

销售业务



这样谈

打动客户的说话智慧
业绩倍增的口才秘诀

陈育婷 编著
李孟洁 绘图

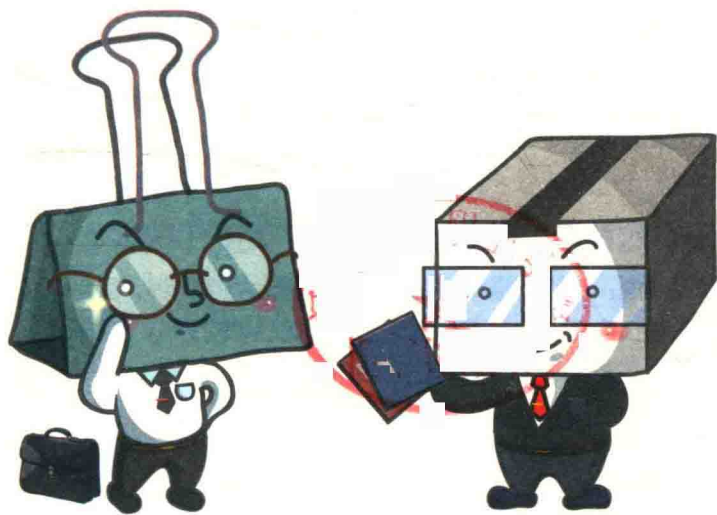
销售是场战争，口才就是最好的武器；销售需要技巧，沟通是最基本的能力。说准了，客户就会听你的；说对了，卖什么都成交。

中国华侨出版社

全新图解版

销售业务 这样谈

陈育婷/编著 李孟洁/绘图



中国华侨出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售业务这样谈: 全新图解版 / 陈育婷编著; 李孟洁绘图. — 北京: 中国华侨出版社, 2016.
ISBN 978-7-5113-6621-4

I. ①销… II. ①陈… ②李… III. ①销售-商务谈判-图解 IV. ① F713.3-64 ② F715.4-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 308388 号

销售业务这样谈: 全新图解版

编 著: 陈育婷

绘 图: 李孟洁

出 版 人: 方 鸣

责任编辑: 安 可

封面设计: 王明贵

文字编辑: 郝秀花

图文制作: 北京水长流文化

经 销: 新华书店

开 本: 710mm × 1000mm 1/16 印张: 12 字数: 176 千字

印 刷: 北京中创彩色印刷有限公司

版 次: 2017年3月第1版 2017年3月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5113-6621-4

定 价: 29.80 元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里26号通成达大厦3层 邮编: 100028

法律顾问: 陈鹰律师事务所

发 行 部: (010) 58815875 传 真: (010) 58815857

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com

如果发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系

前言

一名顾客走进一家服饰店，想要购买衣服。店家把原本要卖 399 元的衣服故意先喊价到 499 元，让顾客杀价，等顾客杀到 399 元再以一种无奈的口吻成交。事实上这个常见的买卖过程就是一种谈判的技巧，顾客杀了 100 元原以为赚到，而店家也如愿以偿以 399 元卖出，得到预期利润，这也算是一种谈判技巧，最终也达到店家所需的利润目地。

在积极追求成功的商业市场，每一个人都需要运用谈判缔造商机，如资源分配、交易买卖、销售过程中的条件谈判，乃至于劳资双方的谈判协议等。

如何使自己拥有筹码与人谈判？以商业来说，用谈判还不如说是如何使自己的局势比人强，得到自己所想要的东西的一个方式。比如说：如果以店家与顾客来说，总会碰到有人喜欢杀价，而店家所想要的是把物品以高价卖出得到最高的利润，但是以顾客来说，则是希望以最低的价格买到最好的物品，所以店家该用什么方式来获得最高利润？

企业间靠谈判来交换资源利益或是通过结盟合作来开创更大的机会。“谈判能力”是一个企业能否在竞争环境中取得较佳优势的关键所在！而销售人员在激烈的竞争中，拥有高超的商业谈判能力来增进谈判议价技巧，不但是积极达成成交的重要因素，也是企业提升竞争力的途径之一。

懂得利用谈判的技巧，让顾客达成你设定的目标。

军事上有句话说：“战略错误，战术很难扭转；战术错误，战斗则很难取胜。”这个道理用在谈判上也一样：“目标错误，就难以制定策略；策略错误，就难以制敌先机。”最后当然也离目标越来越远。很多老实人虽然坐上谈判桌，却不了解谈判是弱点间的对话，而不是一场公平竞争。

