

远卓品牌“茶叶品牌营销实战”书系“茶商八部”之五

卖茶 你要这么说

快速破解卖茶的49个困惑

谢付亮 张之闯 著

中国第一本茶叶店销售话术专著
一字一句精心传授销售成交秘诀

权威品牌导师十余年实战心得
助力茶叶店快速提高销售业绩

非外借



海峡出版发行集团

福建人民出版社

THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP

FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING

卖茶 你要这么说

快速破解卖茶的 49 个困惑

谢付亮 张之闯 著

图书在版编目 (CIP) 数据

卖茶你要这么说：快速破解卖茶的 49 个困惑/谢付亮，张之闯著.
—福州：福建人民出版社，2017.10

ISBN 978-7-211-07700-7

I. ①卖… II. ①谢… ②张… III. ①茶叶—销售—
方法 IV. ①F724.782

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 148817 号

卖茶你要这么说

MAICHA NI YAO ZHEME SHUO

——快速破解卖茶的 49 个困惑

作 者：谢付亮 张之闯

责任编辑：何水儿

出版发行：海峡出版发行集团

福建人民出版社

电 话：0591-87533169(发行部)

网 址：<http://www.fjpph.com>

电子邮箱：fjpph7211@126.com

地 址：福州市东水路 76 号

邮政编码：350001

经 销：福建新华发行（集团）有限责任公司

印 刷：福州万达印刷有限公司

地 址：福州市仓山区金山大道 618 号橘园洲工业园 19 号楼

开 本：700 毫米×1000 毫米 1/16

印 张：12.25

字 数：203 千字

版 次：2017 年 10 月第 1 版

2017 年 10 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-211-07700-7

定 价：48.00 元

本书如有印装质量问题，影响阅读，请直接向承印厂调换
版权所有，翻印必究

你说的每句话，都事关卖茶命运（代序）

说话还要学习吗？

是的，并不是每个人都能把话说好。

可以说，在卖茶过程中，你的每一句话，要么朝着成交的方向前进一步，要么朝着相反的方向退一步。

说话的过程，也是获取信息的过程；只有获取足够的信息，我们才能准确把握客户的需求，从而满足客户的需求，一步步走向成交。

自己会说话了，说到别人心坎上了，令人心里舒服，顺顺畅畅，别人才愿意接你的话茬；自己不会说话，一张口就令人不悦，甚至噎住别人，自然就堵住了别人的嘴巴，切断了继续交流的进程。

《卖茶你要这样说》就是与你共同探讨卖茶过程中如何说话的书。

这是中国第一本茶叶店销售话术实战教程，是我和张之闯等老师联合调研了一千余家茶叶店，亲自参与销售实战的结晶。

《卖茶你要这样说》立足走近顾客，走进顾客，“走敬”顾客三大基本面，围绕卖茶说话的核心四字诀“一针见血”，针对茶叶店导购员在卖茶过程中遇到的49个场景，诸如销售心态、沟通障碍、价格异议、质量困惑、提问技巧、优惠矛盾等等，从鲜活生动的问题入手，先分析问题背后的“问题”，解析问题的症结所在，然后再给出具体的破解策略和说话模板，同时列明该类困惑的破解流程，便于导购员举一反三。为便于阅读，我们制作了大量的示意图，生动直观地展示沟通技巧。

用心读完《卖茶你要这样说》，你就能快速掌握49个场景的应对技巧，再因地制宜、巧妙组合、融会贯通，你就可以快速精通怎么“说”，快速“说”到消费者心里去，快速建立更紧密的客情关系，快速提高茶叶店的销售业绩。

谢付亮

2017年于杭州

目 录

上编 走近顾客

- 情景1 看见顾客之前，我怎么说？ 2
- 情景2 顾客在门外犹豫，我怎么说？ 7
- 情景3 新客进店，我怎么说？ 13
- 情景4 老客进店，我怎么说？ 19
- 情景5 顾客不理不睬，我怎么说？ 24
- 情景6 顾客带着孩子进店，我怎么说？ 28
- 情景7 顾客不愿意品茶，我怎么说？ 33
- 情景8 面对打探行情的同行，我怎么说？ 39
- 情景9 顾客想了解茶叶产地，我怎么说？ 43
- 情景10 顾客问起茶叶质量时，我怎么说？ 48
- 情景11 顾客不相信我的话，我怎么说？ 53
- 情景12 顾客说品牌没听过，我怎么说？ 58
- 情景13 顾客说品牌太小，我怎么说？ 63
- 情景14 顾客说自己被忽悠过，我怎么说？ 66
- 情景15 顾客说“便宜没好货”，我怎么说？ 69
- 情景16 恰逢促销刚刚结束，我怎么说？ 72
- 情景17. 进店的顾客来不及应对，我怎么说？ 76

