



第1章

话术一到卖三俏——绝对成交第一课

有意识培养与客户交流的魅力，有助于扫清推销过程中的障碍。

——原一平（日）

让别人喜欢你、信任你、对你感兴趣，你在销售中就可以达到顶尖的成就。

——汤姆·霍普金斯（美）

## 声声感染客户的心

作为销售人员，声音是否具有较强的感染力，会直接对自己在客户心目中的形象产生影响。不同的人，音质各不相同，那么销售人员在声音上要注意哪些问题呢？

### 1. 吐词要清晰

清晰地表达能够让客户听清楚你说的是什么，这对销售人员来说是一项最基本的要求。作为销售人员，发音一定要标准，吐字一定要清晰。语言表达是否清晰，普通话的流利和标准与否，都会直接影响销售人员声音的感染力。

推销员向客户介绍自己产品的时候要注意克服地方方言的影响。比如北方人说普通话的特点就是儿化音现象很严重，尤其是当说话的语速很快的时候，别人或许根本听不懂；而南方人在说话时往往平舌音与翘舌音不分，前后鼻音不分，很容易让人产生误解。

一个推销员去一家公司推销他们的产品，该公司经理刚好姓史，于是推销员进去先向经理问好：“史（死）经理，您好！我是（四）……”

经理刚准备开始自己一天的工作，一句“死经理”让他惊异地抬起头，一大清早就被人说了一句“死经理”，他心里感觉极不舒服，所以经理很不开心地看着这位推销员，但是对方似乎没有觉察到他的不快，依然在不停地“史（死）”经理长，“史（死）”

经理短的，让史经理哭笑不得。

没办法，史经理只得告诉他：“别再喊经理了，你有什么话就说吧！”

推销员于是连忙说：“哦，应该叫您先生，好的，‘史（死）’先生……”史经理听到这句话感觉更加不舒服，于是他对推销员说：“您有什么事情，就照直说吧，大清早的，不要乱喊……”

推销员于是告诉他，他是一家保险公司的推销员，是来向史先生推销人寿保险的。一听是推销保险的，史经理怒气冲冲地对他说：“对不起，请你出去，我还有事情要做。”推销员无奈只得退了出去，他始终也想不通为什么经理会突然对他发脾气。

## 2. 语言要流畅

除了吐词清晰以外销售人员讲话还应注意语言的流畅性。语言是思维的外在表现，一个说话很流畅的人，通常被人认为是个思维敏捷的人，或者可以反过来，正因为他的思维敏捷所以他才能如此流畅。而且，语言流畅也可以很好地增加自己的自信心，同时也能获得别人的好感与信任，让人相信你的能力。

## 3. 声音要洪亮

销售人员说话尽量语音洪亮，语音洪亮就可以让客户充分被你感染，增加对你个人的信任，并能对你的产品产生一种强烈的兴趣，也能产生一种想听下去的愿望。

客户会从你洪亮的声音里感受到你的热情，以及你对自己工作的激情和你对自己产品的那份热忱。也许有人会说声音的洪亮与否跟个人的客观条件有关，有的人声带厚而宽，自然他的声音显得很洪亮而浑厚；而有的人声带则相反，所以他的声音自然

就小而尖。固然，声音与自己的生理条件是密切相关的，但是声音还与自己的发声方式有关。在近代，中国就有身为男性唱女声而成名的“四大名旦”，也有唱男声闻名的越剧女伶；在现代，使用美声唱法的歌唱家通常能和唱出与他平时说话截然不同的声音，因此，声音是可以改变的。销售人员可以适当改变一下自己的发音方法，让自己的声音变得洪亮、浑厚，让对方感受一种听觉美感。

#### 4. 语速要适中

讲话的语速也会影响声音的感染力。如果说话的语速太快，客户可能还没有听明白，销售员就已经说完了，反之，如果销售员说得太慢，而对方又是急性子，那客户也会受不了。因此，最恰当的做法应该是根据客户具体情况，来调节自己的语言节奏，以做到恰到好处地停顿，从而取得良好的谈话效果。