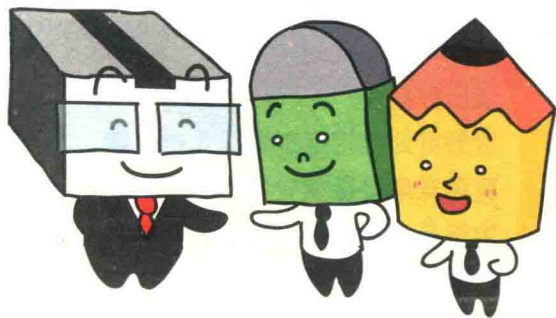
每个坐到谈判桌前的人都应该明白，想成为出色的谈判专家，不管你私底下多忠厚老实、善解人意，只要坐到谈判桌前，你所代表的就不只是你，而是代表所有委托你进行谈判的人。同时你也要认清，“老实”正是谈判桌上最大的弱点，因为老实人不仅不懂虚张声势的重要，甚至还会对对手有问必答、心怀同情，最后损耗的还是委托人（包括自己）的利益，我想这是除了你的对手外，谁都不乐见的结果。

所以，千万别在谈判桌上以“老实人”自居，这并不会成为让人赞许的美德，只会让你的委托人痛彻心扉，连带影响你的前途。诚实的观念，倾向“选择性的事实”，可以说，但不必说谎，这样在道德和现实上都可兼顾。

很多人会把谈判结果归责于“运气”上，例如：“这次运气不好，遇到那个人”“要不是他们半路杀出一个程咬金坏事，也不会变这样”“这次超倒霉的，我遇到的委托人根本不知道自己需要什么，没有目标要怎么和对方谈？”

其实，谈判进行时，要多方准备资料，当情况趋于对我们这一方有利，我们也不可以过度乐观，要步步为营，小心谨慎，清楚明确地掌握整个谈判的过程，避免过度乐观造成的事后摩擦。

本书就是以生活化的实例，搭配拟人化逗趣的插图的方式，告诉你如何作谈判前的准备；如何让对手觉得无路可退，永远买你的账；如何让你在各种谈判过程中总是胜利的一方，拥有最多筹码，进而创造好的业绩。



目录



第一章 好业务员必是谈判高手

1-1	伸手不打笑脸人	10
1-2	业务是谈出来的	12
1-3	态度决定胜负	14
1-4	给客户最好的第一印象	16
1-5	靠领袖魅力谈出好生意	18
1-6	美式作风案例	20
1-7	站在对方的角度上	22
1-8	用气势压倒对方	24
1-9	幽默化解危机	26
1-10	建立良好的客户关系	28
1-11	不动声色潜移默化	30
1-12	利用“空墙”效应	32

第二章 纵横商场必学“谈判”

2-1	谈判要重视个人因素	36
2-2	谈出无中生有的好生意	38
2-3	把握插话的分寸	40
2-4	处理不同意见的方式	42
2-5	谈出好薪资	44
2-6	恰到好处地拒绝别人	46
2-7	商场竞争必备技	48
2-8	价格是谈出来的	50
2-9	取信于上司及合作伙伴	52
2-10	人际中，小事就是大事	54

第三章 选择正确的销售策略

3-1	环境资料收集	58
3-2	为对方找一个成交理由	60
3-3	创造无形靠山	62
3-4	期盼认同自己的人出现	64
3-5	建立欲望诉求	66
3-6	善用恐惧心理	68
3-7	用价值取代价格	70
3-8	诚实可以提升你的人品	72
3-9	使用对方的语言	74
3-10	信任度是谈判的优先筹码	76

第四章 分析对手的谈判风格

4-1	实际型对手	80
4-2	亲切型对手	82
4-3	分析型及表现型对手	84
4-4	何谓“双赢”的谈判	86
4-5	掌握问话技巧	88
4-6	善于察言观色	90
4-7	做人比做事更重要	92

第五章 销售工具箱，道具不可少

5-1	运用线上工具	96
5-2	电话、电子邮件谈判秘诀	98
5-3	录音笔训练好口才	100
5-4	数码商品帮你抢得先机	102
5-5	善用统计报表	104
5-6	用框架让对方填故事	106

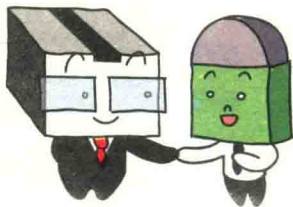


第六章 开口就要当赢家

6-1	准备好才开口	110
6-2	不轻易接受首次开价	112
6-3	避免正面拒绝	114
6-4	掌握“最后一句话”的所有权	116
6-5	“差价均分”策略	118
6-6	该说“不”，就别客气	120
6-7	沉默也是一种技巧	122
6-8	找出定案的关键人物	124
6-9	威胁也可以很动听	126

