

# 问 出 来的 订单 是 怎么 问 的

问对客户心里去，订单轻松拿回来  
销售高手每天都在用的高效客户说服法则  
源自一线成功销售员、特别接地气的销售实战教程

崔恒鸣◎著

9堂客户说服课，  
助你迅速问出订单，听出业绩

怎样高效地说服客户

# 订单是问出来的

怎样高效地说服客户

崔恒鸣◎著



中国致公出版社  
China Zhigong Press

图书在版编目 ( CIP ) 数据

订单是问出来的：怎样高效地说服客户 / 崔恒鸣著 .

-- 北京：中国致公出版社，2017

ISBN 978-7-5145-1065-2

I. ①订… II. ①崔… III. ①市场营销—语言艺术

IV. ①F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 ( 2017 ) 第 191766 号

订单是问出来的：怎样高效地说服客户

崔恒鸣 著

---

责任编辑：尤 敏 卜艳明

责任印制：岳 珍

---

出版发行： 中国致公出版社  
China Zhigong Press

地 址：北京市海淀区翠微路 2 号院科贸楼

邮 编：100036

电 话：010-85869872 ( 发行部 )

经 销：全国新华书店

印 刷：北京中印联印务有限公司

开 本：787mm×1092mm 1/16

印 张：15

字 数：226 千字

版 次：2017 年 10 月第 1 版 2017 年 10 月第 1 次印刷

---

定 价：39.80 元

---

版权所有，未经书面许可，不得转载、复制、翻印，违者必究。

## 怎样高效地说服客户下订单

世界著名销售大师汤姆·霍普金斯曾经说过：“作为一名销售员，你的主要工具是嘴巴，你必须充满信心地去使用它，并把它作为一件助你成功的利器。你说出来的话对你的销售可以有创造性，也可以有摧毁性，所以你还需要聪明地使用它。”

试想一下，同是一个公司的销售员，为什么彼此间的业绩会有天壤之别？为什么有的人可以日进斗金，而有的人却收入寥寥？的确，排除工作经历、个人素质、努力程度等因素，对销售业绩影响最大的，就是说话技巧。要知道，做销售，拥有一副出众的口才，懂得如何高效地说服客户，更容易赢得成功女神的青睐。

在商业竞争进入白热化的今天，处于第一线的销售员承受着巨大的压力。而谁能高效地说服客户，谁就有更大的把握去击败竞争对手，迅速拿下订单。

在说服客户的过程中，最有效的说话技巧之一，就是会向客户提问。当你善于利用问题来发现客户的需求，引导客户的购买欲时，就能轻松拿下订单。

在向客户推销产品时，你要学会用提问等说话方式，挠在客户的痒处。比如，从客户的利益下手、抓住客户的从众心理，这样才能取得客户的认可。

在与客户交谈时，你需要表现得专业一些。比如，像专家一样介绍产品，用数

据提高你的说服力，循序渐进地介绍产品等，这样才能让客户更信任你。

当客户对产品提出异议时，你需要保持冷静的心态，明确客户的心理，用提问、幽默等手段为客户解释与疏导，让客户的心温暖起来。

当然了，作为一名销售员，不仅要会说、会问，也要会听，因为 80% 的业绩都是听出来的，会说的不如会问的，会问的不如会听的，倾听可以帮你化解客户的抱怨，等等。

在与客户初次见面时，需要制造一个精彩的开场，比如，塑造完美的仪表，给客户一个好的第一印象，用微笑打破客户的防线等，这样才是成功的开始。

好口才并不是天生就有的，而是靠销售人员在无数个生意场中的失败换来的。要想成功地拿到订单，就要明白订单是问出来的，订单是说服出来的，掌握高效地说服客户的要领，不仅要有一副好口才，还要涉猎方方面面的知识，包括心理学、社交礼仪、市场营销学等。因此，销售人员需要在平时的一点一滴中汲取营养，不断学习，不断进取，努力提高自身的销售技能，这样才能在销售过程中厚积薄发，不断创造辉煌的业绩！