中编 走进顾客

- 情景18 顾客“二进店”时，我怎么说？ 80
- 情景19 顾客发现上次“买贵了”，我怎么说？ 83
- 情景20 顾客对茶叶包装不满意，我怎么说？ 88
- 情景21 顾客抱怨价格太高时，我怎么说？ 92
- 情景22 顾客体会不出口感，我怎么说？ 96
- 情景23 顾客摆出茶叶专家的样子，我怎么说？ 100

情景 24	同行的顾客意见不同时，我怎么说？	103
情景 25	顾客说错专业知识时，我怎么说？	106
情景 26	顾客引用负面报道时，我怎么说？	110
情景 27	顾客指出我的错误时，我怎么说？	114
情景 28	顾客提出喝茶的害处时，我怎么说？	118
情景 29	顾客无故指责我时，我怎么说？	121
情景 30	发现茶样有质量问题时，我怎么说？	124
情景 31	遇到无法回答的问题时，我怎么说？	128
情景 32	顾客要求额外配送赠品，我怎么说？	131
情景 33	突然发现赠品意外用完时，我怎么说？	134
情景 34	好久没来的顾客突然上门，我怎么说？	137
情景 35	顾客边买单边抱怨时，我怎么说？	140
情景 36	顾客说其他店更便宜时，我怎么说？	144
情景 37	顾客说“过头话”时，我怎么说？	147

下编 “走敬” 顾客

情景 38	顾客说搞活动再买时，我怎么说？	152
情景 39	顾客要货比三家时，我怎么说？	157
情景 40	顾客要买的茶没有时，我怎么说？	161
情景 41	希望顾客帮助推广时，我怎么说？	164
情景 42	顾客突然放弃购买时，我怎么说？	167
情景 43	同行的顾客想走，我怎么说？	170
情景 44	发现顾客囊中羞涩时，我怎么说？	174
情景 45	顾客买了茶，回家后不满意，我怎么说？	177
情景 46	顾客来退茶的时候，我怎么说？	181
情景 47	顾客来换茶的时候，我怎么说？	184
情景 48	顾客买单时发现没带钱，我怎么说？	186
情景 49	顾客付完款后，我怎么说？	189



上 编

走近顾客

情景 1 看见顾客之前，我怎么说？

阅读前，我的处理方式

我这样说：_____

主要原因：_____

还没看见顾客，怎么会有话“说”呢？搞错了吧！

没错，的确如此！

要沟通顺畅，看见顾客之前，你就要知道怎么“说”。

其实，很多时候，你也是这样做的。

诸如，有没有担心过一些“说话”的问题？有没有为一些开场白、欢迎词，怎么“说”而精心准备，有时甚至会模拟将要出现的对话现场，反复演练，以求心安？

“手中有粮，心中不慌”。我们开篇就来谈此主题，就是为了强化未雨绸缪、有备无患的意识。

一、场景写真

【场景一】

“今天就要上班了，看见顾客说什么好呢？”

【场景二】

“还不是那些老问题？兵来将挡水来土掩呗，简单回答几句，打发掉不就得了。”

【场景三】

“我不喜欢顾客问七问八的，有什么好啰唆的？买就买，不买就不买，干吗要问那么多？最好是啥都不问，看中了就买。”

【场景四】

“真不知道现在的顾客怎么想的，问题要提很多，但是你说什么，他都不相信！就算你把心掏出来给他吃，他还觉得你的心是苦的。真没办法！”

以上四种场景展示的，都是导购员的现身说法。

在看我们的诊断之前，最好是能够对照自己的想法，简单做一做“体检”，同时想一想应该怎样去解决。

二、问题诊断



【场景一：货不够】

肚子里的货不够，不知道怎么跟顾客说话，心有顾虑，甚至心里面就像敲着拨浪鼓一样，也都是非常正常的，尤其是刚刚开始卖茶的新人，必须直接去面对这种问题，不要逃避，坦然接受，然后再去想办法解决。

