

SHANG WU KOU CAI

商务口才

口才 —— 是您打开成功之门的金钥匙



商人的本事：——
用最好的言词叙说
最糟糕的事情，并
能获得别人的赞
赏。

发财的诀窍：——
把他人的利益挂在
嘴上，把自己的利
益藏在心里。

口才训练大师卡耐基说过：“一个人成功，约有百分之十五取决于技术知识，百分之八十五取决于人类工程——发表自己意见的能力和激发他人热忱的能力。”

图书在版编目(CIP)数据

商务口才/袁彬彬编. - 北京:宗教文化出版社,1997.10

ISBN 7-80123-115-5

I. 商… II. 袁… III. 商务-口才学 IV. H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97) 第 22496 号

商务口才 袁彬彬 编

宗教文化出版社出版发行

(北京市交道口北三条 32 号 邮编:100007 电话:64027526)

北京洛平印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开本 12.75 印张 300 千字

1997 年 10 月第 1 版 1997 年 11 月第 1 次印刷

印数:0001—6000

ISBN 7-80123-115-5/G·46

定价:19.80 元



口才是一项热门产品

——代前言

某企业的总经理，一天与一位朋友走进一家羊肉馆，打算每人吃一份羊肉。

二人在餐桌两边一落座，服务小姐便将菜单捧了过来，甜甜地说：“请二位先生点菜。”

当总经理说，我们要某某羊肉，服务小姐便指着菜单中的一行字说：“同样是羊肉，花样就很多。例如，这一道菜使用的羊肉，特别柔软，味道也格外好，大部分的顾客都喜欢点它。”

总经理本想说：“不，我们吃便宜的那一种就好。”但在小姐几句甜甜的介绍中，实在不敢掉面子，被迫点了高价羊肉。

随即，小姐又甜甜地问：“汤呢？这种浓汤是本餐厅特制的，远近闻名。有些顾客为了喝这个浓汤，特地跑来吃这里的羊肉呢！”

总经理被说得只有点头认可的份了。

总经理这一点头，小姐的甜言又来了：

“也各来一份沙拉吧！吃羊肉总是少不了沙拉，不是吗？”此时，二位先生才发觉自己成了服务小姐“甜言”的俘虏。原来只想吃一份羊肉，这下却变成了羊肉“全餐”。

服务小姐几句甜甜的口才，赢得了顾客的相信，创造了一份可观的经济效益。

这件平凡的生活片断，证明了两点：一是服务小姐用甜言实现了价值，而那位总经理却为了顾全虚荣，付出了一定代价。

常人的口才，如果带上动人的微笑，便会产生诱人的魅力，再加上诚恳的神态，便会产生有形和无形的效益。

经商者都是追求效益的，无论是有形的，还是无形的；是经济效益，还是社会效益，都是有益的。而用口才换取的效益则是不需要增加投资、添置设备的，可以说：口才，永远是一项开发不尽的热门产品。

目 录

前言	(1)
----------	-----

第一章 南面而坐——来的都是客，全凭嘴一张

“欢迎光临”	(3)
重温烤鸭梦	(4)
不骄不卑	(5)
营造小小情趣	(7)
顾客盈门	(9)
为顾客着想	(10)
在奖大酬宾	(11)

第二章 风云叱咤——商战中的推销口才

数落自己	(17)
小小高帽赚大钱	(17)
投其所好	(18)
坐得住冷板凳	(19)
也有人喜欢	(20)
人人都是老子	(21)
装模作样	(22)

口不对心	(23)
蒙上他的眼睛	(24)
此乃天意	(25)
软泡蘑菇	(26)
黑鹰厚鸽	(27)
锲而不舍	(29)
来点怪招	(32)
运用幽默	(33)
初逢犹如旧相识	(37)
“先生在家吗”	(40)
“喂，您好”	(43)
“您真年轻”	(46)
让人时时想着你	(49)
“有事打电话”	(51)
“恭敬不如从命”	(53)
先说“最近还好吗”	(55)
“过之犹不及”	(58)
三顾茅庐	(59)
“您说得真好”	(62)
心正话巧	(65)
“请多关照”	(67)

第三章 亦步亦趋——成功掌握推销语言

现代社会的通行证	(73)
失败的语言	(74)
反复就是力量	(76)
最好的话题	(78)
说话的技巧	(80)

易于接受	(82)
多多练习	(84)
牢牢把握主导权	(85)
从“不”到“是”	(87)
应对的策略	(88)
语弹如珠	(91)