本书适用于广大销售人员、销售管理人员，可以作为公司销售培训教材，同时亦可以作为各大院校营销、经济专业学生的课外读物。

---

## Chapter 01 问出业绩：巧用提问的方式，迅速达成交易

---

问出客户的真实意图，化异议为订单 // 002

巧用提问的方式，助你迅速达成交易 // 006

有顺序、条理地提问题，拿下订单更容易 // 011

别忘了多问几个“为什么” // 014

提问高手都善于说“除此之外” // 016

---

## Chapter 02 挠到痒处：问到客户心坎上，订单轻松拿下来

---

从客户利益的角度，问出客户的真正需求 // 022

投石问路，能轻松打开客户的话匣子 // 025

问题问得好，就很容易化解客户的异议与偏见 // 030

发挥提问的威力，用最短时间接近客户 // 033

嫌货才是买货人，学会化挑剔为订单 // 036

优惠人人都喜欢，让客户感觉到物超所值 // 040

利用从众心理，问出你的订单 // 043

欲问出需求，从投其所好开始 // 047

用好问题将客户的注意力转移到产品上 // 050

提供“免费午餐”，让客户为其负债感买单 // 053

营造一个促使客户主动下单的氛围 // 056

让客户感觉“物以稀为贵”，刺激其购买欲 // 059

---

## Chapter 03 成为专家：提问越专业，客户越信任你

---

像专家一样提问、介绍，会借助专家的力量 // 064

与客户交流时，用数据提升你的说服力 // 067

用好专业术语，让它成为购买者的心理导师 // 071

用提问引导，循序渐进的介绍你的产品 // 074

声情并茂地介绍产品，更能感染客户 // 079

适当地提一提缺点，能让你的产品介绍更真实 // 083

利用好价格细分，更能促进你问出订单 // 087

这样评价竞争对手的产品最得体 // 092

用好提问，适当地留一点儿悬念 // 096

越能让客户多说“是”，越容易问出好业绩 // 099

---

## Chapter 04 获得认可：问出成交信号，谈出合适价格

---

别着急报价，耐心等待最好的时机 // 106

送你一套“砍价、杀价大法” // 109

抓住客户的心理价位，把订单问下来 // 112

适当时候，给客户来点“硬”的 // 114

“支持”客户的反对意见 // 118

迅速让客户了解产品对他的好处 // 120

用好“黑脸-白脸”策略，助你达成交易 // 124

反复强调重要讯息，让客户潜移默化地接受 // 127

捕捉成交信号，掌握成交主动权 // 131

---

## Chapter 05 适时赞美：提问搭配赞美，能让销售无往不利

---

接近客户时，让提问和赞美为你开路 // 138

有创意的赞美，是保证生意兴隆的一大窍门 // 141

学会请教客户，客户更容易被你说服 // 144

满足对方“好为人师”的心理，销售会更顺利 // 147

用真诚的赞美，把话说到对方的心坎里 // 151

---

## Chapter 06 化解拒绝：客户不购买时，怎样高效说服

---

用幽默打开客户的“拒绝之门” // 156

当客户说“考虑考虑”时，怎样说服 // 160

当客户只认品牌时，如何改变客户的看法 // 164

当客户说没有钱时，怎样实现购买 // 167

---

## Chapter 07 耐心倾听：会说更要会问，会问更要会听

---

