

领略沟通的神奇，打造一流的销售员

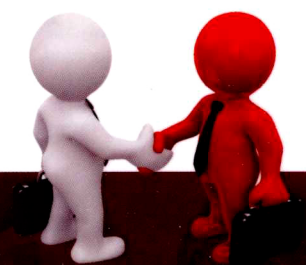
Acquire Sales Communication Everyday

Collected Edition

每天学点 销售沟通学



何倩◎编著



石油工业出版社

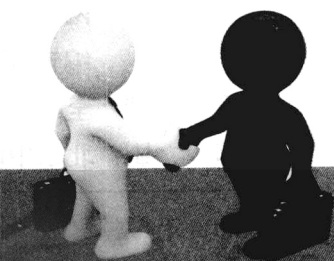
领略沟通的神奇，打造一流的销售员

Acquire Sales Communication Everyday
Collected Edition

每天学点 销售沟通学

全集

何倩◎编著



石油工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

每天学点销售沟通学全集 / 何倩编著.

北京: 石油工业出版社, 2011. 1

ISBN 978-7-5021-8110-9

I. 每...

II. 何...

III. 销售—通俗读物

IV. F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 216854 号

每天学点销售沟通学全集

何倩 编著

出版发行: 石油工业出版社

(北京安定门外安华里2区1号楼 100011)

网 址: www.petropub.com.cn

编辑部: (010) 64523607 营销部: (010) 64523603

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京中印联印务有限公司

2011年1月第1版 2011年1月第1次印刷

710×1000毫米 开本: 1/16 印张: 19.75

字数: 371千字

定价: 33.80元

(如出现印装质量问题, 我社发行部负责调换)

版权所有, 翻印必究

前言

销售是一门与人打交道的学问。据美国销售学家乔·亚伯拉罕统计：所有销售业务中97%的销售额都是通过人完成的，其余那些通过传单、信件、报纸、杂志以及电视等，所有这些不经过人而直接销售的方式，只占了总销售额的3%。

也就是说，几乎所有的销售都要通过人与人的交往完成，而交往必定离不开沟通，所以我们可以这么说：销售的实质其实就是一个销售员与顾客的沟通过程，每一个成功的交易都是一次完美的沟通过程，每一个失败的交易必定是在沟通中产生偏差！

人们往往认为，商品市场中的销售者只是在销售商品。其实，从沟通学的角度，从更高的层次来分析，销售者销售的其实是“人”，这才是买卖成功的秘诀，也是商品销售的最高境界。因为买卖双方如果认可了对方的“为人”，才会在欲望的基础上形成动机，采取行动，完成买卖。古今中外，莫不如此。

很多销售员经常会遇到这样的问题：

刚刚说了一句“您好”，为什么却遭遇冷言冷语？

我们热情招呼，顾客却沉默不语？

我们引导顾客体验，可他却无动于衷？

顾客很喜欢我们的东西，却拼命杀价？

眼看就要成交，却被一句话搞砸？

.....

为什么会有这样的问题，就是因为大多数销售员不能掌握沟通学的真谛。其实，人是销售中最关键的因素，商品的最终目的也是服务于人的需求。乔·亚伯拉罕总结说：销售的关键就是信任，信任是客户购买你产品和服务的唯一理由，也是客户购买你产品和服务的充分必要条

件。而信任来源于哪里？信任就产生于每一次的沟通过程之中。所以说，掌握销售沟通学、懂得如何说与如何听、赢得客户信任是销售员的终极目的；而销售员在销售过程中，能不能灵活运用一些沟通策略和技巧便成了销售成败的关键所在。

其实，销售中的沟通不是一成不变的，更没有固定的模式可以遵循。销售中的沟通必须根据不同消费者的不同需求，根据市场变化乃至细分市场的变化，创新不同的销售沟通方法。可以说，销售沟通蕴涵高度技巧，是一种艺术。

