

一分钟

打动人心

三销售口才三



潘鸿生◎编著

▶ 绝对不能让销售输在口才上

让你业绩倍增的口才技巧

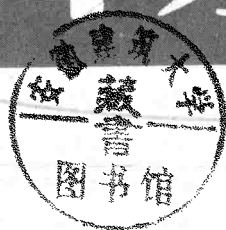
如何说，客户才会听？ | 买卖不成话不到， | 能说服客户，
怎样听，客户才会说？ | 话语一到卖三俏。 | 你才有未来。

北京工业大学出版社

一分钟

打动人心的

三销售口才三



潘鸿生◎编著

北京工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

一分钟打动人心的销售口才 / 潘鸿生编著. —北京:
北京工业大学出版社, 2017.10

ISBN 978-7-5639-5541-1

I. ① 一… II. ① 潘… III. ① 销售-口才学
IV. ① F713.3 ② H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 204805 号

一分钟打动人心的销售口才

编 著: 潘鸿生

责任编辑: 钱子亮

封面设计: 中北传媒

出版发行: 北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园 100 号 邮编: 100124)

010-67391722 (传真) bgdcbs@sina.com

出 版 人: 郝 勇

经销单位: 全国各地新华书店

承印单位: 香河利华文化发展有限公司

开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张: 18

字 数: 253 千字

版 次: 2017 年 10 月第 1 版

印 次: 2017 年 10 月第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978-7-5639-5541-1

定 价: 35.00 元

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题, 请寄本社发行部调换 010-67391106)

前言

销售是一门沟通的艺术，而口才才是销售人员梦想成功的基石。俗话说：“买卖不成话不到，话语一到卖三俏。”美国的“超级推销大王”弗兰克·贝特格总结30年推销生涯的经验，得出“交易的成功，往往是口才的产物”的结论。世界一流销售大师金克拉也说过：“说话的艺术很重要。它可以使事情改变，可以使客户自己说服自己。”因此，人们不得不承认这样的一个事实：对于销售人员来说，哪里有声音，哪里就有了力量；哪里有口才，哪里也就吹响了战斗的号角，进而也就有了成功的希望。

无数事实证明，不会说话就不会做销售，没有好口才就干不好销售。销售是靠嘴吃饭的行业，好业绩都是“说”出来的，销售人员的口才如何，直接关系到业绩的好坏。一名出色的销售人员最大的本领就是具有出色的说话能力。

说话在销售中起着巨大的作用，想成为一位优秀的销售人员，不会说话是不行的。好口才可以吸引客户的注意力；好口才可以让你自如地与客



一分钟打动人心的

销售口才

户进行交谈；好口才可以激发客户的兴趣，刺激对方的购买欲望；好口才可以消除客户的疑虑，赢得对方的信任；好口才可以将相关信息有效地传递给客户；好口才能够缓和销售活动的气氛；好口才能让你摆脱销售中的沟通困境；好口才可以让你掌握洽谈的主动权；好口才可以变被动为主动，扭转局面；好口才可以帮你有效实施推销策略，完成交易；好口才也有助于赢得更多的客户……可以毫不夸张地说，销售的成功在很大程度上可以归结为销售人员对口才的合理运用与发挥。因此，销售人员需要具备一流的口才技巧。

成功靠腿，销售靠嘴。销售能否成功直接取决于销售人员的口才技巧，销售人员要想让客户接受你的意见，顺利达成交易，就要在销售用语上多花费一些心思。本书全方位介绍了销售中口才技巧，同时提供了大量贴近销售实际的案例，让读者轻轻松松地掌握销售的口才技巧。不论你是江湖老手，还是市场新兵，不论你推销的是什么样的产品，本书都可以让你一看就懂，一学就会，一用就灵，真正做到方便实用。阅读本书，你可以更好地进行销售工作、提高销售业绩，继而在现有岗位或未来的岗位上做出一番成就。

目 录

第一章 练好销售口才，说出好的业绩

货卖一张嘴，全凭舌上功	003
底气十足，用自信的态度与客户交流	006
善用肢体语言，增强沟通效果	010
练好金口才，业绩自然来	012
用嘴拿订单，好口才才是销售的敲门砖	015

第二章 三言两语巧开场，接近客户零距离

开口有道，来个漂亮的开场白	021
谈论对方感兴趣的话题	024
一开口就激发出客户的好奇心	027
拉拉家常，说点客套话	031



一分钟打动人心的

销售口才

销售人员常用的经典开场白	034
--------------------	-----

第三章 与其滔滔不绝，不如用真诚打动客户的心

记住客户的名字，赢得对方的好感	039
没有热情，再多的语言也显得苍白无力	042
以诚待人，用真诚的言语打动客户	046
主动承认过失，将客户的错误揽过来	050
让客户觉得你所说的话是为他着想	053

第四章 找准赞美点，把话说到客户心坎上

真诚的赞美架起销售的桥梁	061
找准赞美切入点，客户自然露笑脸	065
别让不恰当的赞美毁了你的生意	067
赞美客户要把握原则和分寸	070
找到客户身上的闪光点	074