会问更要会听：80%的业绩都是“听”来的 // 170

切勿在客户面前喋喋不休 // 172

善于倾听，迈向成功销售员的第一步 // 175

倾听，助你有效化解客户的抱怨 // 178

适时的沉默是你应该掌握的销售话术 // 182

---

## Chapter 08 精彩开场：第一印象越好，越容易征服客户

---

很多时候，第一印象决定销售成败 // 186

掌握“30秒内完美的自我介绍” // 190

微笑能迅速拉近你与客户间的距离 // 194

客套话说到位了，价值千金 // 197

你的仪表越完美，客户越愿意回答你的问题 // 201

越有感染力的声音，越容易问出订单 // 204

---

## Chapter 09 赢在售后：不断用好服务，培养重复购买的客户

---

成交后要向客户表示感谢 // 210

维护好老客户，让其重复购买的诀窍 // 213

在产品里添加情感价值 // 217

对客户的承诺要说到做到 // 220

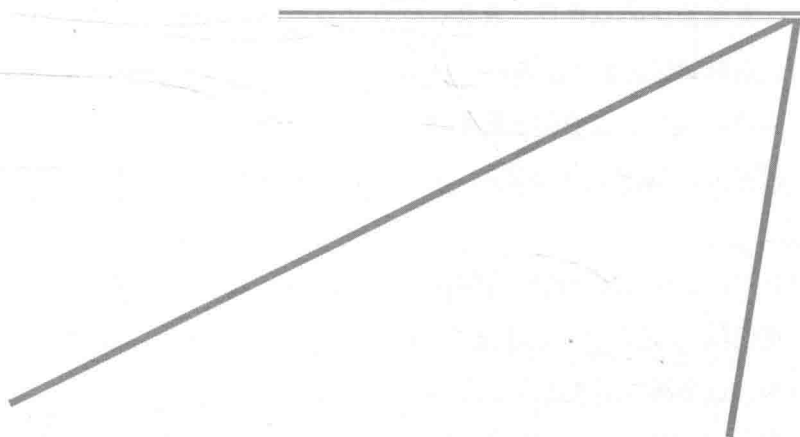
服务好一个客户，等于服务好了250个潜在客户 // 224

售后服务做得好，订单就源源不断 // 228

# Chapter 01

## 问出业绩：

巧用提问的方式，迅速达成交易



## 问出客户的真实意图，化异议为订单

在销售中，客户不愿意和你成交肯定有他的原因，销售员要能问出客户的真假异议，搞清客户异议的真实原因，这样销售工作才能顺利地开展下去。

在现实的销售中，很多时候，客户提出的异议让人无法接受，好像是在捉弄你一样。但是无论他们怎样说，总是会有真实的原因存在。这就要看你如何通过这个引子，钓到身后的“大鱼”了。如果你的话题误入歧途，如果你的提问僵硬封闭，总是让客户陷入思维的死角，又如何能得到客户的真实意图呢？

一家服装店的销售员，看到一位女客户走进了本店，盯着一件上衣看了很长时间，这时销售员走了过来：

客户：“这件上衣看起来很不错，多少钱啊？”

销售员：“原价是 400 元的，打完折之后是 200 元，质量非常好，而且价格便宜。”

客户：“200 元还便宜？这种款式是去年流行的，又不是新款式，还这么贵。”

销售员：“适合自己的才是最好的。虽然款式有点陈旧，但是穿在您身上特别有气质。这个新款不太适合您。”

客户：“这件款式陈旧能不能便宜点，不过我还是喜欢那款新的。”

销售员：“真的很不好意思，不能便宜了。那边也有很多新款式，要不你到那边看看。”

客户：“那些我不想看，我就喜欢这件，不能便宜就算了。”

很明显，客户想买衣服，但是由于销售员没有看懂客户的心中所想，没有识

别客户的真正异议，结果就让客户这样离开了。但是如果我们换一种方式来询问客户，是不是就可以了解到客户的真实意图了呢？

客户：“200 元还便宜？这种款式是去年流行的，又不是新款式，还这么贵。”

销售员：“适合自己的才是最好的。虽然款式有点陈旧，但是穿在您身上特别有气质。这个新款不太适合您。”

客户：“这件款式陈旧能不能便宜点，不过我还是喜欢那款新的。”

销售员：“这个新款的你也喜欢吗？”

客户：“对呀，我就喜欢这种长款的风衣，那个旧款的太短了，我不是很喜欢。”此时销售员终于问出了异议的真假，原来并不是价格问题。于是他立刻转变销售思路，他这样对客户说：“我看您非常喜欢这件长款的，我可以帮您取下来试试，看一下合不合身。”

客户：“好啊。”

客户很高兴地接过衣服。

销售员：“不过这件衣服的价格比那件稍微贵一点。”

