们有强烈的求生欲望一样。

倘若一个人的期望强度太弱,将没有办法面对残酷的现实或自身的缺点的挑战而半途而废。只有那些一定要成功的人,他们有非常牢固的期望强度,因此能排除万难,坚持到底,永不放弃,直到成功。

成功学界流行一个很有名的观点:成功来源于你是想要,还是一定要。倘若仅仅是想要,也许我们什么都得不到;但是如果是一定要,那就肯定有方法可以得到。成功来源于我一定要!

其实,胜利与失败之间的差距不如人们想像的那么大,有时仅仅是一念之差而已。欲望让人全速前进而无后顾之忧,欲望能够使一个人的力量发挥到极致,从而可排除一切障碍。凡是能排除所有障碍的个人或团队,经常屡建奇功。当我们尽力施展一切时,我们一定会扫除前进道路上的所有障碍,从而取得成功。成

功者都有非常强烈的获得成功的意愿、决心与欲望,并全力以赴。我们可以成为获胜者,只要我们拥有获胜的欲望,我们就一定可以成功,这适用于任何人。

不论结果如何,只要我们拥有成功的欲望并全力以赴了,我们就能带来个人的满足。假如每个到达终点的人都有奖品,大部分赛跑者都不会相信他们会赢,然而每一位跑完全程的人都是胜利者,因为认真完成一件事的真正报酬就是把它做出来。没有任何一件事比尽力而为更能满足自己,也只有在这个时候你才能发挥最好的能力。一位世界冠军曾说:“尽你最大努力做这件事,比你做得好更重要。”

不知道自己能不能做而执意去做,常常会让一个人能完成他几乎不可能完成的事情。有一位刚刚从事直销事业的业务员,他几乎没有任何的直销经验,但幸运的是,他努力好学,不懂就问,并且热心工作,最终半年下来,他的销售业绩最好。初生牛犊不怕虎!这就是许多新业务员比老业务员业绩好的原因。在我们身上发生了什么并不重要,只要决心伴随着我们,就会有积极的反应,就会大大增加你成功的可能,帮助你获得生命中渴望的许多事物。

第二节 不说负面的话语

心态决定一切,心态始于内心又止于内心。心态对人的命运起到非常关键的作用。所谓心态是指销售人员将其谈吐、气势成功地充分表现在与顾客互动的过程中。销售人员不仅要掌握高超的推销技巧,还要具备一定的心理学知识。据研究,销售人员80%的成功取决于是否具有坚强的心理态度。

不同的人解释世界的方式并不相同。对于不同的销售人员而言,也存在着对顾客不同的预期、想法。而在心理学上,人类的心理所创造出的结果,很大程度上影响着外在世界的变化。将此道理运用到销售之中,销售人员则可以很好地调整自己的心态,成功地进行销售。心态有两种:①正面积极的态度;②负面消极的态度。在拜访顾客之前,销售人员首先需要树立正面积极的态度,清楚地相信顾客一定会购买,而且顾客一定会购买很多。持续地告诉自己,顾客会购买很多东西,自我暗示最终会变为现实。

心想事成是心理学中的一个最基本的技巧,销售人员只有将其运用到具体的销售工作中,才能真正不断地取得成功。具体来讲,每次拜访顾客之前,销售人员应该告诉自己,顾客一定会签订单,这种潜意识的思想往往会导致目标的真正实现。在推销之前,心理态度已经决定了销售的成功与否。



右臂：“你工作很勤奋，又很会买东西，所以凡是咱们买得起的这些值钱的家当我都很喜欢。”

左臂：“可是你随随便便说我对这些家当不在意、不喜欢，当时我真的觉得很尴尬。”

右臂：“你为人是很乐观的，给咱们的生活带来了许多美好的东西，我都非常喜欢。”

左臂：“可是，当着朋友的面，总是说我匆忙中没有整理房间的事情，显得我总是邋里邋遢的，这可不是事实。”

右臂：“我喜欢夸奖你，因为你的确应当受到夸奖，我也是一样呀，我希望你在朋友们面前夸奖我，亲爱的。”

感觉如何？不愉快的事情，消极的东西，被积极的肯定的东西冲散了，不仅告诉了他你的不满，而且帮他承担起他应负的一半责任，让他不再对你指责挑剔、唠唠叨叨、抱怨不满。使对方在心理上接受是非常重要的，让肯定的话所占比例大大高于否定的话，按这种“积极的游泳”办法去做，就不会损害与关心你的那个人之间的感情，你那种消极的情绪也就因得到沟通而消失了。当你学会了用积极乐观的心态面对人生的时候，回过头来再看看这些话：

“为什么你总也不能……”

“你把这件事搞得乱七八糟还觉得对吗？”

“像你现在这种速度，你不可能……”

“你怎么费了那么多时间？”

“你要是不能干得好些，我就看不起你。”

“我担心你要把这件事搞糟了。”

“像你现在这样瞎凑合，永远也干不好！”

似曾相识，要注意这些消极否定的话，它们会伤害别人的感情、自尊心和主动性，打击别人的情绪，让人不肯提供帮助。要成为成功者，要培养自己每天多说积极肯定的话，不要再拒绝别人为你出力，就算给你一点点帮助也是有益的。别说那些让别人泄气的话，对别人充分加以肯定，人们就会喜爱你、支持你、关心你和帮助你。经常照照镜子，端正一下自己的行为，告诉自己我要做到这点，我能做到。

一个拥有积极心态的人，也是一个对成功有强烈欲望或需求的人。心态实际上就是信念——相信你自己，相信你具有成功的能力。事实表明，只有先让自己相信才能够让别人相信。

托马斯·爱迪生在发明电灯泡的实验过程中，虽然竭尽全力，但灯丝总是过不了几秒就烧断了。在他失败后上百次试验，有人问他：“失败了这么多次，为什

么还会继续坚持试验?”爱迪生回答说:“我并不认为我失败了上百次,实际上,我认为我已经成功地发现了上百条行不通的道路。”又经过了上百次的试验,爱迪生最终成功地发明了能持续燃烧数个月的灯丝。因为他的坚持,他的积极的心态,他对成功的渴望,他才能获得如此令人赞叹的成功!