## 熟练控制说话的语调

语调往往最能反映出一个人说话时的内心世界，也能表现出个人的情感和态度，它的细微差别能够向人们传达很多信息。

通常来说，高昂的语调催人振奋，低沉的语调则会让人情绪低迷。作为销售人员，在与客户接触的过程中，要学会控制语调，尽量做到不说则已，说就要说得活灵活现。

我们在听新闻广播时，发现播音员往往都不带主观意图，不带感情，只是在进行平实客观的述说，这是出于其职业的需要。

但销售人员就不同了，一般来说，饱含感情的说话是至关重要的。在讲话时，如果没有抑扬顿挫或不带感情，听起来就会让人感到无聊乏味。充满感情地去和客户交流，才能收到良好的效果。因为从你的语调中，客户可以看出你是一个充满激情、令人信服、可亲近的人，还是一个呆板保守、具有挑衅性、阿谀奉承的人。此外，你的语调同样也能反映出你对人是否坦率，心里是否能够尊重他人。

无论你谈论什么样的话题，都应保持说话的语调与所谈论内容相互配合。恰当的语调能够及时、准确地向客户传递你所掌握的信息，并能够委婉地劝说客户接受你的某种观点或者倡导客户实施某一行动，并能恰当地表明你对某一话题的态度。

语调的抑扬顿挫，是一流销售人员应该具备的条件。如果你对自己的工作有浓厚的兴趣和情感，当你在做这件工作时就会把热情投注其中，自然你说话的声音就能产生出极富说服力的抑扬顿挫的声调来。

一般来说，在进行推销实践中，销售人员的语调不能太高。同时，讲话时要注意语调的抑扬顿挫，还要注意根据客户的语调变化来不断地对自己的语调进行适当的调整。说话的语调不应是一味平铺直叙的，而要富有节奏。同时口头表达的多样化能够提高客户的兴趣和参与意识。在说“您好”的时候，声音上扬可以表现出你的激情活力，与降调的“您好”效果就大不一样。在表示有疑问的时候，可以稍微提高句尾的声音。同时，在重要的词句上，还要加上重音。

## 把握好与客户说话的节奏

要增强声音的感染力，一个很重要的影响因素就是说话的节奏。节奏一方面是指讲话的语速，另一方面指销售人员对客户所讲问题的反应速度。在日常生活中，大多数人从来不考虑说话的节奏，事实上，通过改变说话节奏来避免单调乏味对促进推销员与客户的交流是相当重要的。

那些讲话磕磕绊绊没有任何节奏感的销售人员，很少能够打动客户，这样的人，几乎说不出什么值得我们去注意的东西。只有懂得说话的节奏、思路清晰的人，才会有活跃的思维。

掌握好节奏的最高境界是说话自然流利。

那么，如何才能掌握好说话的节奏，并提高说话的流利水平呢？

### 1. 应熟悉讲话的主题

当我们的思考不发生任何迟疑的情况时，要说的话也自动地到了嘴边。充分的准备可以增加流利程度，因为这能增加自己的自信心，从而更能坚信自己要讲的东西。另外，熟悉主题会使讲话者有更大激情，这种激情会使讲话者的整个身心都投入到其演说的境界之中。这样，流利也就不成问题了。

### 2. 发音要准确

发音含糊不清是说话犹豫的一种表现。如果讲话者连续几个地方都有迟疑不决的现象，就会使人感到他其实并不知自己在讲什么。因此，如果有意识地在流利方面做出一些努力，会收到很好的成效；反之，如果我们在演说的其他方面下工夫，而认

为到时候自然会流利起来，那结果将只有失望。

### 3. 注意讲话的速度

在语言交流中，讲话的快慢将直接影响向客户传递信息的效果。如果销售人员讲话速度太快，尤其是所推销的产品对客户来说又比较陌生时，那么客户可能还没有听明白你在说什么，你说的话就已经结束了，客户听不太清楚，自然就会失去兴趣，这肯定也会影响推销的效果。

### 4. 注意对客户的应对速度

对客户讲话的应对速度也很重要。销售人员如果对客户的话语反应太快，特别是在知道客户下面要说什么的情况下打断了客户说话，那就是一种不关心、不尊重客户的表现，往往会被客户误解为没有耐心听自己的谈话。反之，销售人员对客户话语的反应如果太慢，会被客户认为销售人员根本就没有认真地听他说话。

当客户讲述完他的观点之后，有意让你对刚才他的陈述发表看法时，这才是你说话的好时机。此时要注意让自己的话语保持一个适当的速度。回应客户的讲话时，偶尔的停顿无关紧要，但不要在停顿时加上“嗯”或紧张不安地清一下嗓子。

