

会提问 才是好销售

当场提问，当场签单

[日]青木毅◎著

尹凤竹◎译

提问型销售50句，教你建立和人的关系，
做当场就签单的销售员！

3か月でトップセールスになる
質問型営業
最強フレーズ50



他靠提问，从全世界84个国家的
2500多家代理商中脱颖而出，
摘得世界销售大奖！

会提问 才是好销售

[日]青木毅◎著
尹凤竹◎译



3か月でトップセールスになる
質問型営業
最強フレーズ50

图书在版编目(CIP)数据

会提问才是好销售 / (日) 青木毅著 ; 尹凤竹译.

— 北京 : 中国友谊出版公司, 2017. 6

ISBN 978-7-5057-4051-8

I. ①会… II. ①青… ②尹… III. ①销售—方法
IV. ①F713. 3

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第105017号

SANKAGETSU DE TOP SALES NI NARU SHITSUMONGATA EIGYO SAIKYO PHRASE 50
by TAKESHI AOKI
Copyright©2016 TAKESHI AOKI
Chinese(in simplified character only)translation copyright©2017 by Beijing Xiron Books Co.,Ltd.
All rights reserved
Original Japanese language edition published by Diamond,Inc.
Chinese (in simplified character only)translation rights arranged with Diamond,Inc.
through BARDON-CHINESE MEDIA AGENCY.

书名 会提问才是好销售

作者 [日]青木毅

译者 尹凤竹

出版 中国友谊出版公司

发行 中国友谊出版公司

经销 新华书店

印刷 北京玺诚印务有限公司

规格 880×1230毫米 32开

6印张 95千字

版次 2017年7月第1版

印次 2017年7月第1次印刷

书号 ISBN 978-7-5057-4051-8

定价 36.80元

地址 北京市朝阳区西坝河南里17号楼

邮编 100028

电话 (010) 64668676

合同登记号: 图字01-2017-3999

前言

销售员的最大武器是“提问”

所谓“销售”是指什么呢？人们一般会认为它是一种向顾客出售产品或服务的行为，但其实更准确地说，它应该是让客户购买产品或服务的行为。

也许这两种解释看起来是同一个意思，但实际上是完全不同的。

销售，应该是要致力于推销对客户有益的东西。因此，在此之前必须倾听客户的心声。无法做到这一点的人，是很难成为“王牌销售员”的。强行的推销或许能让你暂时位列销售冠军，但并非长久之计。

销售员最强大的武器其实是“提问”。现在已经不再要求销售员善于“展示产品”的时代了。真正的“销售”，是要能通过销售员的提问，来引导客户用自己的语言表达出自己的期望和

需求，并且明确这些内容。在这之后，只需要提出符合客户想法和需求的方案就可以了。没有必要对所推销的产品或服务进行冗长地说明。

本书的主要内容，就是以让客户主动购买产品为目标，进行“提问式”销售的对话内容。其中会涉及“新客户开发”“产品的展示”“签订合约”“售后的跟踪”等环节，甚至还有让老客户帮忙介绍新客户的方法。在今后的销售过程中，熟练地运用这些句式，你就有可能在三个月内变成“王牌销售员”。

通过这些句式，你可以亲身体会到什么才是“真正的销售”。

你是否还在困惑到底该怎样提问比较好呢？要按照什么样的顺序提问呢？为此，笔者准备了50个“提问型销售”的具体句子。

这些“最强50句”，无论是对于新入行的销售员，还是从未担任过管理和领导岗位的销售员，抑或是销售经验为零，但又决心从事销售工作的人来说，都将是非常实用的。

笔者在从事销售工作的30年里，创立了“提问型销售”方法并实践了18年。而“提问型销售”被推广至社会也已经

有8年了。从实践过的3万人的反馈情况来看，的的确确是能带来成效的。

但是，在完善这个理论的过程中，笔者也在追求更好的销售效果。所以，针对各个企业和个人，以及各式各样的产品和服务，分别设定相应的销售场景。这就是“提问型销售最强50句”的由来。

