

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

推销员

口才技巧全书

顶尖推销员口才训练手册

孙维茹/编著

TUIXIAOYUAN
KOUCAIQIAOQUANSHU

■本书以服务广大推销工作者为宗旨,在参阅大量国内外推销著作的基础上,从实用角度出发,全面系统地介绍了推销口才艺术,介绍了最富有成效的推销语言的修炼技巧,是一部非常值得阅读的推销专著。

助你练就
卓有成效的
推销口才

★★★★★



远方出版社

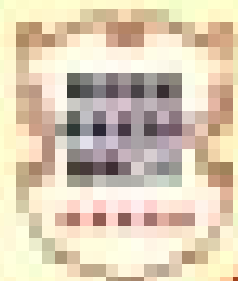
推销员

口袋书

国家推销员教材编委会

TUOXIAOYUAN
KOUKAIJIAOYUANSHU

国家推销员教材编委会
国家推销员教材编委会
国家推销员教材编委会



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

推销员

口才技巧全书

顶尖推销员口才训练手册

孙维茹/编著

TUIXIAOYUAN
KOUCAIQIAOQUANSHU

■本书以服务广大推销工作者为宗旨,在参阅大量国内外推销著作的基础上,从实用角度出发,全面系统地介绍了推销口才艺术,介绍了最富有成效的推销语言的修炼技巧,是一部非常值得阅读的推销专著。



远方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

推销员口才技巧全书 / 孙维茹 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. 推… II. 孙… III. 销售—口才学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 180966 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)



现在从事推销或与销售相关的人员是一个庞大的群体，据一项统计表明：这一群体的人数已接近 5000 万，也就是说在中国每 20 个人中就有一名销售人员，并且这个数字还在上升。随着推销员队伍的不断扩大，大家都希望找到推销成功的捷径。

在如今的市场经济条件下，推销员和以往的街头叫卖的小商贩截然不同，不能凭着漂亮的吆喝来招揽顾客。怎样让客户购买？良好的推销技巧是推销成功的条件，而口才无疑是推销技巧的核心。无数推销成功的事例告诉我们，成为一名优秀的推销员，除了必须具备高超的应变能力、敏锐的观察能力外，最主要还是要具备良好的语言表达能力。

销售人员是最需要掌握语言技巧的人，因为销售的过程是与客户谈判和谈心的过程。好的口才，可以更好地展示你的智慧与才华，体现你的风度与气质，加深彼此的好感，让客户在心悦诚服中同意你的建议和想法，接受你的产品和服务。拥有一个销售好口才，是每一个销售人员梦寐以求的，也是每个销售人员都在努力培养的一种技能。

如果你对自己的销售成绩不满意，对自己的口才表达存在困惑，那么读一读这本书吧。本书以服务广大推销工作者为宗旨，在参阅大量国内外推销著作的基础上，从实用角度出发，选取了最经典的，最富有成效的推销语言的修炼技巧，希望能够成为推销员们的良师益友。本书系统地介绍了推销口才艺术，



是一部非常值得阅读的推销专著。因为作品所限，疏漏之处在所难免，敬请读者朋友批评指正。



第一章 好口才才是成功推销的关键

第一节	会说话能打天下	2
第二节	好口才,好业绩	3
第三节	会说话容易取得信任	4
第四节	会说话才能实现有效沟通	6
第五节	好口才激发顾客的购买欲望	8
第六节	好口才能助推销员排除障碍	10
第七节	好口才与顾客建立和谐关系	11
第八节	好口才为你赢得客户	12

第二章 推销员成功销售的口才技巧

第一节	营造精彩的开场白	16
第二节	寻找顾客的“兴奋点”	17
第三节	掌握提问的艺术	19
第四节	善用幽默语言	24
第五节	要学会倾听	29
第六节	激发顾客的交谈兴趣	33
第七节	委婉含蓄打动人心	34
第八节	把握机会,随机应变	39
第九节	善用拒绝策略	42