第七章 善用“谈判压力”

7-1	掌握时间紧迫性	130
7-2	让享受成为消费重点	132
7-3	底价由感觉决定	134
7-4	随时做好掉头就走的准备	136
7-5	留意对手的声东击西	138
7-6	让对方先做出承诺	140
7-7	用对钓饵事半功倍	142
7-8	向对手道贺	144
7-9	被拒绝并不是坏事	146

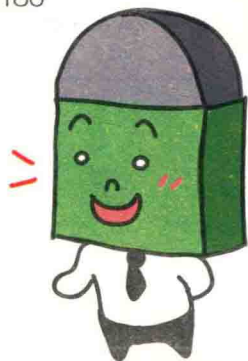
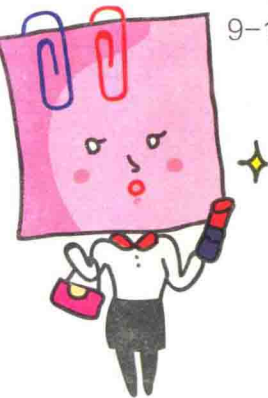


第八章 常见的谈判禁忌

8-1	不够灵活, 不懂变通	150
8-2	不懂借助第三者威名	152
8-3	没有替代方案	154
8-4	操之过急	156
8-5	不懂装懂、多嘴多舌	158
8-6	谈判对事不对人	160
8-7	分清楚意见与事实	162
8-8	以退为进的是陷阱	164

第九章 “逆转胜”——百分百成交技巧

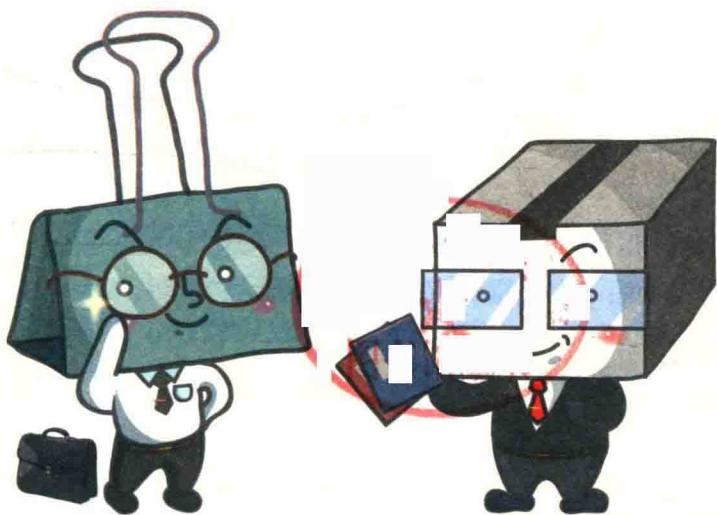
9-1	为对方贴上标签	168
9-2	抢救临时变卦的残局	170
9-3	善用说“是”的权利	172
9-4	小心弄巧成拙	174
9-5	全身而退	176
9-6	劣势地位靠“二软”解救	178
9-7	创造共同语言	180
9-8	制造被抢购的假象	182
9-9	学会刻意“忽略”	184
9-10	让对方无路可退	186



全新图解版

销售业务 这样谈

陈育婷/编著 李孟洁/绘图



中国华侨出版社

前言

一名顾客走进一家服饰店，想要购买衣服。店家把原本要卖 399 元的衣服故意先减价到 499 元，让顾客杀价，等顾客杀到 399 元再以一种无奈的口吻成交。事实上这个常见的买卖过程就是一种谈判的技巧，顾客杀了 100 元原以为赚到，而店家也如愿以偿以 399 元卖出，得到预期利润，这也算是一种谈判技巧，最终也达到店家所需的利润目地。

在积极追求成功的商业市场，每一个人都需要运用谈判缔造商机，如资源分配、交易买卖、销售过程中的条件谈判，乃至于劳资双方的谈判协议等。

如何使自己拥有筹码与人谈判？以商业来说，用谈判还不如说是如何使自己的局势比人强，得到自己所想要的东西的一个方式。比如说：如果以店家与顾客来说，总会碰到有人喜欢杀价，而店家所想要的是把物品以高价卖出得到最高的利润，但是以顾客来说，则是希望以最低的价格买到最好的物品，所以店家该用什么方式来获得最高利润？

