

销售要会说，更要会听

超值金版

29.00

如何说 客户才会听 怎么听 客户才会说

大全集

陈荣赋 尹培培◎编著



买卖不成话不到，话语一到卖三肖。想成为出色的销售人员，就应掌握听与说的技巧。只要会说与会听，客户就能感受到你的魅力，并乐于购买你的产品、接受你的服务。



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

销售要会说

如何说 客户才会听 怎么听 客户才会说

大全集

陈荣赋 尹培培◎编著

买卖不成话不到，话语一到卖三俏。想成为出色的销售人员，就应掌握听与说的技巧。只要会说与会听，客户就能感受到你的魅力，并乐于购买你的产品、接受你的服务。



立信会计出版社
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

如何说客户才会听怎么听客户才会说大全集 / 陈荣
赋, 尹培培编著. —上海: 立信会计出版社, 2011.5

(超值金版)

ISBN 978-7-5429-2838-2

I. ①如… II. ①陈… ②尹… III. ①企业管理: 销
售管理 IV. ①F274

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第047188号

策划编辑 蔡伟莉

责任编辑 蔡伟莉

封面设计 久品轩

如何说客户才会听怎么听客户才会说大全集

出版发行 立信会计出版社

地 址 上海市中山西路2230号 邮政编码 200235

电 话 (021) 64411389 传 真 (021) 64411325

网 址 www.lixinaph.com 电子邮箱 lxaph@sh163.net

网上书店 www.shlx.net 电 话 (021) 64411071

经 销 各地新华书店

印 刷 廊坊市华北石油华星印务有限公司

开 本 787毫米×1092毫米 1/16

印 张 23.5

字 数 415千字

版 次 2011年5月第1版

印 次 2011年5月第1次

印 数 1-12000

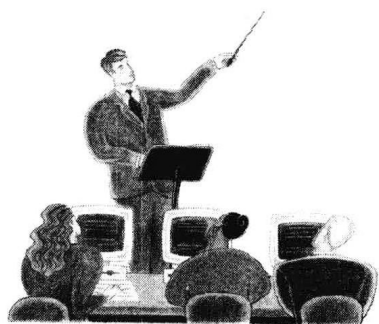
书 号 ISBN 978-7-5429-2838-2/F

定 价 29.00元

如有印订差错, 请与本社联系调换

推销并不只是把产品和服务售卖给客户那么简单，它背后的旨意也并非只是获得佣金那么浅显。推销意味着全面革新自我、不断挑战着生命的极限，它为所有进取的人提供了这样一种机会：只要你不断付出，你就能够走向成功，而这种成功没有上限，你的心有多大，你的舞台便会有多大，如果你确实进取有道，你或许可以成为百万富翁、千万富翁。

本书从说与听两个方面告诉你如何成为一名优秀的推销员。本书还从实用性出发，针对销售工作中最常见的口才问题，结合实际案例，为刚进入销售行业和正在从事销售工作的朋友提供了切实可行的提高方法，希望可以帮助你提高说话和听话的水平，进而提高销售业绩，成为一名优秀的销售人员。



成功的销售员不仅要会说，还要会听。

只有精通听与说的技巧，业绩才会不断提升。

前 言

在如今竞争激烈的市场中，如果一个销售员拥有能言善辩、幽默机智等“会说话”的能力，通常能收到事半功倍的效果，获得意想不到的成功。但是，一个销售员仅仅拥有能说会道的“口才”是不够的，要成为一个顶尖的销售员还要具备另一种能力，那就是倾听。

在销售圈中，只要有人的地方，就需要交流，就需要对话，就需要高超的讲话能力和卓越的口才。“口才、金钱、电脑”是最有力气的三大法宝。口才独冠“三宝”之首，可见其作用和价值非同小可。古有使楚的晏子，口才不凡，挣回颜面；苏秦以雄辩之才挂起六国相印；张仪四处游说，建功立业；诸葛亮联吴抗曹，舌战群儒……到了近现代，也出了梁启超、孙中山、鲁迅、毛泽东、周恩来、闻一多等诸多能言善讲的口才巨擘。

周恩来总理在万隆会议上慷慨陈词，掷地有声地讲出了中国人自己的声音，口才的威力让中国人昂首挺胸、扬眉吐气；国务委员吴仪在中国加入世贸组织的谈判桌前，妙语连珠、语出惊人，口才体现了“说得出的能力，做得到的成就”。