第三章 推销要点在于攻心

第一节	把话说到顾客心里	46
第二节	说话要有分量	48
第三节	说话目的要明确	51
第四节	摸清顾客心理	52
第五节	站在对方角度说话	54
第六节	巧妙赞美客户	58
第七节	强调“货真价实”	65
第八节	看重顾客的疑虑	67

第四章 介绍产品时的口才技巧

第一节	要熟悉自己的产品	80
第二节	“反弹琵琶”的艺术	84
第三节	设置悬念吸引人	87
第四节	寻找最佳“切入点”	91
第五节	从顾客的立场出发	94
第六节	始终要面带微笑	98

第五章 和客户谈判的口才技巧

第一节	用语言营造轻松和谐的开局气氛	104
第二节	选择合适的话题	112
第三节	逐渐向中心议题靠拢	114
第四节	启发对方多说话	116
第五节	发现对方的“软肋”	118
第六节	掌握谈话的主动权	121
第七节	帮助对方分析利弊得失	123
第八节	五种自圆法	130
第九节	把握恰当的“火候”签约	138

第六章 电话推销的口才技巧

第一节	电话预约客户的语言技巧	144
第二节	电话推销的语言技巧	150
第三节	电话销售的九种开场白	155
第四节	让顾客“看”到你的热情	158
第五节	巧妙回答客户提问	161
第六节	说服犹豫不决的客户	164
第七节	对老客户销售的口才技巧	165
第八节	利用电话开拓新客户的口才技巧	167
第九节	接听顾客电话的注意事项	170
第十节	攻破客户拒听电话	171

第七章 应对不同顾客的口才技巧

第一节	面对“话痨”型的顾客	176
第二节	寡言型顾客的应对策略	177
第三节	面对愤怒顾客的应对策略	180
第四节	如何应付顾客的吹毛求疵	181
第五节	疑虑重重顾客的应对策略	183
第六节	不同性别的顾客的应对策略	187
第七节	不同年龄顾客的应对策略	189
第八节	圆滑难缠顾客的应对策略	191
第九节	有效应对客户的借口	197

第八章 处理顾客抱怨的口才技巧

第一节	认真倾听顾客抱怨的内容	202
第二节	寻找顾客抱怨的原因	204
第三节	正确处理顾客的抱怨和不满	205
第四节	真诚向顾客道歉	207
第五节	向顾客做出解决问题的承诺	214
第六节	巧妙应对情绪激动的顾客	215



第七节 处理顾客异议的几种口才技巧	217
-------------------------	-----

第九章 催收货款的口才技巧

第一节 树立正确的收款心态	228
第二节 正确评价客户的欠款情况	230
第三节 对不同类型客户用不同技巧	233
第四节 学会应对客户拖延付款的情况	237
第五节 讨债的语言更要讲究	240

第十章 推销不同产品的口才技巧

第一节 推销家用电器口才技巧	246
第二节 推销药物口才技巧	247
第三节 推销建筑材料口才技巧	248
第四节 推销服务口才技巧	250
第五节 推销书籍口才技巧	252
第六节 推销汽车口才技巧	253
第七节 推销玩具口才技巧	254
第八节 推销办公设备口才技巧	255
第九节 推销保险口才技巧	256

第十一章 推销口才禁忌

第一节 开口说话一定要注意的几点	262
第二节 忌急于求成	269
第三节 说话要注意场合	272
第四节 嘴边千万留个“把门”的	274
第五节 不要说让财神不悦的话	275

第十二章 打造你的推销口才

第一节 多读多练,培养推销口才	280
第二节 克服说话紧张的方法	286

第三节	调整说话的节奏	288
第四节	树立美好的第一印象	289
第五节	培养独特的说话风格	293
第六节	练就得体的体态语	293
第七节	话语真诚才能打动人	301
第八节	说话必须具备的六大素质	308

PUBLISHED BY ANTHONY TRISTANO AND

第一章

好口才才是成功推销的关键





第一节 会说话能打天下

推销员每天都会面对形形色色的顾客,应付突奇百变的各种各样的事件,这些都要要求推销员必须有非常好的口才。

推销工作在很多情况下是要面对自己不了解所推销商品的对象、场所。缺乏推销口才,是很难进入工作环境的,纵使有极高的工作热情,也没有机会发挥,所谓“成功”怕只能是个梦。

一个初次推销的人,挎着个小包走进办公室进行推销。进门之后,他径直走到一张办公桌前小声地问:“你好先生,财会室在哪里?”