【场景二：老油子】

老油子的心态要不得，不管问题大小难易，只要是顾客的问题，都必须真心对待，不能存有“打发”顾客的思想念头，否则顾客也会“打发”你。

常见的茶叶销售困惑就那么多，一定是呈正态分布的，不同的顾客的确会隔三差五地提出相同的问题，但你必须像对待自己的孩子那样耐心。

【场景三：没耐心】

耐心是沟通的基础，更何况顾客有问题要你帮忙解答，那是在给你机会。

如今的茶叶品种太多，各类茶叶质量传闻或负面信息也不少，顾客有疑惑、有担心是正常的，你必须耐心地为他解答。

开玩笑说，你不喜欢顾客问七问八，难道你只喜欢顾客掏钱买



单吗？

倘若如此，你必然会被淘汰，现在是移动互联网催生的村落时代，基于个人魅力人格的交流才是真正打动人的交流，由此建立的关系也才长久稳定。

【场景四：缺方法】

没错，顾客的确很难相信商家的话了。

一朝被蛇咬，十年怕井绳。我们的顾客已经“屡次被蛇咬”，你叫他怎能轻易相信你说的话？

责人之心责己，恕己之心恕人。还是先静一静，不要感叹自己的话没人信，也不要责怪顾客说你的“心”苦，而是要结合现状寻找说话的技巧和方法，说出能够进入消费者内心世界的言语。

三、破解策略

破解这一问题的关键在自己，需要从四个方面去改变和提升。



第一，将心比心。

先换位思考一个问题，如果你去买茶而对茶一窍不通，这个时候，你希望导购员怎么做？

当然是希望导购员能够发自内心地帮助自己挑选合适的，希望自己提问时能够得到耐心的解答……

这就是将心比心，也是大多数人的想法，我们与顾客之间的高效沟通，必须遵照这个标准去展开。

第二，夯实基础。

平时多积累茶叶知识，操练泡茶技能，同时要认真学习说话方法和沟通技巧，当然，茶叶知识和泡茶技能不能局限于你所卖的茶。你销售

主打红茶，不仅要了解中国的多种红茶，还要知悉国外的红茶特征；对绿茶、白茶、乌龙茶等也不应陌生。

第三，提升修养。

提升修养的方式有很多，最便捷的方式是读书。

读书的范围要广，不能仅限于技能类的图书。有时间有精力的情况下，要尽力多读一些看起来没有用的书，多涉猎一些冷门的知识，不仅可以储备说话的素材，关键时刻也许能派上用场，与顾客共鸣。

第四，持续操练。

不管在销售过程中，还是日常生活中，你有了将心比心的心态，夯实了各类专业根基，也提升了修养，但这还远远不够，还必须在实践中一次次地“说”，一次次地反思，一次次地总结，才能有效提高说话能力。

尤其是，在与客户沟通失败或者说不成交之后，更要立即针对沟通的过程进行反省，发现错误后要即刻提醒自己去纠正，才能让说话能力到达一个更高的水平。

四、说话模板

这一章的“说话模板”很特殊，我们所列出的话语没有严格的先后顺序，但都是“你”必须对“自己”说的。

你每天都要说，可以对着镜子大声说，也可以在心中默默地说，总之要坚持不断地说，以持续引导自己朝着既定的方向去走。

【模板一】

我的一切都来自于顾客，我要从内心深处尊重顾客、理解顾客。

【模板二】

良心无价，只要我永远凭一颗良心卖茶，我就是在助人为乐，就是在积德行善，就是在造福人类。

【模板三】

巧妇难为无米之炊，肚子里有货才能谈笑风生，收放自如，我要坚持不断地学习茶叶知识和泡茶技能。

【模板四】

我要在日常生活中学会关心人，从各种细微处去关心顾客、善待顾客。无论顾客问什么、说什么，哪怕是抱怨和责骂，我也要善待之。



五、举一反三

凡事预则立，不预则废，也就是通常说的不打无准备之仗，这是你提高说话水平的核心指导思想之一，值得在茶叶销售过程中举一反三。

例如，当你不开心的时候，你要先让自己开心起来，然后再去面对顾客。换言之，你要先照顾好自己的内心，才能帮助顾客解决困惑。

再如，当你缺乏自信的时候，你要先让自己自信起来，然后再去面对顾客；当你自己都不喜欢喝茶的时候，你要强迫自己爱上它，然后再去引导顾客。

总而言之，你要尽力用这样的原则去处理卖茶问题，即，凡事先要求自己准备好或先做好，然后再去要求同事、下属或顾客。



自己先验证，把自己当榜样，卖茶之路一定会越走越顺畅！

六、心灵茶汤：不卖茶，就去当“总”理

印度总理是卖茶叶出身的。

国际在线《图说莫迪政治生涯：从茶叶小贩到印度总理》有这样一段文字：1950年9月17日莫迪出生于印度古吉拉特邦瓦德纳加尔镇。莫迪表示，当自己还是一个小男孩时，就帮爸爸在瓦德纳加尔火车站卖茶叶。