而真正的沟通，并非“花言巧语”“巧舌如簧”之类的吹嘘和欺骗，它是指销售员以诚实而科学的态度，向顾客介绍或解说产品的一种语言表达能力，从而得到客户的认同。

本书所传授的沟通策略可以帮助你迅速提升销售业绩，成为一名优秀的销售员：

- ◎帮助你了解客户的内心，真正做到知己知彼；
- ◎帮助你解除你与客户之间的心理防线，拉近彼此之间的距离；
- ◎教你如何把话说到客户的心坎儿上，让每句话都起到四两拨千斤的妙用；
- ◎告诉你什么话该说什么话不能说，在最恰当的时候说最恰当的话；
- ◎帮助你用五分钟和客户成为朋友，赢得客户的信任；
- ◎告诉你如何展示你的产品，让客户在第一时间接受；
- ◎帮助你解开客户的心结，消除客户的异议；
- ◎教你如何洞察先机、先发制人，在谈判桌上无往不胜；
- ◎帮助你看清销售成交点，准确把握每一次成交的机会；
- ◎告诉你如何处理抱怨和投诉，让“问题客户”变成回头客；
- ◎教你如何“线上作业”，成为电话销售的专家；
- ◎帮助你既能轻轻松松地在销售中赢得一次又一次的赫赫战绩，又能让客户心满意足、满意而归。

本书是一部讲述“销售沟通学”的通俗读物，在本书编著过程中，完全以销售员的实际工作为出发点，引用了相关的沟通学知识，并结合了大量的销售实战案例，让每一个沟通策略都尽量做到“一看就懂、一学就会、一用就灵”，使你能够迅速和轻松地提高销售业绩，让你拥有无往不胜、纵横驰骋的全新销售技能；让你通往独步天下、无往不利的销售境界，让你的销售生涯取得超乎想象的成功；让你的销售业绩和个人收入在数周、数月内不断刷新纪录、创造奇迹。