“在斜对门。”那位先生瞟了他一眼答道。

一会儿,斜对门的小娜进来了:“张主任,来了个推销验钞机的,要不要?”

“不要,这种小商贩不可靠。”

小娜走后,这挎包的推销员又走了进来,大概已经猜想到顾客不同意结果,忐忑不安地走到桌边,竟忘了称呼,喘喘地说道“要不要验钞机,买个吧。”他重复道。

“我们不需要,就这样吧。”那位主任头也不抬地说。这位推销员站了一会,没人理他,便悄悄地退出去了。

也许这个推销员是值得同情的,但“市场没人相信眼泪”,因为这个推销员缺乏良好的推销口才,他平淡的话语难以使人对他及他的商品产生兴趣,遭到拒绝是在情理之中的。

与之同时,要想得到别人的信任,使顾客对你的产品产生兴趣,达到成功推销的目的。不仅要使你的语言动人,并且要让你的口才产生诱人的魅力。不要以为只有风度和气质得到周围人的承认才可称之为魅力,口才的魅力也是一位推销员成功的必备。

口才的魅力,最关键的就在于能够说服顾客,使其购买自己的产品。在推销的过程中,只能通过短时间的接触和谈话来博得对方的好感。因此以自己的魅力征服顾客,达到自己的推销目的,推销员的口才起到了重要的作用。

S君和T君都是推销员。T君浑身上下透露着乡土气息,是个纯朴的人,他的这种气质使顾客对他消除了戒备之心而有种真实感,并且一看到他便想起童年的故乡,有种亲切感。虽然他的业绩也不错,但总是没有做成大生意,和S君相比,差了一大截。S君是个典型的城市青年,与T君的不同之处就是,他能与客户进

行广泛话题的谈话,这就是他能征服客户的口才魅力。

S君说:“经理,××女士说,要马上和我们签订合同了,请您去做最后的决定。”

“好呀,我这次倒要领教一下你的口才了。”经理对他说,之后便和S君一起来到××家。在顾客家中,使经理感到吃惊的是S君与主人正以飞碟射击为话题,谈论得热火朝天。经理与S君相处已经两年了,关于飞碟射击的话题议论,还是第一次看到他这么热情,他一直认为S君对飞碟射击不感兴趣。

事后,经理问他:“我怎么不知道你对飞碟射击那么感兴趣?”

“这可不是开玩笑,上次,我到他家时,看到枪架上挂着的枪神和刻着他名字的射击纪念杯,回来后便马上着手做准备。”总之,经过一夜的努力,S君准备好了这番话题。

这就是推销员成功的关键之一——自如地与顾客就各种话题进行交谈。

第二节 好口才,好业绩

口才是一个人智慧的反映,口才的好坏能影响一个人的事业成败、人际和睦、生活幸福和精神愉快,它已成为决定一个人生活优劣及事业成败的重要因素。

戴尔·卡耐基在谈及口才时曾强调说:“好口才是所有成功者的共同特点。”

无论在什么环境中,你都不可能避免与他人交往,所以你就不能不依靠说话来做交往的媒介。一个人的说话能力强,可以显示他的才干,从而得到他人的钦佩。

在第二次世界大战时,美国人曾把“舌头(口才)、原子弹和金钱”看作赖以生存和竞争的“三大战略武器”。现在,美国人仍然把“口才”看得比美元和电脑重要,将其作为“三大战略武器”之首,足见其作用和价值之大。

口才的作用和价值非常大,它是推销事业成功的基石,决定着推销事业的成败。为什么这样说呢?因为推销是利用人与人之间的关系才建立起来的事业,因此社交往来是必不可少的,而与人交往时的表达能力就显得格外重要。

推销员的口才技巧,是成功与客户达成交易的工具,是贯穿整个推销过程的润滑剂。换句话说,推销员只有认识到口才技巧的重要性,培养好的口才,才能使推销工作顺利进行并取得成功。

试想,没有好的口才,怎么说服别人购买你的产品?