眼下是中国茶产业大转型时机，也是茶叶销售方式最需创新时日。真心善待消费者是卖茶的永恒法则。坚持下去，你至少可以“总”理一方的茶叶生意。

情景2 顾客在门外犹豫，我怎么说？

阅读前，我的处理方式

我这样说：_____

主要原因：_____

顾客经过茶叶店，目不斜视，你在店内，不闻不问，或压根就没看见，自然就没有机会。

倘若顾客在门外犹犹豫豫，碰巧你又看见了，这时你有机会抓住消费者，也有很多方法抓住消费者，前提是你必须用心。

一、场景写真

【场景一】

顾客在门外放慢了脚步，扭过头望了望茶叶店，接着又加快脚步，迅速离开了。

【场景二】

顾客在门外放慢了脚步，或停了下来，望了望茶叶店，又想走开，但又停下来望了望，接着又想走开。

这样的场景经常会有，想一想，自己平时逛街，是不是也有类似的举动呢？

那就回忆一下，当时自己为什么会有那些犹豫不决的动作，尽力都列举出来，对解决问题大有帮助。

二、问题诊断

逛街过程中，对于路过的店铺，我们一般都会快速“扫描”。

若是在一瞬间发现有亮点，或者是察觉到一点不同寻常的东西，我



们就会放慢脚步“瞅一眼”。否则，就加速通过。

这些动作都是在极短过程中发生的，仔细回想并用“放大镜”去分解，我们才能看清这个过程。

我们重点看一看顾客在店外放慢脚步或者犹豫的原因。



【看装修】

店里的装修有特色，就像我们看见国外品牌的茶叶店，与我们中国传统茶叶店风格迥异，富有咖啡厅的元素，让茶叶店更时尚，更有现代感。

我在绍兴看到过一家茶叶店，面积不大，装修非常时尚，我瞄了一眼就很有感觉，但急于办事，当时看了几眼就走开了。办好事情之后，我专程折回头去店里逛了逛，并认真地与店老板搭讪。若是老板的说话再“温和”一些，我就会买一些产品，以表达我的心意。

相反，我在西安看见一家理发店，没有装修成“时尚的感觉”，反而装修成了“茶叶店的感觉”，并且还放了不少书。我很感兴趣，就进店与店员聊了聊。店员很客气，我们还特意拍了张照片，留作纪念。居住在店铺附近的客人，也常走进去看看。

【瞅瞅人】

瞅瞅人的情况主要有两种。

其一，对于男人来说，看见美女就会多瞅一眼；对于女人来说，看见帅哥也会多瞅一眼。爱美之心，人皆有之，这是天性使然。茶叶店招聘员工，起初对形象都有较高的要求。再加上平日里泡茶喝茶的轻盈生活，更会让茶叶店里的男孩女孩显出不一样的气质。