第五章 销售应该这样说，客户才会接受你

如果你能让客户大笑，你就能拿到订单	081
虚心求教，善用请教的言语策略	084

言谈之间表达出你对客户的关心	088
好声音，让你一开口就打动客户	091
转变思路，将你的意见变成建议	095

第六章 推介产品，要善于给产品打广告

寻找产品卖点，用卖点征服客户	101
为客户描绘一个美好的画面	105
让客户亲身体验产品特质	108
让不专业的客户听懂专业的介绍	112
突出产品的优势，淡化产品的劣势	115

第七章 会说更要会听，80%的成交都是靠耳朵来实现的

倾听是最有效的销售口才	121
给客户说话的机会，就是给你成交的机会	124
不要随意打断客户的话	128
听话听音，读懂客户话语背后的潜台词	131
倾听可以化解客户的抱怨	134



第八章 问对问题，在提问中抓住客户的需求

正确提问，把握客户的需求	141
掌握有效的提问技巧	145
掌握引导对方说“是”的提问技巧	147
通过提问，打开客户的话匣子	151
销售中最常见的9种提问方式	154

第九章 说服要到位，让客户无法拒绝你

巧用暗示说服客户	161
利用权威效应，让客户对你信任有加	164
巧用数字，让客户自己说服自己	167
对症下药，说服不同性格的客户	170
用讲故事的方式打动客户	173

第十章 嫌货才是买货人，轻松化解客户的异议

化解客户的异议，赢得客户的信任	181
巧妙施压，让销售由被动变主动	186
用反驳法应对客户的异议	187

以问代答, 巧妙提问化解异议	191
处理客户异议的常用方法	194

第十一章 成交才是硬道理, 该出手时就出手

巧用激将法, 让客户主动成交	201
欲擒故纵, 让客户急于下单	204
利用从众心理, 促使客户做出购买决定	207
“登门槛”效应: 循序渐进, 得寸进尺	211
假设成交法: 假设可以成交就真的可以成交	214

第十二章 报价议价, 让客户心甘情愿达成交易

开出高位价格, 给谈判预留空间	221
价格谈判不可过早让步	223
多谈产品价值, 少谈产品价格	226
拒绝客户不合理的价格要求	229
化解价格异议, 申明“一分价钱一分货”	232

第十三章 电话打出去, 订单飞进来

一线万金, 电话沟通拿订单	239
---------------------	-----



一分钟打动人心的

销售口才

跳过障碍，直接与目标客户通话	243
开场白是成功的敲门砖	247
掌握电话销售的沟通技巧	250
应对客户电话抱怨的沟通技巧	254

第十四章 谨思慎言，绕开销售中的语言禁区

说对手的好话，不要说对手的坏话	259
与客户争论无法带来成功	262
不要对客户说一些不中听的话	265
不要欺骗客户，说话要讲诚信	268
引起客户不满的 10 种说辞	272

第一章

练好销售口才，说出好的业绩

货卖一张嘴，全凭舌上功

我国古代著名的文学理论家刘勰这样评价口才的重要性：“一言之辩，重于九鼎之宝；三寸之舌，强于百万之师。”由此可见，口才具有何等强大的威力！对于渴望成功的销售人员来说，口才也无疑是极为重要的销售法宝，因为成功的销售来自一流的口才。美国的“超级推销大王”弗兰克·贝特格通过对30年推销生涯的总结得出“交易的成功，往往是口才的产物”的结论。因此，人们不得不承认这样的一个事实：对于销售人员来说，哪里有声音，哪里就有了力量；哪里有口才，哪里也就吹响了战斗的号角，进而也就有了成功的希望。

一名销售人员一旦具备了一流的口才，就能够顺利地发展客户；就能够争取到向对方推销的机会；就能够在极短的时间里迅速地吸引客户的注意力，引起对方的兴趣，从而打开销售工作的局面；就能够一步一步地激起客户的购买欲望，并最终说服对方做出购买决定。口才的影响力将会伴随着销售工作的整个过程，而销售口才的好坏，则会在销售工作的每一个环节上得以证实。因此，可以毫不夸张地说，销售的成功在很大程度上可以归结为销售人员对口才技巧的合理运用与发挥。

英斯劳特是美国阿拉斯加州一家食品厂的老板，也是一个众多保险推销员认为“很难对付”的老头。然而，推销员巴斯图尔克却通过自己出众的口才，成功地向英斯劳特推销了自己所在公司有史以来最大的一笔保单。那么，巴斯图尔克都说了些什么呢？请看两人的对话。



一分钟打动人心的

销售口才

巴斯图尔克：“英斯劳特先生，您是否可以给我一点时间，为您讲一讲人寿保险呢？”

英斯劳特：“我很忙，哪有时间跟你闲谈。再说了，跟我谈寿险也是在浪费你的时间。你都看到了，我现在已经63岁啦，好几年前我就已经不再买保险了。如今，我的儿女都已经长大成人，能够好好地照顾自己，即便我有什么不测，他们也有钱过舒适的生活。”