### 5. 迅速地讲话也能提高流利程度

当你迅速讲话时，你的心理便能更快地发挥功能，就像阅读一样，如果你能集中精力快速阅读，那么，你说话的流利程度就会有所提高，同时也能获得更透彻的理解。掌握好说话的节奏，使说话就像琴弦一样有张力，像小溪一样缓缓流动。



## 说话中适时运用停顿

说话中的停顿与连接是为表达语句的意义和层次、思想和情感服务的，并不完全受标点符号的制约。没有标点符号的地方，有时需要停顿；有标点符号的地方，有时则要连接。这一点应该牢记，但也不能生搬硬套。

停顿与连接在说话中起着重要的表情达意作用，主要意义在于以下几点：

- (1) 保证语意清晰明确，不使听者产生误会。
- (2) 强调重点，加深印象。
- (3) 并列分合，使内容完整。
- (4) 造成转折呼应。
- (5) 体现思考判断，给听众的领悟提供依据和时间。
- (6) 造成意境，令人回味想象。

在推销中的适时停顿，则可以用来整理自己的思路、观察对方的反应，并能够起到引起对方好奇、促使对方回答、引导对方迅速下决心等作用。适当的停顿不仅能吸引客户的注意力，还可以让客户有机会思考并主动参与到沟通中来，同时使你与客户的沟通更有趣味。

为了更好地发挥停顿的作用，销售人员需要做好以下几点。

### 1. 准确判断客户的反应

说话时运用停顿是一种需要好好掌握的技巧。有意识地停顿，不仅使讲话层次分明，还能突出重点，吸引听者的注意力。而且适当的停顿能使听者明白你所讲的内容分为几个部分，前后是否

照应。只有条理清楚地讲话，才具有说服力。

在推销中，令很多销售人员都十分头疼的一个问题就是如何判断客户是否在听他们讲话。其实，判断客户是否在认真听的最好办法就是运用停顿。

在你对客户讲解了一分钟后，就应稍微停顿一下，停顿的时候，根据客户的反应就可以判断他们有没有在听，如果客户示意你继续说，就能反映出他是在认真地听你说话。

停顿还有另一个好处，就是客户可能有问题要问你，你停顿下来，他才能有可能会向你提出问题。

## 2. 恰当地运用停顿

运用停顿在交谈中是非常重要的，但是在具体运用停顿的过程中，应该注意既不能太长，也不能太短，这就需要销售人员根据具体的情况去进行具体的分析，去揣摩应该在什么时候停顿。

当我们在转换语言，承上启下，或提示重点、总结中心主题的时候，往往都需要适当的停顿，以引起客户的注意。

停顿有时并不仅仅局限于声音，还可以配合一些手势动作来进行。

例如：低头沉思；双手握拳，做激动状；说到关键处，双目凝视；深深地叹息；紧皱眉头，做痛苦状；抬头仰望天等。在运用这些动作时，要注意做得自然、逼真，以免别人认为你很做作，只是为了吸引他们的注意力。

下面可以看一下这位推销员是如何巧妙地利用停顿来丰富自己的谈话内容，进而达到推销目的。

“张总，我相信贵公司的员工到贵公司工作的一部分原因是

因为（这时推销员的声音逐渐提高）他们仰慕您的为人。”（说到这里，推销员的音调更高了，达到让全办公室的人都可听到谈话的目的。）

“既然您的全体员工都对您怀有仰慕之情，那么对于您来说，最重要的就莫过于自己的健康问题了。您只有保持身体的健康，才能领导员工去冲锋陷阵。”（推销员慷慨激昂，忠言直谏。）

接着，推销员降低声音：“如果您的身体垮下去的话，怎么能够对得起那些爱戴您的员工呢？您喜欢或讨厌药物，您要不要吃药，那又是次要问题。”

说到这里，推销员又提高了声音：“现在最重要的是，您的健康是否确实毫无问题，您曾经去检查过吗？”推销员一口气说到这里，想到运用“停顿”的妙方，于是突然打住。这时整个办公室鸦雀无声，都在等待对方的回答。

对方显得有点手足无措，隔了一会儿才说：

“我还没有去医院检查过。”

“那么您就应该抓紧了，就让我为您服务吧！我将带着仪器专程来贵公司给您做身体检查。”