本书为大家提供了在销售的各个环节都能使用的“提问型销售”的句子。读者也可以从自己最感兴趣的部分开始阅读。请通过这些句子亲身体会它所带来的效果吧。本书描述的是以“提问”为基础推动销售的整个过程，所以，从句子1开始学习和实践，呈现出来的效果将会更易于理解。

要想快速见到成效，请做到以下两点：

1. 尝试在销售的每一个环节实践这些句子；
2. 亲身体会它所产生的效果。

我在指导“提问型销售”的过程中，见到了许多实实在在因此取得成果的案例。同时也注意到有很多此前一直业绩不佳的销售员，很快翻身成为“销售冠军”，并能在那之后一直保持领先。

他们的共通之处就在于坚持使用了以“提问”为主的句式。

抛弃自己以往固有的做法，按照我的指导来做，你会发现客户的表情、语言、态度等，所有这一切都变得有意思起来，这可是一种前所未有的体验。当然，最后签订合约的效率也随之变得更高了。

提起“销售”，往往离不开“开发新的客户”，如果老客户能够主动地去给我们介绍新的客户，那么这种麻烦的情况不就消失了吗，再也不用为约见新客户而费神了。这也可以说是不断进化着的“提问型销售”的精髓所在。

提问式的销售，就是能做到不用展示产品或服务，仅仅通过提问的方式，就让客户做出“我想买”的决定。

甚至极端点地说，无须具体的销售行为，仅通过巧妙运用这 50 句话，就有可能提升你的销售额。

希望各位读者也能认真实践本书中的“提问型销售最强 50 句”，在让客户满意的同时，取得惊人的销售成果，不断提升销售业绩。只需短短的 3 个月，你也可以成为“王牌销售员”或者“成功的销售员”。笔者由衷地希望，“提问型销售”方法能助你的业绩更上一层楼。



第1章

新客户开发：开场白的11个技巧

- 通过寒暄引起客户关注 /002
- 销售要以退为进，不能急功近利 /007
- 确保合适的交流场所和时间，达到深入沟通 /018
- 从客户“逃避的理由”中发现需求 /034

第2章

赢得客户好感：积极为对方考虑的6大攻略

- 询问与客户相关的问题，产生“帮到客户”的想法 /046
- 全面关注客户的过去与未来，走进客户的内心世界 /051
- 运用“共鸣 + 提问”3部曲 /063

产品展示：让产品满足客户期望与需求的12种途径

- 无须说明，只靠提问就足够了 /070
- 如何让客户认可双方的这次见面 /075
- 告别说明式推销 /081
- 再次确认客户期望，试探签约意向 /095

合约签订：促进合约签订的8大方法

- 你的产品（服务）是帮助客户实现期望的手段 /108
- 了解客户对合约的想法，强化购买意愿 /112
- 了解客户真实想法的2大利器 /122
- 商谈有了结果后立即引导客户付诸行动 /128

售后跟踪：让老客户介绍新客户的9大秘诀

- 如何说，才能让老客户自觉地为你推广 /134
- 询问产品的使用情况，关注客户的改变 /141
- 拜托老客户帮忙推荐产品的4大要点 /152

第6章

自我提问：实现销售目标的4大法则

- “对自己提问”越深入，对客户提问越准确 /164
- 刻意反思，科学地“对自己提问” /167

后 记 /176

第 1 章

新客户开发：开场白的 11 个技巧



能以“新客户开发”环节为契机，
与客户达成共识，你才算是一个真
真正正的销售员。

通过寒暄引起客户关注

在“新客户开发”环节，我们只需吸引客户的关注即可。为此，“提问”是必要的。通过提问开始沟通和交流，在不知不觉间拉近与客户的距离。而且，销售员的提问中如果能有一些实质性的内容，将会更加有助于强化客户的购买意向。