第四章 字斟句酌——推销商品要注重技巧

充当联系人	(97)
把握要点	(98)
耐用消费品	(100)
需求不断变化	(102)
急顾客所急	(106)
深谙汽车业务	(110)
看重自己的工作	(112)
水天渠成	(114)
尽力捕捉信息	(117)
以新代旧	(120)
信用是公司的生命	(122)
了如指掌	(125)
时刻都想到	(128)

第五章 一语千金——推销员掌握的口才

扮猪吃虎	(133)
偷食烧饼	(136)
花生加香肠	(139)
公事私化	(144)
哈曼飞机票	(148)

木马屠城计·····	(152)
讲究技巧·····	(154)
把握时机·····	(156)
适可而止·····	(157)
潜移默化·····	(158)
忌与人辩·····	(158)
以柔克刚·····	(159)
直截了当·····	(162)
销价学问·····	(163)
心心相印·····	(165)
抓住借口·····	(166)
先知先觉·····	(167)
关键因素·····	(168)
座位的布置·····	(170)

第六章 唯我是从——操纵对方行动的口才术

引导对方说“yes”·····	(175)
惯性法则·····	(176)
“只有你才能”·····	(178)
“隐形说服者”·····	(179)
大数字和小数字·····	(181)
巧妙运用对比·····	(182)
成功指日可待·····	(185)
化大为小·····	(187)
将目标缩小·····	(188)
冠以头衔·····	(190)
与他不一样·····	(191)
不要命令·····	(192)

掌握动机·····	(194)
霍华德的故事·····	(195)
及早行动·····	(197)
“再研究研究”·····	(198)
收回所有的股票·····	(199)
伸手不打笑脸人·····	(200)
与对方心交·····	(202)
套出对方的真心话·····	(204)
失礼的节目·····	(205)
无聊的问题·····	(206)
假装无知·····	(207)
“也许我也有错”·····	(210)
寻找小的共同点·····	(212)
“吴越同舟”·····	(213)
“用舌头舔食物”·····	(215)
活生生的例子·····	(216)
利用“最好的时机”·····	(218)
最后的时限·····	(219)
权威者的意见·····	(221)
被“伟人”影响·····	(223)
“我也那样做”·····	(224)
以“众”敌“寡”·····	(225)
“人云亦云”·····	(226)
众口铄金·····	(227)
“今年流行绿色”·····	(228)
强调重点·····	(230)
不要问好不好·····	(231)
“要茶还是白开水”·····	(233)

选择“哪一种”	(235)
别无他选	(236)
“只有这一次”	(237)
物以稀为贵	(239)
“没有那回事”	(241)
将上之将	(242)
他确实不错	(243)

第七章 披荆斩棘——经商口才学中的推销术

富有幽默感	(249)
让人喜欢你	(250)
“欲擒故纵”	(252)
扭转僵局	(254)
把顾客当作自己人	(255)
顾客真想买	(257)
有理更让人	(259)
一定要说“是”	(261)
“王顾左右而言他”	(264)
“错过此渡无好舟”	(266)
“女为悦己者容”	(267)
礼多人不怪	(268)
两只椅子	(269)
明星效应	(271)
咬紧不放松	(273)
将心比心	(274)
走街串巷	(276)
和秘书拉关系	(277)
缓和气氛	(278)

与“借口”作战·····	(280)
帮客户算细帐·····	(282)
赞美对方·····	(284)
火柴点亮蜡烛·····	(286)
诱导顾客购买·····	(288)
满足顾客需要·····	(290)
货比三家·····	(291)
牢记对方姓名·····	(292)
最感兴趣的话题·····	(294)
成为顾客的助手·····	(296)
童叟无欺·····	(297)
趣味相投·····	(299)
转化处理·····	(300)
价格与“代价”·····	(302)
关键的一刹那·····	(304)
耐心倾听·····	(306)
容易接受的价格·····	(308)
刺激顾客的欲望·····	(310)
情重于理·····	(311)
以“诚”待客·····	(313)
不应逃避·····	(315)
软硬兼施·····	(316)
永不争辩·····	(318)
打破沉默·····	(319)
价格太贵·····	(320)
售后服务·····	(322)
消除疑虑·····	(324)
察言观色·····	(326)

巧用“间接法”	(327)
不怕拒绝	(329)
先发制人	(331)
洗耳恭听	(332)
打歼灭战	(334)
实事求是	(335)
先退后进	(337)
开列菜单	(339)
勇于认错	(340)
见风使舵	(342)
两位犹太人	(343)
“高压政策”	(346)
说好第一句话	(347)
帮助顾客	(349)
易难渐进	(351)
利用“FABE”	(353)
同意与补偿	(355)
创造紧迫感	(356)
推销自己	(358)
堵住退跟	(359)
真诚信实	(361)
假设成交了	(363)
善打电话	(365)
今天会成功	(367)
解决疑难	(369)
“挑剔是买主”	(370)
娓娓道来	(372)
正确的决策	(375)