雄辩是银，倾听是金。销售员通过听要比通过说能做成更多的交易。一个成功的销售员不仅要会说，还要会听。销售员只有掌握了说话和倾听的技巧，业绩才会不断提高。

原一平曾经露宿公园，三餐不济，只能通过一场美梦来体验吃到午饭的感觉——因为推销，他成为日本寿险业声名显赫的人物，到43岁后连续保持15年全国推销冠军，连续17年推销额达百万美元，从而衣食无忧，财富滚滚而来。

乔·吉拉德出生于美国底特律的一个贫民窟，他患有严重口吃，35岁之前，他的人生简直是一败涂地——因为推销，他从1963—1977年间，共卖出了13 000辆汽车，成为世界上最伟大的推销员。1978年，他急流勇退，居住在底特律市郊东边的葛洛斯角高级住宅区，与世界汽车工业先驱亨利·福特继承人福特二世毗邻而居。

推销并不只是把产品和服务售卖给客户那么简单，它背后的旨意也并非只是



获得佣金那么浅显。推销意味着全面革新自我、不断挑战着生命的极限，它为所有进取的人提供了这样一种机会：只要你不断付出，你就能够获得成功，而这种成功没有上限，你的心有多大，你的舞台便有多大，如果你确实进取有道，甚至你可以成为百万富翁、千万富翁。

本书从两个方面来告诉你如何成为一名优秀的推销员，分别从如何说、如何听两个方面来阐述。本书还从实用性出发，针对销售工作中最常见的口才问题，结合实际案例，为刚进入销售行业和正在从事销售工作的朋友提供了切实可行的提高方法，希望可以帮助你提高说话和听话的水平，进而提高销售业绩，成为一名优秀的销售人员。



目 录

上篇 如何说客户才会听——用口才征服客户

第 1 章 成功推销始于自我,要说服客户先说服自己

- 成功的推销首先要有积极的心态 2
- 锲而不舍,不因一次失败就中断推销 3
- 确立目标,坚持到底,直到成功 4
- 诚实是开启客户心扉的一把金钥匙 5
- 对销售的产品要有信心 8
- 热情是获利的法宝 9

第 2 章 客户通常迷信专家的话,先做专家再做销售

- 客户都有相信权威、专家或行家的心理 12
- 专家式的销售人员受客户喜爱 14
- 扮演好专家的角色 16
- 成为产品专家 17
- 用权威的数字来说话 18
- 多谈产品的价值,尽量少谈产品的价格 21
- 通过专业性的话语来吸引客户 22
- 专业化演示产品可给客户带来利益 23
- 以专家的眼光来介绍产品 24

第 3 章 知己知彼,猜透“上帝”的心思好说话

- 及时搜集客户的信息 26
- 敏锐地判断对方是否是潜在客户 28



	对客户了解，要像了解老朋友一样	29
	满足客户的自尊需要，然后得到与之相关的生意	30
	先了解客户再去“攻城”	31
	让客户感到你的关心	32
	猜透客户对稀少的东西想占有的心理	33
	猜透客户的贪便宜心理	36
	猜透客户的从众心理	38
	适时试探客户的购买意图	41
第4章	精彩开场，好的开场白是成功的一半	
	好的开场白是成功的一半	44
	设计好开场白	46
	开场白的常用方法	47
	坦承来意的开场白	49
	借助第三方开场	50
	借助权威完成开场白	51
	开场白要有创意	52
	精彩开场白八招搞定	54
第5章	心急吃不了热豆腐，循序渐进地与客户沟通	
	以拉家常的方式进行推销预热	59
	利用机智的语言拉近与客户的关系	61
	在说服的过程中恰当地运用停顿	62
	先赞同后发问，让客户说出他的真实想法	63
	有意识培养与客户交流的魅力	65
	以静制动，变被动为主动	67
第6章	捕捉客户的兴趣点，与客户达成共识	
	善于发现顾客的兴趣	69
	有意逢迎，从对方的成功经历谈起	71
	投其所好，打动客户	72
	建立亲和力，努力打动对方	75
	寻找共同话题来接近客户	76
	充分调动客户的想象力	77