企业间靠谈判来交换资源利益或是通过结盟合作来开创更大的机会。“谈判能力”是一个企业能否在竞争环境中取得较佳优势的关键所在！而销售人员在激烈的竞争中，拥有高超的商业谈判能力来增进谈判议价技巧，不但是积极达成成交的重要因素，也是企业提升竞争力的途径之一。

懂得利用谈判的技巧，让顾客达成你设定的目标。

军事上有句话说：“战略错误，战术很难扭转；战术错误，战斗则很难取胜。”这个道理用在谈判上也一样：“目标错误，就难以制定策略；策略错误，就难以制敌先机。”最后当然也离目标越来越远。很多老实人虽然坐上谈判桌，却不了解谈判是弱点间的对话，而不是一场公平竞争。

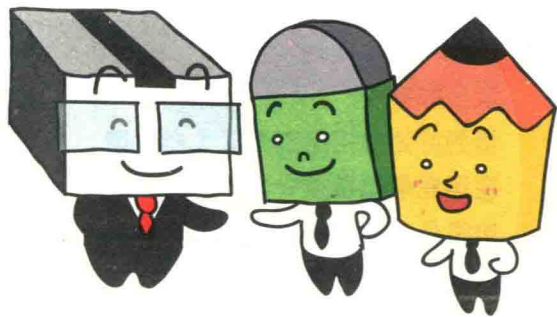
每个坐到谈判桌前的人都应该明白，想成为出色的谈判专家，不管你私底下多忠厚老实、善解人意，只要坐到谈判桌前，你所代表的就不只是你，而是代表所有委托你进行谈判的人。同时你也要认清，“老实”正是谈判桌上最大的弱点，因为老实人不仅不懂虚张声势的重要，甚至还会对对手有问必答、心怀同情，最后损耗的还是委托人（包括自己）的利益，我想这是除了你的对手外，谁都不乐见的结果。

所以，千万别在谈判桌上以“老实人”自居，这并不会成为让人赞许的美德，只会让你的委托人痛彻心扉，连带影响你的前途。诚实的观念，倾向“选择性的事实”，可以不说，但不必说谎，这样在道德和现实上都可兼顾。

很多人会把谈判结果归责于“运气”上，例如：“这次运气不好，遇到那个人”“要不是他们半路杀出一个程咬金坏事，也不会变这样”“这次超倒霉的，我遇到的委托人根本不知道自己需要什么，没有目标要怎么和对方谈？”

其实，谈判进行时，要多方准备资料，当情况趋于对我们这一方有利，我们也不可以过度乐观，要步步为营，小心谨慎，清楚明确地掌握整个谈判的过程，避免过度乐观造成的事后摩擦。

本书就是以生活化的实例，搭配拟人化逗趣的插图的方式，告诉你如何作谈判前的准备；如何让对手觉得无路可退，永远买你的账；如何让你在各种谈判过程中总是胜利的一方，拥有最多筹码，进而创造好的业绩。



目录



第一章 好业务员必是谈判高手

- | | | |
|------|------------|----|
| 1-1 | 伸手不打笑脸人 | 10 |
| 1-2 | 业务是谈出来的 | 12 |
| 1-3 | 态度决定胜负 | 14 |
| 1-4 | 给客户最好的第一印象 | 16 |
| 1-5 | 靠领袖魅力谈出好生意 | 18 |
| 1-6 | 美式作风案例 | 20 |
| 1-7 | 站在对方的角度上 | 22 |
| 1-8 | 用气势压倒对方 | 24 |
| 1-9 | 幽默化解危机 | 26 |
| 1-10 | 建立良好的客户关系 | 28 |
| 1-11 | 不动声色潜移默化 | 30 |
| 1-12 | 利用“空墙”效应 | 32 |

第二章 纵横商场必学“谈判”

- | | | |
|------|------------|----|
| 2-1 | 谈判要重视个人因素 | 36 |
| 2-2 | 谈出无中生有的好生意 | 38 |
| 2-3 | 把握插话的分寸 | 40 |
| 2-4 | 处理不同意见的方式 | 42 |
| 2-5 | 谈出好薪资 | 44 |
| 2-6 | 恰到好处地拒绝别人 | 46 |
| 2-7 | 商场竞争必备技 | 48 |
| 2-8 | 价格是谈出来的 | 50 |
| 2-9 | 取信于上司及合作伙伴 | 52 |
| 2-10 | 人际中，小事就是大事 | 54 |