换了别的推销员，英斯劳特的这番合情合理的话，足以让其心灰意懒，但巴斯图尔克可不会那么容易死心，他继续说：“英斯劳特先生，像您这样成功的人，在事业和家庭之外，肯定还有些别的兴趣，比如对慈善事业的资助。您是否想过，在您百年之后，它们也许就无法正常运转了？”

看到英斯劳特没有说话，巴斯图尔克意识到自己的话说到点子上了，于是他趁热打铁地说下去：“英斯劳特先生，购买我们的寿险，无论您是否健在，您资助的事业都会继续维持下去。7年之后，假如您还在世的话，您每月将收到5000美元的支票，直到您去世。如果您用不着，您还可以用它来维持您的慈善事业。”

听了巴斯图尔克的这一番话，英斯劳特的眼睛忽然变得炯炯有神。很快，他便说：“你说的听上去很不错，现在我正资助着三名传教士，这件事对我很重要。你刚才说如果我买了保险，那三名传教士在我死后仍能得到资助，对吗？如果是真的，那我总共要花多少钱呢？”巴斯图尔克马上把投保的详细资料给了这位老人。最终，英斯劳特购买了这份寿险。而且，在接下来的几年里，英斯劳特还为巴斯图尔克介绍了不少客户。

通常，人们买保险是为了让自己和家人的生活有保障，而巴斯图尔克通过出色的口才，终于让英斯劳特意识到自己的另一种强烈需要——资助慈善事业。当巴斯图尔克帮助英斯劳特找到了这一深藏未露的需要之后，通过购买寿险来满足这一需要，对英斯劳特而言就成了主动而非被动的事了。

所以，货卖一张嘴，全凭舌上功。想要轻松拿到订单，就要有良好的销售口才。

美国新泽西州的一对老夫妇准备卖掉他们的房子，他们委托一家房地产经纪公司承销。这家经纪公司为这栋房子在报纸上刊登了一个广告，广告的内容很简短：“出售住宅一套，有6个房间，壁炉、车库、浴室一应俱全，交通十分方便。”

但是，广告刊出一个多月后仍然无人问津。无奈之下，那对老夫妇只好又登了一次广告，这次他们亲自撰写了广告词：“住在这栋房子里，我们感到非常幸福。只是由于两个卧室不够用，我们才决定搬家。如果您喜欢在春天呼吸湿润新鲜的空气，如果您喜欢夏天庭院里绿树成荫，如果您喜欢在秋天一边欣赏音乐一边透过宽敞的落地窗极目远眺，如果您喜欢在冬天的傍晚全家人守着温暖的壁炉喝咖啡，那么请您购买我们的这栋房子，我们也只想把房子卖给这样的人。”

结果，这则广告刊出还不到一个星期，房子就卖出去了。

这对老夫妇最终成功地推销了他们的老房子，发生这种逆转的关键在于他们那更富煽动性、更具吸引力的推销语言。他们的推销语言中不仅含有商品的信息，同时也运用了更具艺术性的语言将相关信息表述得更加新颖、更有针对性，从而增强信息刺激的力度，加速了客户将购买意图转化为购买行为的进程。

无数的成功销售实践一再证明，拥有良好的口才，是促使销售成功的一个关键前提，它完全能够使已经陷入僵局的销售工作取得重大突破。

说话对销售人员尤为重要，毫不夸张地说，一流销售大师的业绩，至少有一半是用嘴巴去创造的。一位销售大师曾经说过，只要你拥有成功销售的口才能力，你就能够拥有白手起家成为亿万富翁的机会。由此可见，口才在销售中的重要地位是毋庸置疑的，拥有优秀的口才是每一个人都梦寐以求的，同样这也是成为一名优秀销售人员所必备的前提条件。那么，究竟该如



一分钟打动人心的

销售口才

何提升口才技巧呢？事实上这是没有捷径可走的，这是因为适合别人的东西未必适合自己。所以，最好的方法就是大家在日常生活中，一点一滴地积累，去学习和探索那些切实可行的沟通与口才技巧，只有这样才能够练就自己的“伶牙俐齿”。

底气十足，用自信的态度与客户交流

在销售过程中，销售人员所说的话及说话的方式、说话的态度对于顾客的影响都是很大的。

销售人员是靠嘴吃饭的，所以，一名出色的销售人员一定要有出色的口才。只有具备了出色的口才，才能够让客户感受到你的自信和魅力，才乐意购买你的产品。

一个销售人员有没有自信，是完全可以通過说话判断出来的。在销售过程中，懦弱、胆小的销售人员，往往说话声音小；而那些充满自信、底气十足的销售人员，往往声若洪钟，说话干净利落。

一个自信的销售人员，在做产品解说时如潺潺流水，顺畅自然，不温不火、恰到好处地把相关的产品信息有效地传递给客户，能使客户一听就懂，入耳入心，使客户有美的感受，激起客户的购买兴趣。

顾客则可以通过销售人员说话时的态度及说话的方式，看出销售人员对自己的商品和推销技巧是否有自信。如果销售人员非常坚定，则他的商品就一定不错，他的诚恳态度就是真实的，他的表述就有九成是正确的，这样本来犹豫的顾客就会下定购买的决心。