失败者和成功者之间最大的区别就是心态的不同。

失败者的心态是:我永远都不行,现在不行,将来还是不行。然而成功者的心态则是:我过去行。现在行,将来依然行!

有一个销售经理和一个名叫平的业务员出现了一点小磨擦。平非常有能力,他在过去的日子里证明了自己的才能,是个很讨人喜欢的小伙子,但是在最近的几个月里,他却一直走下坡路。

这个销售经理用尽一切办法想把他拉起来,并认真研究了她的推销工作,对他进行鼓励,直到他听烦了。然而这些都没奏效,最后,销售经理不得不对他下了最后通牒,给他定下了一个最后目标:“在十个客户中,至少要做成三笔交易,否则就要被开除。”他不想被开除,销售经理其实也不想让他走——因为他很讨人喜欢。

销售经理给了他一下午的时间,对他说:“平,今天下午我放你假,你可以回家了。回到家之后,不要做平时要做的事,到花园里去,放松一下然后一遍遍对自己说:‘我明天就能做成一笔买卖,我明天……’洗澡和吃晚饭的时候,还是一遍遍对自己说:‘我明天一定能做成一笔买卖,我……’不要看电视,多散一会儿步,不断地重复这句话,一直到脑子里一片空白。”

“早点上床休息,不要看书,也不要数数,一遍遍对自己说:‘我明天就能做成一笔买卖……’不断地说,直到你睡着——一定要带着感情说,有信心地说。”一开始,他怀疑这样做是否会有效,当他第一次谈业务时,他的客户依然带有几分消极和拒绝的态度。平一点也不感到奇怪——他的疑虑得到了证实,这方法看来并不见效。

然而,接着发生了一种奇怪的现象,虽然这个客户仍然持消极态度,但他露出了一些积极的姿态和想购买的欲望。平的潜意识被调动起来了,好像有人击了他一下,他下意识地对自己说:“坚持一下,或许你今天就能做成一笔买卖。”他两个月以来第一次开始寻找和倾听积极的回应。不用怀疑,他做成了这笔生意,达到了他的目的。现在,他又成为一名优秀的业务员了。

如果你和客户打交道时没有一种积极的心态,在客户面前你就会变成一个木头人。积极的心态可以创造执著、激情和成功。同时,需要每个销售人员都了解并做到的是:你还应该有自信坚定的品质。在积极的心态下而又充满信心,你才能战无不胜,成功超群。业务员与运动员一样,也应毫不气馁地工作,一个人的思



想对他的行动有非常大影响。

永远不要对自己失去信心,就算真的没成功,也不要失望,因为这也在情理之中。自信,对于一个来务员的成功是非常重要的。当你和客户会谈时,言谈举止如果能表露出充分的自信,就会赢得客户的信任,客户信任了你才会信任你对产品的介绍,才会心甘情愿地购买。自信,才能使别人产生信任,而信任,则是客户购买你的产品的关键因素。

那么,应该怎样保持自信呢?这就要看你的自信心是不是坚强了。你一定要沉住气,千万不要流露出一不满的言行。要明白,客户一旦发现你信心不足甚至丑态百出,那么他对你的商品就不会有什么好感了。即便他还是认为你的商品质地优良,很合他的需要,他也会得寸进尺;见你急于出手你的商品,他便会乘虚而入,使劲压价,这就是由于你失去了自信。

总之,自信的业务员面对失败仍然会面带微笑:“没关系,下次再来。”他们在失败面前依然会感觉很轻松,因而能够客观地反省失败的推销过程,找出失败的真正原因,为重新赢得客户的购买而创造机会。保持自信,不说负面的话语是一个业务员成功的关键。

第三节 说服自己一定会成交

要想说服顾客首先必须说服自己。对于业务员来说,成交的关键之一就是强烈的成交欲望。你必须将成交视为第二生命,并且在心灵深处理下这颗种子。有一位王牌业务员就说:“我对销售有无比的热情,交易成功所带来的满足感,简直就是我的生命之泉。”这位王牌业务员早已名利双收,但成交对他还是具有无比的吸引力;对他来说,成交始终是世界上最具吸引力的挑战。

说服自己“一定会成交”。先有能力掌握自己,才能够说服顾客成交。但是,多数人最难解的课题正是“自己”。难怪苏格兰诗人罗伯特·彭斯要向上帝祈求:“请神赐我能力,让我认识自己。”

其实掌握自己的最佳方法非常简单,只有四个字——正面思考。这种理论存在很久了,因为这是正确的。最近的医学研究显示,部分癌症患者“想象自己会痊愈”,竟然因此脱离了病魔的控制!著名球星吉姆·纽曼的教练曾对纽曼说:“这些困难不困难呢?答案在于意志——意志是成功之钥,成功与否,存乎一心!”

纽曼后来成为汉弥尔顿公司的副总裁。他说:“当时我相信教练的话,现在更深信不疑。”美国衣阿华州因边疆五年欠收,经济萧条,市民的购买力大幅下降。