没有好的口才,如何说服别人加入推销事业?



没有好的口才,怎么能够把经验教训成功地传递给团队中的每一个人?

没有好的口才,如何说服团队中的每一个人去努力开拓市场?

世界级的推销大师金克拉曾说:“口才的确很重要,它可以使事情改变,可以使客户自己说服自己。”

成功的推销员绝大多数都是凭借自己优秀的口才才取得成功的,所以要想成为一名优秀的推销员,必须先具备良好的口才。

在整个推销活动中,从接近客户到解除疑虑,直至最后与客户成交,都离不开口才。几乎所有方法的实施,都要运用语言的艺术,最后都要落实到“说”上。能否将自己的团队组建起来,能否使推销事业做起来,都需要运用出色的口才。因此说,口才对推销事业的发展具有重要的作用。

两位推销员同时在大街上销售洗发水。其中一位推销员一天卖了两瓶洗发水,另一位推销员一天卖了三十多瓶。相比之下,这位只卖了两瓶洗发水的推销员是失败的。失败在什么地方?失败在口才上。

前一位推销员对迎面走来的一位女孩说:“小姐,买两瓶洗发水吧!这种洗发水的效果特别好!”女孩说声“这个……我不需要”随后就扭头走了。

另一位推销员却是另外一种做法,他看到一位女士走过来,微笑着对她说:“这位女士,您忙不忙?如果不忙的话,我向您介绍一下我们公司的最新产品——营养护发洗发水。这种产品能有效去除头屑、营养发根,让您的秀发乌黑亮泽,柔顺飘逸。它的清香还可以让您有一种置身于大自然绿野田园的感觉,使用了这种洗发水让您在家人和朋友面前更加风采迷人。这种洗发水使用起来也非常方便,您只要在使用时轻轻按一下喷头,挤出少许抹在头上,用水搓洗就可以了。有了精巧的喷头设计,您就省去了费力开盖的麻烦,使用起来很方便。另外,如果您不相信我所说的话,我们这里有试用品,您可以试用几天。效果不好,我们保证退货。”

像这位推销员这么一说,谁还能拒绝他所销售的产品呢?这就是口才的魅力。因此说,一副好口才是一个事业成功人士的必备。

第三节 会说话容易取得信任

如果无法与客户建立信任,就无法销售。客户对销售人员的信任是有限的,他对于你说的每一句话都会抱着审视的态度,如果再加上不实之词,其结果可想而知。

取得顾客信任是买卖成交的一个关键环节,是推销过程的第一个阶段、是整个过程的开始、是基础。能否取得顾客的信任,直接决定了产品的成交与否。如果顾客不信任你,不信任你的商品,那交易就不会成功。

那么怎样才能取得顾客的信任呢?

在洽谈生意前,应先与顾客交谈一些各自的情况。为了积极打消与顾客之间的隔阂,推销员应当先介绍一下自己,谈谈自己的背景,生活情况,对自己职业的看法,或者再谈一些热门的话题。这样就可以打消顾客对你的防御心理,使对方交谈热烈,使彼此更为亲切,使气氛适合于交易的成功。

有时当你谈了自己的情况后,顾客会有一种看不起你的心理,觉得你只是一个可交谈的推销员。如果你从他的表情看到这一点后,不要太担心,因为对于第一次交谈,希望的不应该是“让顾客轻视你,但你要重视任何一个顾客”。

不要以为推销员一定要具有把死人说活了的本事才算有口才,这其实是一种误解。人们的脾气、禀赋、性格各不相同,推销员的口才艺术在于如何准确地使用语言,而不在于是否会吹嘘或者引用一些让人难以置信的花巧辞令,例:“绝对可靠”、“绝对上乘”、“百分之百的”、“超级的”、“一流的”、“独一无二的”、“领先世界”……这样的词语不该是一个成功的推销员的常用词,因为对于有经验的顾客来说,这无异于一堆废话。相反,准确地抓住顾客的心理需求,言简意赅地介绍商品的性能、用途、质地以及维修、保养等知识,才能真正地赢得顾客的依赖。这不仅说明推销员自己对自己的商品的了解,也反映了推销员的素养和气质。朴实无华的语言往往胜于不切实际的浮夸,它反映了推销员能够站在顾客的一方,具有务实的品格。