第三章 选择正确的销售策略

- | | | |
|------|-------------|----|
| 3-1 | 环境资料收集 | 58 |
| 3-2 | 为对方找一个成交理由 | 60 |
| 3-3 | 创造无形靠山 | 62 |
| 3-4 | 期盼认同自己的人出现 | 64 |
| 3-5 | 建立欲望诉求 | 66 |
| 3-6 | 善用恐惧心理 | 68 |
| 3-7 | 用价值取代价格 | 70 |
| 3-8 | 诚实可以提升你的人品 | 72 |
| 3-9 | 使用对方的语言 | 74 |
| 3-10 | 信任度是谈判的优先筹码 | 76 |

第四章 分析对手的谈判风格

- | | | |
|-----|-----------|----|
| 4-1 | 实际型对手 | 80 |
| 4-2 | 亲切型对手 | 82 |
| 4-3 | 分析型及表现型对手 | 84 |
| 4-4 | 何谓“双赢”的谈判 | 86 |
| 4-5 | 掌握问话技巧 | 88 |
| 4-6 | 善于察言观色 | 90 |
| 4-7 | 做人比做事更重要 | 92 |

第五章 销售工具箱，道具不可少

- | | | |
|-----|-------------|-----|
| 5-1 | 运用线上工具 | 96 |
| 5-2 | 电话、电子邮件谈判秘诀 | 98 |
| 5-3 | 录音笔训练好口才 | 100 |
| 5-4 | 数码商品帮你抢得先机 | 102 |
| 5-5 | 善用统计报表 | 104 |
| 5-6 | 用框架让对方填故事 | 106 |

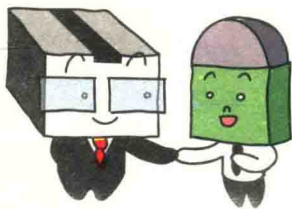


第六章 开口就要当赢家

6-1	准备好才开口	110
6-2	不轻易接受首次开价	112
6-3	避免正面拒绝	114
6-4	掌握“最后一句话”的所有权	116
6-5	“差价均分”策略	118
6-6	该说“不”，就别客气	120
6-7	沉默也是一种技巧	122
6-8	找出定案的关键人物	124
6-9	威胁也可以很动听	126

第七章 善用“谈判压力”

7-1	掌握时间紧迫性	130
7-2	让享受成为消费重点	132
7-3	底价由感觉决定	134
7-4	随时做好掉头就走的准备	136
7-5	留意对手的声东击西	138
7-6	让对方先做出承诺	140
7-7	用对钓饵事半功倍	142
7-8	向对手道贺	144
7-9	被拒绝并不是坏事	146

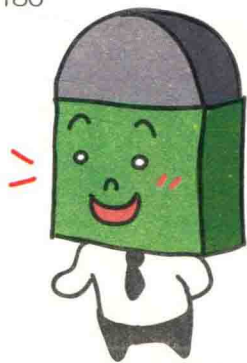
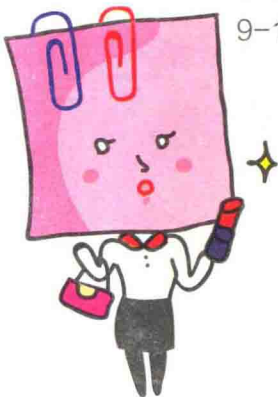


第八章 常见的谈判禁忌

- | | | |
|-----|-----------|-----|
| 8-1 | 不够灵活，不懂变通 | 150 |
| 8-2 | 不懂借助第三者威名 | 152 |
| 8-3 | 没有替代方案 | 154 |
| 8-4 | 操之过急 | 156 |
| 8-5 | 不懂装懂、多嘴多舌 | 158 |
| 8-6 | 谈判对事不对人 | 160 |
| 8-7 | 分清楚意见与事实 | 162 |
| 8-8 | 以退为进的是陷阱 | 164 |

第九章 “逆转胜”——百分百成交技巧

- | | | |
|------|-------------|-----|
| 9-1 | 为对方贴上标签 | 168 |
| 9-2 | 抢救临时变卦的残局 | 170 |
| 9-3 | 善用说“是”的权利 | 172 |
| 9-4 | 小心弄巧成拙 | 174 |
| 9-5 | 全身而退 | 176 |
| 9-6 | 劣势地位靠“二软”解救 | 178 |
| 9-7 | 创造共同语言 | 180 |
| 9-8 | 制造被抢购的假象 | 182 |
| 9-9 | 学会刻意“忽略” | 184 |
| 9-10 | 让对方无路可退 | 186 |



第一章

好业务员必是 谈判高手