认识“新客户开发”的重要性

“新客户开发”是销售活动中的重要一环。因为这是与客户的第一次接触。这个过程中的一些交流，直接关系到新客户对销售员的第一印象是很好还是很糟糕。

“这是一个有助于我购物的人，还是仅仅想卖东西给我

的人呢？”客户会很快地进行区分。（换作是你站在客户的立场上，想想销售员进行新客户开发的场景，应该也很容易理解吧。）

当然，看到想要的东西还是会买的吧。但是，如果购买的动机仅仅是因为产品本身的魅力，那么销售员的角色就只是一个卖东西的小贩而已，这样的话岂不是换成谁都可以做销售员了？而且，恐怕到最后也就是做成了一笔“一锤子买卖”，今后也不再与那位客户有什么交集。

能以“新客户开发”环节为契机，与客户达成共识，你才算是一个真真正正的销售员。因为你能探听出客户的期望和困惑，跟他产生共鸣，并以专业人士的身份向他提出合理的建议。

这不仅仅是完成了一个销售员的本职工作，当收到来自客户的感谢时，你还会感受到作为销售员的那份喜悦。

取得预约是新客户开发顺利推进的结果

“预约”就是指通过电话或拜访等方式与客户达成下次会面的约定。当然，客户不可能在什么都不了解的情况下就

会提问才是好销售

//////

同意会面。要想达成会面的约定，就必须让客户产生“不妨听一听”销售员的建议的想法。

为了通过电话或拜访成功取得预约，“新客户开发”——第一次的交流是非常必要且关键的。

总之，顺利取得预约是顺利推进“新客户开发”环节的结果。

新客户开发的秘诀

电话也好，会面也好，要想让整个环节顺利地进行下去，“新客户开发”环节是非常重要的。与客户的交流就更重要了。

在这个过程中，要想着“客户为何愿意听我说”，换句话说就是“客户为何愿意与我对话”。

怎样做客户才愿意与我交流呢？答案就是靠“提问”——应尽早地提出问题。首先要在亲切、温和的氛围中展开谈话。

“感谢您能在百忙之中抽出时间与我交流”。通过第一句话改变对方的反应。

说明了来意之后，紧接着就要提出第一个问题。“我们公司提供××产品/服务，您使用过××吗？”以这样的

模式来提问。总之，通过向客户提问，让客户与我们交流。

从开始谈话的3秒内就要进入提问环节，而且在交流时，要明确与客户之间的共同感受，然后再过渡到下一个问题。

新客户开发中的技巧

在“新客户开发”环节，最重要的是让客户意识到销售员所推荐的产品和服务，是能够解决自己所遇到的问题的，是能满足自己需求的。

那么，客户到底想要什么样的产品或服务呢？答案就在客户的脑中。客户的头脑中往往汇集了各种各样的信息，不仅有工作方面的，还有日常生活方面的、育儿方面的、兴趣爱好方面的等，可谓五花八门。销售员需要引导出其潜在的期望、需求或想要解决的问题等。

想要推销自己公司的产品或服务，就必须使客户产生“这个产品或服务可以解决我的问题，能够满足我的需求”的印象。

为此，销售员需要做些什么呢？首先，要关注客户的日常生活，试着问问他们现在有什么样的想法、期望。在谈话过程中发现客户的期望、需求和问题，然后告诉对方这次想

会提问才是好销售

//////

推荐的产品在这方面将是十分有用的。

“我们公司提供日常生活中非常实用的出色产品”“这款产品可以让您的生活变得更为便利”，即便这样说，客户也不会感兴趣。

要想引起客户的注意，就要通过“新客户开发”环节，从客户口中了解他们现在的期望、需求和问题。关键是在与客户的整个交流过程中要以“提问”为主。下面就为大家介绍一些比较有用的句子。

销售要以退为进，不能急功近利

1. “来和您寒暄寒暄”，这样客户是不会拒绝的。

在“新客户开发”环节，比较困难的是寻找交流的切入口。那么应该如何与客户搭上话呢？

如果在这一点上做错了，可能从一开始就会被客户拒绝，对方甚至都不会想继续听我们所说的任何内容。

社会上普遍有一种观念，认为“销售 = 推销”。其实，销售并不是推销。销售的工作包括为客户提供自己所在专业领域的信息，并在了解客户的情况后，给出恰当的建议。其结果就是被采纳（买下来）。如果不能准确理解这一点，