关键的 10 分钟	(377)
针对抉择人	(379)
利用实物	(380)
作出部分决定	(382)
顺水推舟	(384)
直陈接近	(385)
满足自尊心	(386)
“刺激”顾客	(388)
反驳处理	(389)
体态语言	(391)
有口无心	(392)
提问的方式	(393)

第一章 南面而坐

来的都是客，全凭嘴一张

●“欢迎光临”是口才，但再好的口才，都必须带上诚意的微笑。

●顾客是经商者的衣食父母，要学会虎口夺食般地争取他，赢得他的欢心与溺爱，如此，他将伴随你迈向成功之门！

“欢迎光临”

京剧《沙家浜》里有阿庆嫂的一段精彩的唱词：“垒起七星灶，铜壶煮三江。摆开八仙桌，招待十六方。来的都是客，全凭嘴一张。”

目前，上得了档次的宾馆、饭店、购物中心、交易大厅、百货商场，从早到晚大门口都有一排或一两个面带微笑的青年男女，穿着时髦的衣衫，毕恭毕敬地恭候你：进门笑脸相迎，就仿佛是姑舅妈到来一般——“欢迎光临！”出门笑脸相送，就象欢送才出嫁的闺女回婆家——“欢迎下次光临！”虽然有时候你根本不是去买东西，或许你是去看看热闹散散步，同样还是这样对待你，为的是给你留下一个尊重人的好印象。

有些“老板”在发迹前，能够尊重所有的顾客，对大主顾毕恭毕敬，对小主顾也以礼相待，奉为上宾，可一旦腰缠万贯后就财大气粗，开始瞧不起平民百姓，对于小主顾，零星客人不屑一顾，懒得理睬，逐渐丧失了当“老板”的应有品德，久而久之，必然影响生意。这个时候，在西方，董事会就应该讨论要不要炒你的鱿鱼，在我国则要对你进行社会主义职业道德教育了。在我们不少的店里，现在还可以看到两句话：“文明经商，礼貌待客”，其精髓就是“尊重”二字，就是教育“老板”和员工们要学会尊重顾客，就是做好为人民服务。对此，你千万不要认为这是政治说教，不予理睬。

争取顾客是做任何生意的一件大事。商场如战场，但顾客不是你的敌手，只有竞争对手才是你的“敌人”，千万不要象对待竞争对手那样去对待顾客。

尊重顾客，说说容易做起来难。尊重顾客要落实在行动上，你要克服困难，攻克这个难题。要有卧薪尝胆的精神，上班之前提醒自己：今天我不能做不尊重顾客的事，不说对不起顾客的话；下班后要回顾检讨一天来是否履行了上班时的诺言，久而久之，哪怕你是一个容易冲动的人，也会逐渐冷静下来，对顾客笑口常开了。古人云：“人无笑脸莫开店”，就是这个道理。

“欢迎光临”是口才，但再好的口才还必须带上诚意的微笑。

重温烤鸭梦

尊重顾客，与顾客保持近距离接触，讲的是与顾客沟通感情、搞好优质服务。顾客就是上帝，“老板”和员工是他们的教徒，这是经商的信条。

卞学诊先生何许人也？我不知道。我只晓得他是炎黄子孙，现在国外。他回到北京，碰上了一个不要“上帝”的企业，使他着实吃惊。他在美国洛杉矶《国际日报》发表文章，谈了一次在某烤鸭店就餐的经过。从他说的来看，某烤鸭店仿佛不信奉“上帝”，对顾客的热情和周全服务口头上宣扬肯定是有的，至于落实在实际服务中，卞先生便没有恭维。

卞学诊先生说，小时候家住北京，父亲常带领他们全家去吃烤鸭。他记忆中，每次烤鸭端上来，都是一位身穿白衣、头戴白帽的厨师，现场表演“片鸭”绝技。只见厨师飞起一尺多长的明亮亮、光闪闪的“鸭刀”，顿时那香喷喷、金灿灿的烤鸭神奇般地成为鸭片，不会儿，就只剩下一个骨架子。厨师笑眯眯地端进厨房，为他们煮美味的“鸭炖白菜”。每当这时，他们就高兴地用“荷叶饼”卷起鸭肉加甜面酱和葱，吃起来又香又脆，肥而不