对方沉默了一会儿，推销员也在一旁不吭声。

最后，总经理说：“好吧！那就麻烦你了！”

## 注重与客户谈话的语气

在与人谈话的过程中，同一句话用不同的语气说出来，其效

果也会有很大的区别，下面我们举例来说明这一问题。

例：下面句中加粗部分表示强调，请体会其所表达的意思有什么不同。

班长说这个电话是你接的。

班长说这个电话是你接的。

班长说这个电话是你接的。

班长说这个电话是你接的。

班长说这个电话是你接的。

班长说这个电话是你接的。

班长说这个电话是你接的。

从上面的例子可以看出，只是语气上的不同，就可以使同样的话变成各种不同的意思。可见，说话时语气的重要性。

由此可知，在销售人员与客户进行沟通时，说话时的语气非常关键。销售人员要注意讲话的语气，要成为一个会说话的人，充分把握交谈的主动权，促使销售洽谈得以顺利进行。

### 1. 不卑不亢

销售员的说话语气要做到不卑不亢，不要让客户感觉到你是在哀求他，那种唯唯诺诺的语气只会传达一种消极的信息给客户，同时也不利于建立自身的专业形象。另外，也不要让客户感觉到你有盛气凌人的架势，这样说话会给客户留下极为不好的印象，即将做成的交易也很可能因此而泡汤。

### 2. 言语要委婉

不同的措辞会给人以不同的信息，即使我们想表达同一种意思，积极的言辞与消极的言辞所传递的效果也是不同的。

“我想了解一下你们公司今年打印机的使用情况。”这句话中，哪一个词用得不太好？是“了解”。“了解”是谁在获益？当然是询问方了。而如果我们把这个词换成“咨询”或者“请教”的话，那么给客户的感觉就会好很多。

如果在你的推销用语中，讲究言语的委婉，善于运用“我”来代替“你”，尤其是在提出请求和表示反对的时候，那么就会在很大程度上帮助你推销工作的顺利进行。

例如：

直接说法：您的名字叫什么？

委婉说法：请问，我可以知道您的名字吗？

直接说法：您必须……

委婉说法：我们要为您那样做，这是我们需要。

直接说法：您错了，不是那样的！

委婉说法：对不起，我没说清楚，但我想它运转的方式有些不同。

直接说法：如果您需要我的帮助，您必须……

委婉说法：我愿意帮助您，但首先我需要……

直接说法：您做得不正确……

委婉说法：我得到了不同的结果。让我们一起来看看到底是怎么回事。

直接说法：听着，那没有坏，所有系统都是那样工作的。

委婉说法：那表明系统是正常工作的。让我们一起来看看到底哪儿存在问题。

直接说法：注意，您必须今天做完！

委婉说法：如果您今天能完成，我会非常感激。

直接说法：当然您会收到，但您必须把名字和地址给我。

委婉说法：当然我会立即发送给您一个，我能知道您的名字和地址吗？

直接说法：您没有弄明白，这次听好了。

委婉说法：也许我说得不够清楚，请允许我再解释一遍。

总之，在与客户沟通的过程中，销售人员要时刻注意自己的语气。最好是，不要用那种推销色彩太浓的语气与客户交谈，而应该以一种朋友的语气和态度与客户进行沟通。

## 培养一流的销售语言礼仪

销售人员在与客户沟通时，一定要注意自己的语言礼仪。礼仪是一个人的学识、知识与教养的综合外在表现，一个不讲礼仪的销售人员很难得到客户的尊重和好感，得不到客户的尊重与好感，也就很难使客户对你的产品产生兴趣。

语言是向客户有效传递信息的重要媒介，如果销售人员能准确掌握语言礼仪，那么在向客户推销时就能营造出愉快的交谈氛围，从而促使推销顺利进行。

销售人员要具备一流的语言礼仪，应从以下几个方面加以注意。

### 1. 态度诚恳，语言亲切

说话本身就是用来传递思想，表达感情的。因此，说话的神

态、表情至关重要。例如：当自己有求于人时，应诚恳有礼貌地陈述自己的请求，表示感谢之情。即使对方无法帮助自己，也不能表露出不愉快的神情，仍应诚恳地向对方表示感谢之情。如果在请求别人时，嘴上说得十分动听，得不到满足脸上就冷若冰霜，对方一定把你当做不懂礼貌的人。另外，与人说话时，语言多用敬语，比如，可称对方“您”“先生”等，而对自己则多用谦语。