借助一些细节暗示调动客户的兴趣	79
将客户的兴趣转化为购买欲望	80
第7章 激发客户的好奇心,唤起客户的注意力	
让你的客户对产品感到好奇	82
新品上市:引发顾客的好奇心	84
对客户有时要“穷追猛打”	85
用激将战术攻克特殊客户	86
运用激将法,使客户为“面子”成交	87
震惊接近法:“刺激”客户的好奇感	90
第8章 投石问路,连环发问打开客户话匣子	
以发问探寻客户的真正需要	92
能请教您一个问题吗?	94
请问您一直就是做这个的吗?	96
能否问一下.....	98
很多顾客都用这种产品,您觉得不好吗?	99
问题接近法:善于提出一个问题	100
问得越多,离成交越近	102
用提问接近陌生客户	103
站在客户的立场提问题	103
请问您是怎么做的?	104
请问您如何能够做得这样好?	105
您是要A还是要B?	107
“6+1”问题成交法	108
第9章 巧设圈套,不动声色牵着客户的鼻子走	
巧妙的语言诱导是征服客户的好办法	110
对客户进行反复的心理暗示	111
运用催眠术销售策略	113
多用积极的说服字眼	114
因势利导,引导顾客消费	115
切中客户的要害进行说服	116
以“小”藏“大”谈价格	117

引导客户说“是”	118
对客户说“不”，让客户乖乖听你的话	120
第 10 章 虚心说话客户洗耳恭听，谦虚向客户请教	
用谦虚的姿态向客户请教	123
请您帮我一个忙	124
放低自己，请教别人	126
向客户表达你的认同	127
客户都希望被尊重和肯定	128
真心请教客户，就会受益无穷	131
第 11 章 一句赞美胜过十万雄兵，多多赞美客户吧	
用赞美的话语去接近客户	133
赞美是挽回客户的良策	134
赞美的几点具体事项	135
赞美要建立在真实的基础上	136
赞美对方，让他感到自己很重要	137
戴高帽，让客户“无路可走”	138
常用的赞美客户的语言	140
真诚的赞美没有人会拒绝	141
借用他人的言辞赞美客户	143
恰到好处地赞美客户	144
赞美要把握分寸	145
第 12 章 幽默是销售成功的金钥匙	
幽默是消除顾客戒心的极好方法	148
幽默帮助你达成交易	150
用幽默引起客户的兴趣	151
幽默销售更易接近客户	152
语言表达幽默化	153
以幽默语言说服谈判对手	154
幽默不同于开玩笑，要适度	154
如何掌握销售中的幽默语言与技巧	156



第 13 章	微笑是最有魅力的语言,为你带来更多的客户	
	微笑带给你的价值	159
	积极乐观的微笑价值百万	160
	面带微笑地与客户交谈	163
	让你的微笑更自然、更动人	165
	微笑常在,生意主动来	167
第 14 章	凭借他人影响力,找个“第三者”为你说话	
	通过第三者介绍加强与客户的亲密度	170
	让老客户与“局外人”为你宣传	171
	让满意客户为你介绍新客户	172
	让客户群为你介绍潜在客户	174
	让客户成为你的兼职推销员	176
第 15 章	善用肢体语言,让客户不知不觉地听你的话	
	从客户的肢体语言判断他们的想法	179
	运用手势提升自己的人气和魅力	180
	模仿客户的肢体语言	181
	销售中不可或缺的肢体语言	183
	客户表示积极态度的肢体语言	184
第 16 章	客户不听可能只缺一个字,多说“我们”少说“我”	
	用言语唤起客户的关注	186
	把客户的错误揽到自己身上	188
	客户的利益是“我们”共同的利益	190
	“我代表客户”	191
	先交朋友,后做生意	192
	掌握逆反心理,获得客户的信任	194
第 17 章	站在客户的立场说话,学着用客户的说话方式说话	
	站在客户的立场说话,为客户多着想	196
	客户才是推销员真正的上司	197
	善于运用易于被客户接受的说法	198
	为客户着想,拉近彼此间的距离	199



	站在客户的立场考虑和说话	200
	站在双赢的角度向客户推销	201
第 18 章	这样说话,让客户的拒绝话无法说出口	
	从“不”到“是”	203
	让对方不停地说“是、是”	204
	先肯定顾客的眼光然后再找理由	206
	主动出击,引导全面成交	206
	不急着排除反对意见,让客户在你的肩膀上哭诉	208
	不轻易否决顾客的意见,不妨多说“是”	208
	学会附和对方	209
第 19 章	量体裁衣因地制宜,因人说话因景说话	
	对待十分难缠型客户,要以退为进	212
	对待忠厚老实型客户,要真诚以待	213
	对待专家型客户,要以守为攻	214
	对待自命不凡型客户,要显示自己的专业	215
	对待夸耀财富型客户,要满足其虚荣心	217
	对待精明严肃型客户,以推销自己为先	217
	对待沉默寡言型客户,忌施压催促	218
	对待吹毛求疵型客户,要付出耐心	219
第 20 章	逆鳞莫触,销售中不能踩的话术地雷	
	说了不该说的话	221
	妄自贬低对手	223
	用语不慎伤害对方	224
	不会掩饰自己的情绪	225
	不要急于求成	226
	东拉西扯没有重点	227
	心不在焉注意力不集中	228
	开场后直奔主题	229
第 21 章	绘声绘色讲故事,用故事将客户引入佳境	
	用讲故事的方法来介绍	232