在推销时如果把注意力都放在推销产品上,一心只想把产品推销给对方,甚至为了达到目的而不择手段。这样,失去的可能比得到的更多,因为你可能推出了一件产品,但从此失去了一个客户。一天,一家高档服装店来了两位顾客,要买一套最高档西装。售货员是位小伙子,他马上把这套西装取下来,十分和气地把衣服递了过去。试衣服的顾客人高马大,西装穿上有些缠身,连外行看上去都觉得不合适,只见这位小伙子讲:“不错!挺好的!”他的意思是你快掏钱吧!只见另一位顾客使了个眼色,试衣服的顾客把衣服放下就走了。高档服装店的推销员怎能和练地摊的一样去推销呢?一心想把服装卖给人家,结果适得其反,而且这两位顾客以后可能再也不会光顾这家服装店了。

推销是在推销产品的性能和用途,是在向顾客表达心意。要说明产品能解决顾客的什么问题,从而给顾客带来什么利益。推销的结果,使顾客产生新的理解和认识,获得了顾客的信任,最后让顾客自己做出购买的选择。

在运用口才时不要輕易地许诺,这是初次会见顾客,在交谈中特别应当注意



的。有些推销员为了拉住顾客,为了成交,不经考虑,便轻易地向顾客许诺,然后诱导客户订货。比如在产品质量保证上、在交货时间上、在外观包装上、在运输问题上等等,满应满许的许诺有可能因外界条件变化却不能兑现,从而造成严重的后果。因为真正有心购买商品的顾客,往往也是行家里手,他们对产品的情况、规格包装等都有了解,对于市场形势和市场环境也很熟悉。在此情况下,他们提出的某些要求有可能是要求降价的手段,或者就是因初次会面对推销员提出的考题。作为一名推销员,如果轻率地做出许诺,就会给对方留下草率、经验不足的印象,甚至还可能有商业欺诈的嫌疑。

有经验的顾客可以轻而易举地窥视你的内心,从而采取相应的对策。面对顾客提出的问题,应当实事求是地予以解答,不能轻易地许诺。当推销员对商品和有关问题做出了客观的答复,满足了顾客的要求时,才有可能得到顾客的信任。曾有一位推销专家指出:“任何情况下都应记住,不论摆在面前的情况如何,决定你是否得到订单的因素是顾客对你的信任。”

第四节 会说话才能实现有效沟通

沟通是指可理解的信息或思想在两个或两个以上人群中的传递或交换的过程。沟通存在于企业管理的每个环节。有效的沟通能为组织提供工作的方向、了解内部成员的需要、了解管理效能高低等,是搞好企业科学管理、实现决策科学化、效能化的重要条件。因此,有效地进行沟通对管理具有重要意义。但在实际工作中,由于多方面因素的影响,信息往往被丢失或曲解,使得信息不能被有效地传递,造成沟通的障碍。

影响信息有效沟通的障碍主要是个人因素,个人因素主要有以下几点:

一是人们对人对事的态度、观点和信念不同造成沟通的障碍。直觉选择的偏差是指人们有选择地接受,例如,人们在接受信息时,符合自己利益需要又与自己切身利益有关的内容很容易接受,而对自己不利或可能损害自己利益的则不容易接受。

二是个人的个性特征差异引起沟通的障碍。在组织内部的信息沟通中,个人的性格、气质、态度、情绪、兴趣等差别,都可能引起信息沟通的障碍。

三是语言表达、交流和理解造成沟通的障碍。同样的词汇对不同的人来说含义是不一样的。在一个组织中,员工常常来自于不同的背景,有着不同的说话方式和风格,对同样的事物有着不一样的理解,这些都造成了沟通的障碍。