客户：“看起来挺合适的，贵一点没有关系。”

销售员：“那好吧，我帮您包起来。”

客户：“好的，谢谢。”

当销售员问出了客户的真实异议之后，才了解了客户真正想要的产品。所以，辨别客户的真假异议是非常重要的。找到客户所真正关心的问题，才能采取解决问题正确的办法。

一位卖高等茶具的销售员，拿着自己的产品，来到一家精品茶馆推销自己的茶具。客户百般阻挠，称自己的茶馆不需要这种茶具。我们来看看销售员是怎样卖出去的。

销售员：“您好，这茶馆的生意不错嘛，来来往往这么多人。”

客户手中端着一套茶具说道：“还可以吧，您这边请。”

销售员随即说道：“这套茶具不错啊。”

客户笑着说：“还可以吧，买太贵的也没必要。”

销售员随即拿出自己的一套茶具说道：“您看我这套茶具怎么样，××公司生产的新产品，物美价廉，肯定适合你们用。”

客户：“看起来不错，这一套茶具多少钱啊？”

销售员：“一套 800 元。这个价格还合理吧？”

客户：“确实不错，但是我们这里不缺少茶具了。”

销售员：“你们的茶馆生意不错，可人来人往，难免有个磕碰的，有备无患啊。”

客户：“但是真的对不起，我们不需要。”

销售员想了想问道：“我们的茶具、价格、款式，您没什么异议，您还有什么不满意的地方吗？或是我没有介绍周全的？”

客户：“不知道贵公司的产品信誉如何啊？我能看一下产品质量认证书吗？”

销售员：“哦，原来是这个问题啊，我们公司是国家认证的权威机构，这是我们的产品认证书。”说着递给了客户。

客户看完之后好像放心了很多，于是说道：“那好吧，您留下几套，我们先试试看。”

就这样，客户买下了他的茶具。

在不断的询问下，销售员终于知道了客户的真实异议，最终打消了客户心中的疑虑。这就是销售员的高明手段。

在销售中，客户不愿意和你成交肯定有他的原因，销售员要能问出客户的真假异议，搞清客户异议的真实原因，这样销售工作才能顺利地开展下去。

### 1. 直接询问法

当你通过各种方式对客户的异议仍然无法做出正确的判断时，与其浪费时间，不妨直接向客户提问。例如，“您还有什么其他问题吗？提出来我们帮您解决”、“您对产品还有什么要求？”、“我还能为您做些什么？”等等。当你这样向客户提问了，他也许会告诉你真实的原因。

### 2. 间接提问法

很多时候，客户提出的异议并不是很明确，你很难做出正确的判断。这时，

如果直接提问就显得太鲁莽，最好采用间接提问的方式，循循善诱地引出客户的真实异议。比如：“我们是不是还有什么考虑不周到的地方吗？”

请记住，客户异议的真假是由你主动提问解决掉的。善问的销售员，才能快速分辨出客户的真实异议，才能快速地做出成交选择。

## 巧用提问的方式，助你迅速达成交易

带有系统性和针对性的提问是销售中必不可少的环节，通过这些问题，销售员可以弄清客户的需求，再利用产品做好铺垫，引起客户的兴趣，之后再以满足客户需求为出发点向客户提出问题，请求成交。

在销售中，许多客户总是迟迟不愿成交，要知道，有时这并不表示客户的内心需求没有被满足，而是他没有意识到对商品需求的紧迫性，并不认为这件商品对自己很重要或是真的能给自己创造价值。这时，如果销售员能够通过提问的方式，让客户认识到自己“一定要买”还“非买不可”的迫切形式，那么生意自然就水到渠成了。

当然了，在销售过程中，仅仅会问是不够的，还要讲求按部就班、循序渐进，要一点一点地培养客户的情绪，如果一味求快，那么只会变成这样：

销售员：“您好，我是××公司的销售员。我们公司的产品性价比高，价格公道，不知道您之前是否听说过我们公司的产品？”

客户：“听说过，不过还不是太了解……”