为客户编一个属于“他”自己的故事	233
讲好故事的七大诀窍	234
用比喻来推销	236
用故事来渲染枯燥的谈话	238

下篇 怎么听客户才会说——靠倾听赢得客户

第 22 章 销售成功并非夸夸其谈,倾听可以四两拨千斤

用倾听打开你的销售之门	240
倾听是对别人的一种尊重	241
倾听的百万价值	242
会说的同时还要会听	243
倾听的九大原则	244
倾听有法可寻	246
多听少说的艺术	248

第 23 章 销售不是唱独角戏,要给客户说话的机会

尽量创造倾听的机会	250
少说多听:倾听是沟通的开始	251
某些时候,我们要学会闭嘴	252
倾听客户话语,尊重客户需求	254
不给别人说话的机会,永远拿不到订单	254
要把耳朵而不是嘴巴借给客户	256
不要把销售沟通变成一场独白	257

第 24 章 认真地倾听,认真倾听胜过一味地推销

学会倾听,做一名好听众	260
认真倾听,跟随客户的情绪	261
有效倾听:听见、听清和听懂	262
静静地倾听,敞开自己的心扉	264
倾听客户内心的想法,与客户进行心理沟通	265
倾听有效,与客户心灵相通	266
对客户的话要找到兴趣点	267



如何进行有效的倾听	268
“尼尔拉克姆模式”的倾听法	269
第 25 章 耐心地倾听,坚持到客户说完最后一句话	
面对烦躁不安的客户,聆听是个好办法	271
尊重客户,不随意打断他的话	273
即使你对客户的话不感兴趣,也要耐心听完	274
耐心地倾听,化干戈为玉帛	275
只要有耐心,再挑剔的客户也会被你折服	278
用心听对方说话,不要急于否定客户	280
友好地“反驳”顾客的意见	281
第 26 章 不要只听你想听的,重要的是要听客户想说的	
倾听顾客的心声	283
善于倾听客户的意见和建议	285
有时候眼见未必为虚,耳听未必不是实	287
不要只顾着自己的想法,倾听客户想说的	289
做个好听众,从倾听中了解客户的需要	290
及时领会客户的每一句话	292
站在对方的立场,倾听对方的需要	293
第 27 章 善听大于善辩,与客户争辩导致倾听功败垂成	
不要和顾客争吵	296
不与客户争辩,输赢不重要	298
善听比善辩更重要	299
微笑应对抱怨,切莫争辩	299
第 28 章 沉默是金,客户的语言在静静倾听中哗哗流淌	
沉默比夸夸其谈更有力量	302
多用耳朵,少用嘴巴	303
轻松诙谐的自嘲也是一种幽默	305
第 29 章 会倾听能让客户的抱怨烟消云散	
尊重客户,倾听抱怨,真心安慰	307

用心倾听可以平息客户的怒气	309
让客户高兴起来——巧妙处理客户异议	310
在客户的抱怨中让自己学会倾听	313
悉心处理客户的抱怨	315
倾听顾客的抱怨，让顾客转怒为喜	318
第 30 章 聆听弦外之音，听出客户话语背后的潜台词	
找出客户异议背后的真实意图	321
心有灵犀：用心体会话中味	322
细心聆听：知晓对方的弦外之音	324
交谈中能听出客户真实的想法	326
客户说“我想到别家再看看”怎么办	327
怎样应对“改天再来”的客户	328
第 31 章 听不等于不说，倾听中要运用的插话技巧	
倾听中说出自己的不懂	330
会倾听，让客户感到满足感	332
适当的时候说出自己的想法	333
使用一些语言技巧处理客户的异议	334
化解客户的拒绝，让他主动答应见面	335
第 32 章 小习惯引发大纒漏，丢掉倾听中的恶习	
重视客户的想法	337
专心听对方说话，不要三心二意	338
和客户交谈要听到最后，不要轻易下结论	340
在和客户交谈时，不耐烦的表情坚决不能出现	341
在没有理解对方的意思的情况下少发表看法	343
多多检讨，多多倾听	344
第 33 章 察言观色，在倾听中把握成交的契机	
从客户谈话中掌握有用的信息	346
在倾听时学会让客户跟着自己的思路走	347
察言观色，在倾听中找到成交的机会	349
倾听中抓住成交信息，获得成交主动权	350