### 2. 举止端庄，措辞讲究

在与人说话时，不要故作姿态，更不要“皮笑肉不笑”，给人虚伪的印象。要让对方感到自己热情、实在、值得信任。因此，说话时的动作要适度、端庄，在必要时可做些手势。如果坐着说话，手不要搭在邻座的椅背上，腿不要乱跷、乱晃、随便抖动。更不要一边说话一边修指甲、剔牙齿、挖耳搔痒等。

### 3. 自信谨慎，先思后言

自信能增强说话的语气，使对方感觉到来自你内心的力量。每当说话之前，应对自己所要说的话稍作思考。这里所说的思考，有两层含义：一是知己知彼，即一方面对自己的性格、脾气、心境有个正确的估计，设置自我“警戒线”；同时对对方的个性、爱好等有个大概的了解。二是对说话本身有个准备，即说话的内容、方式、声调等。

### 4. 区分对象，因人而异

任何交际，都不能离开特定的对象。与人说话，必须根据对象的实际情况，如年龄、身份、地位、文化教养、性格、彼此间的关系等，恰当地表达。正如俗语所说：“射箭要看靶子，弹琴要看对象。”如果说话不看对象，就难免事与愿违。

具体地说，对不同的对象说不同的话，要考虑以下几个方面。

根据性别的差异——对男性，可以采取较强有力的语言；对女性，则应当温和一些。

根据年龄的差异——对年轻人，可以采用煽动性的语言，调动他们的激情；对中年人，应该讲明利害得失，以供他们斟酌；对老年人，应以商量的口吻，尽量表示尊重的态度。

根据性格的差异——若对方性格直爽，便可以单刀直入；若对方性格迟缓，则要委婉含蓄一些；若对方生性多疑，切忌处处表白，应该不动声色，据理力争。

根据兴趣爱好的差异——对一个球迷，只要你一提起关于球的事，他都会眉飞色舞，兴致勃勃，并且对你产生好感；对一个对球赛根本不感兴趣的人大谈球赛，则会导致对方产生厌烦情绪。

## 5. 虚心文明，礼貌礼节

第一，使用日常生活中的见面语、感情语、致歉语、告别语。

第二，养成对人用敬语、对己用谦语的习惯。一般称呼对方用“您”“同志”，对长者用“大爷”“大妈”“先生”，不要用“喂”“老家伙”“老太婆”“老头”等。对少年儿童用“小朋友”“小同学”，不要用“小家伙”“小东西”等。

第三，多用商量语气和祈求语气，少用命令语气的语词句或无主句。如“您请坐”“希望您一定来”“请打开窗户好吗”“请×××同学回答”“请让开一些”。这样语词句，显得文雅、谦逊，让人乐于接受。

第四，说话要考虑语言环境。即不同场合、不同情况、谈话



人的不同身份、谈不同的事情，需要用不同的语词、语调和语气。因为同一个语词用不同的语调和语气在不同的场合、情况下会产生不同的效果。

牢记上述的技巧，以自信的态度，在实践中不断练习，才能真正提高你的商品推销技巧。

## 有一种话术叫肢体语言

在使用口头语言和客户进行沟通的同时，销售人员还应该配合一定的肢体语言来对客户进行恰当的暗示，实施动作暗示的主要工具和外在表现，就是肢体语言。

肢体语言，就是用体态动作把自己的想法表露出来，从而达到暗示的效果。一个眼神，一个手势，都可以称为肢体语言。有时候，一个暗示性的肢体语言比口头上的语言更能影响人的心灵深处。如果销售人员在说服中配合以引导性的动作，或是给被客户传达一定的暗示动作，就能够很好地影响客户的意识和行为。

肢体语言在隐秘说服中起着非常重要的作用。一方面，你可以通过肢体语言来传达口头语言很难传达的信息；另一方面，客户会通过你的肢体语言，很直接地来感知你的情绪、信心和可靠度，并由此决定是否该信任你、喜欢你，然后决定是否购买你的产品。

相对口头语言来说，肢体语言更加简单有效。因为它的直观性，能够更有效地吸引客户的眼球，获得客户的注意，并加深他