销售员：“其实不少知名企业都是我们的客户，这是产品的相关资料。您觉得我们的产品怎么样？”

客户：“这个……我先看看吧，还可以。”

销售员：“请问您对我们的产品有什么疑问吗？”

客户：“没有……”

销售员：“那么您打算什么时候签订单呢？”

客户：“这个，我们暂时还没有这个想法……我还需要和公司领导再商量一下……”

在与客户交流时，很多销售员都会像上紧了发条一样，过度加快销售进程，而没有按照客户接受程度提问，给客户一种咄咄逼人的感觉。针对以上情景，销售员可以采取这样的提问模式：

销售员：“您好，我听说您的公司准备购进一批设备，请问您是否能够说一说最符合您公司要求的产品都应该具备哪些特征呢？”

客户：“性能好、耐用、易于清理、价格公道、售后服务周到……”

销售员：“这实在是太好了，我们公司的产品与您的要求不谋而合，非常希望与贵公司取得合作，不知道您对我们公司的产品印象如何？”

客户：“你们的产品我倒是听说过，不过不知道具体怎么样。”

销售员：“我想我们的产品一定会让您公司的绩效大大提成的，您是否有兴趣了解一下我们产品的具体情况呢？”

客户：“是吗？那我倒是有兴趣听一听。”

在经过一段时间交谈后，客户已经对产品有了一定的了解，并有了较为浓厚的兴趣。

客户：“哦，这么说来的确和我们的要求十分吻合。”

销售员：“是的，对于这一点我非常有信心，只要订单签好，一个星期之内您就将看到商品了。那么，您打算什么时候签订订单呢？”

客户：“哦，是这样啊。那么就下周二吧。”

销售员：“好的，感谢您给我们这次机会，希望咱们合作愉快。”

带有系统性和针对性的提问是销售中必不可少的环节，通过这些问题，销售员可以弄清客户的需求，再利用产品做好铺垫，引起客户的兴趣，之后再以满足客户需求为出发点向客户提出问题，请求成交。

没错，那些正是强而有力的决定性问题。

在现实的销售活动中，这种运用提问而达成交易的成功案例数不胜数，接下来就让我们看看史蒂芬是怎么做的吧！

史蒂芬：“经理您好，我是德国管理咨询公司的史蒂芬，想请教您几个问题？您看可以吗？”

经理：“什么问题？”

史蒂芬：“是这样的，经常有许多公司向我们打来电话，向我们公司咨询关于库存管理、产品分类管理，以及账务管理方面的问题，还请求我们给他们提供这方面人才，不知您在这方面有没有什么更好观点的与意见？”

经理：“这个很简单，我们有专人负责仓库管理这块，产品分片分区管理，财务也有专人负责。只是，我也有些困惑，就是他们办事效率很低，我需要个什么报表，往往不能够及时统计出来，造成信息不顺畅。不知道你们有什么好的解决办法没有？”

史蒂芬：“我请问下，您目前使用的是什么管理软件？”

经理：“管理软件？那个有点太尖端了，会用的人不多啊，我们现在一直在用人工做账。”

史蒂芬：“那些向我们打来咨询电话的公司，也是喜欢采用人工做账，只是没有您分配的那么细致，有条理。不过，他们现在这些问题都解决了，您想知道他们是怎么做的吗？”

经理：“是吗？怎么解决的？”

史蒂芬：“他们使用了一种叫做×××财务管理软件，不仅节省了人力，而且每天都能够了解今天的产品进、销、存，畅销产品、滞销产品比例，进出账情况，欠账、拖款情况等。不知道您是否也感兴趣呢？”

经理：“是吗？有这样的软件？哪里能买到？”

史蒂芬：“这样吧，我下午二点到你们公司去下，您在吗？我把软件带过去，顺便给您的员工讲解如何使用这个软件，怎么样？”

经理：“好啊，我会在这里等你。”

通过史蒂芬几句关键性的问话，使得经理意识到了他所推销的商品是自己所需要的，从而达成了交易，这也给了我们一个启示：客户的需求，有时是销售员问出来的。