其二，也许碰巧客人看见店里的人和自己的某个朋友很像，于是就放慢脚步，多瞅几眼，这也是常常发生的。

【瞄产品】

不打算购买什么茶叶，或者也不知道该买什么茶叶，于是在路过茶

叶店时，粗枝大叶地瞄一瞄，看看店里究竟在卖什么。

如果客人看到好奇的，就会定睛一看；若是客人看了之后，与自己期望的不一样，提不起再多的兴趣，也就立即作罢。

【捡便宜】

不是买便宜，而是占便宜或捡便宜，这是消费者的心理，很多人都有这种心理。

客人路过店铺，驻足看看，若是有“大幅跳水”的茶叶，价格低到不能再低了，也许就会心动去看看，说不定就可以捡个便宜。

细心的读者可能会联想到一些服装店，门口总是会给出各种各样的“大出血”理由，目的自然是希望你别再犹豫，别再徘徊，过了这个村就没这个店！

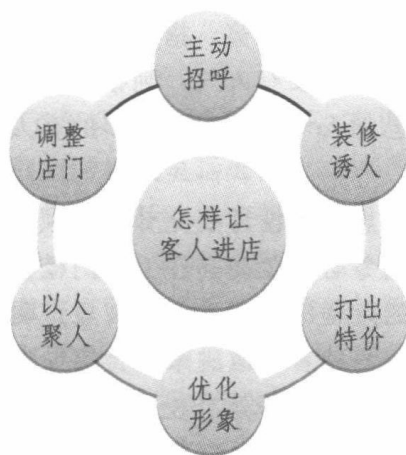
【想品茶】

对茶有兴趣，但又缺乏了解，碰巧有时间，想进去品品茶，但又不知道茶叶店的水有多深，品茶要不要收费。

若是免费，又担心品尝之后不买难为情；若是收费，又不知道收费的标准，万一弄个天价茶多尴尬？徘徊在门外的客人，一定是有顾虑才不进去，这一点必须正视才能解决。

三、破解策略

路过的客人，自然进店越多越好，那么，如何让路过的顾客主动进店呢？



第一，主动招呼。你主动去招呼了，态度诚恳，只要不是十万火急的事情，很多人都会进去看看的，至于看多长时间，则因人而异。



天福茗茶在这方面做得很好，我们走遍祖国大江南北，只要是路过天福茗茶的店，几乎都受到店家的主动招呼。这看似简单，不就一杯茶吗？但能够风雨无阻地去坚持执行，一定不简单！说实在的，有几家茶叶店能做到呢？

第二，装修诱人。店铺形象，包括店招都类似茶叶店的脸，都需要差异化，突出自己的个性以吸引人。

第三，打出特价。选择一款茶，打出超低的特价，吸引客人进一步了解。具体操作的时候，你要注意三点：

其一，特价的茶叶是为了增加客人进入茶叶店的“入口”，价格一定要标注醒目，让客人路过的时候一目了然，才能达到效果。

其二，特价的茶叶必须确保质量，不可以次充好，不可轻视相关的购买行为，必须坚持维护良好的品牌形象。

其三，特价的茶叶也要说清楚茶叶的价值，让路人感觉到依然物有所值。

第四，优化形象。不管男女，茶叶店的员工都要持续不断地优化自己的形象，让客人一见到就有种“欣赏你的感觉”。请注意，欣赏你并不一定是因为你貌若天仙、倾国倾城，也不一定是因为你玉树临风、貌似潘安，而是修炼自己的内心，做一个善良的人，积极看待这个世界，让自己浑身释放出温柔与和善。

若是在和善之余，还能由内而外地散发出高雅气质或独特韵味，则更有魅力，更能吸引客人。

第五，以人聚人。人多的地方，更容易吸引人。即使五六个人围成一圈，对着空荡荡的地面说说笑笑、指手画脚，也会吸引其他人继续围观，一探究竟。相反，若是没有人气，则很难吸引到人。茶叶店可根据自己的情况，提高自己的人气，以吸引更多的客人进店，形成一个良性循环。

第六，调整店门。店门的设计要充分考虑顾客的心理感受，如果是面向大众消费者，店门务必避免高高在上、门槛很高的感觉。

我们在服务客户的过程中发现类似的现象，明明是要做大众消费者的生意，却又弄得大众消费者不敢进来，直接导致客流越来越少，生意越来越差。当然，若是你在品牌运作上“反弹琵琶”，故意制造“豪华印象与平价消费”的反差，同时又有系统的方法吸引客人进店，则另当别论。

除此之外，若是主攻高端市场，那就要尊重高端消费者的心理感

受。总之，你要吸引的是谁，你就要遵照谁的要求。

四、说话模板

看了上面的分析，就可以知道“说话模板”之外的东西更多。只有在理解之后，才能更好地去运用“说话模板”，下面列举六个。

【模板一】

这位先生，外面很冷，进来喝杯热茶吧，新到的祁门红茶，暖暖身子。

【模板二】

大姐，这么热，进来喝杯茶吧，不着急的话，歇一歇再走。

【模板三】

大爷，今天正山小种做活动，难得有八八折，你要不要进来看看，买不买都没关系。

【模板四】

小帅哥，今天新到了凤梨酥，要不要和妈妈一起进来尝一尝？很健康的，没有添加剂。

【模板五】

老板，今年的安吉白茶上市了，要不要尝尝鲜，我看您杯子里泡的茶好像是白茶？

【模板六】

阿姨，清热降火的菊花茶今天做大赠送活动，买三罐就能再送您一罐，卖完就没了。

五、举一反三

“说话模板”设置了不同的场景和人物，有男有女，有老有少，实际说话的时候，要根据当时场景灵活处理。

比如，碰巧在下大雪，门外一位老奶奶朝着店里看了又看，你就可以说：“奶奶，雪这么大，进来喝杯热茶吧。”

即使老奶奶不愿意进店，也会因为你这句话而留下美好的印象。若是老奶奶进店了，则多了进一步沟通的机会。哪怕是沟通之后，老奶奶不买茶，也没关系，重要的是，你已经成功传递出你的价值观，让老奶奶深刻地感受到了你的善意。如此一来，你、茶叶店以及茶叶品牌也会被记住。天长日久，对你有好感的客人越来越多，口碑越来越好，生意自然就找上门来了。