目录 | Contents

第一章 | 好口才成就完美业绩——销售要懂沟通学

一句话能把人说笑，一句话也能把人说跳/002

成功预约：金口才让你走出成功的第一步/006

打开局面：不再受冷遇的语言艺术/010

取得突破：销售口才助你更上一层楼/014

激发欲望：让不买的人也想买/018

说服艺术：促使顾客做出购买决定/022

第二章 | 说话贵在四两拨千斤——销售要懂得的沟通定律

唤起注意：学会与人套近乎/028

换位思考：从客户的立场出发/033

直接准确：销售语言要有针对性/036

幽默风趣：让客户笑了就好办/040

诚挚真诚：发自心底地去关爱别人/044

委婉含蓄：绕个圈子说话有时也有效/048

第三章 | 了解客户的内心世界——沟通从洞察人心开始

察言观色，了解客户的内心世界/052

眼睛就是客户赤裸的内心/058

看穿顾客的十一种消费心理/061

从肢体语言洞悉七种客户心理/065

把痛苦说透，把好处说够/070

小动作“出卖”客户大心理/075

第四章 | 敲开客户紧闭的心灵——走入客户内心是沟通的关键

嫌货才是买货人，尽量让客户说话/080

消除客户的不安心理/084

让客户知道你的商品物美价廉/088

让客户需要并依赖你/092

逆向思维更能吸引客户/096

巧用对比抓住客户的心/100

第五章 | 五分钟和客户成为朋友——开拓客户要懂得的沟通策略

最简单的开场白——准确称呼客户/106

初次见面，可以不谈销售/109

划着的火柴才能点燃蜡烛，客户只买“热情”的单/113

枪打出头鸟，客户想知道除了自己之外还有谁买过/116

让老客户与“局外人”为你宣传/118

和准客户成为朋友/122

要想钓到鱼，就要像鱼那样思考/126

不要又臭又长地谈话，有话请直说/130

第六章 | 说赢客户不是赢，争辩不是好办法——销售沟通中的语言策略

不说批评性话语，人们都喜欢听好话/134

多说“我们”，少说“我”/137

将对方和你的“一些相同点”加以扩大/140

对于枯燥的话题，束之高阁比和盘托出更高明/143

要说服对方，就要避免争辩/146

每隔30秒，你就要有所变化/149

暗示语言，来自心灵的力量/152

要想说服客户购买你的产品，最好能让客户不停地

对你说“是”！/156

把握巧妙话的分寸和尺度/159

第七章 | 把好处说透，把益处说够——介绍产品要懂得的沟通艺术

客户喜欢顾问、专家式的销售人员/164

最大限度地把产品的优势充分展现出来/167

必须承认产品既有优点也有不足的地方/171

良好的产品介绍更需要专业的语言/174

介绍产品前吸引客户的注意力/178

学会让数字为你说话/183

第八章 | 成交就是一个消除异议的过程——销售要懂得的异议处理技巧

仔细观察并思考，对客户不同反应做出应对/188

抓住客户情感的心结/193

异议不可怕，关键是找出真实意图/196

处理客户疑义时的五大技巧/199

直接否认客户的异议要把握好度/202

引导客户向你设定的预期方向转化/205

第九章 | 谈判不是打嘴仗，不卑不亢促双赢——谈判磋商要懂得的沟通法则

谈判是一场以双赢为目的的生意/210

谈判桌上五种话不要说/213

要有洞察先机、先发制人的能力/217

退一步不是宣告失败，也不是退出竞争/220

扬长避短，以产品的核心卖点为销售重点/223

声东击西之计，将长远的基本问题用来代替眼前的要求/226

把握僵局的人，才能最后胜出/230

第十章 | 给客户一个购买的理由——促成交易要懂得的沟通技巧

成交前最重要的语言艺术——积极的字眼/234

切中客户的要害进行说服/237

把握成交的时机/240

促成交易的口才技巧/243

促使客户做出最后的购买决定/246

达成成交协议后，有效地巩固销售成果/249

必要时对客户欲擒故纵/253

第十一章 | 抱怨是最好的礼物，意见是进步的动力——售后服务要懂得的沟通艺术

抱怨是最好的礼物，意见是进步的动力/258

处理客户抱怨的七个黄金步骤/261

处理客户抱怨时的四种基本语言技巧/264

不要用那些让客户火冒三丈的语言/268

争执和批评只能使问题更加恶化/271

最简单的获得认可的语言——谢谢/275

第十二章 | 万金千里一线牵——电话销售要懂得的沟通法则

电话不简单，一线万金全凭沟通艺术/280

掌握电话销售的基本流程/283

要不想被人挡驾，学会巧妙地越过接线人/287

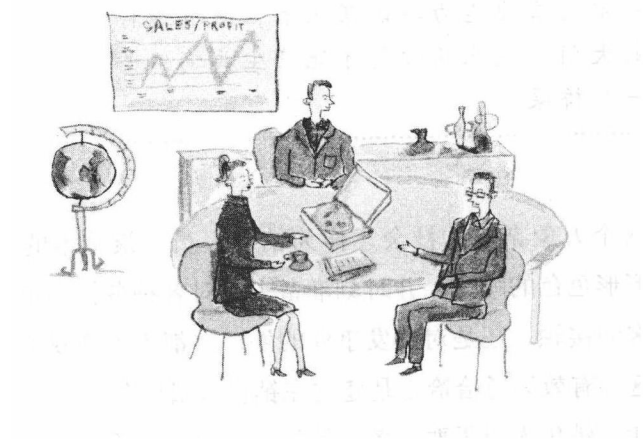
电话接通后的20秒决定你的成绩/291

销售从被拒绝开始，陌生电话怎么打？/294

要想不被人烦，要知道什么时候打电话最好/299

第一章 好口才成就完美业绩

——销售要懂沟通学





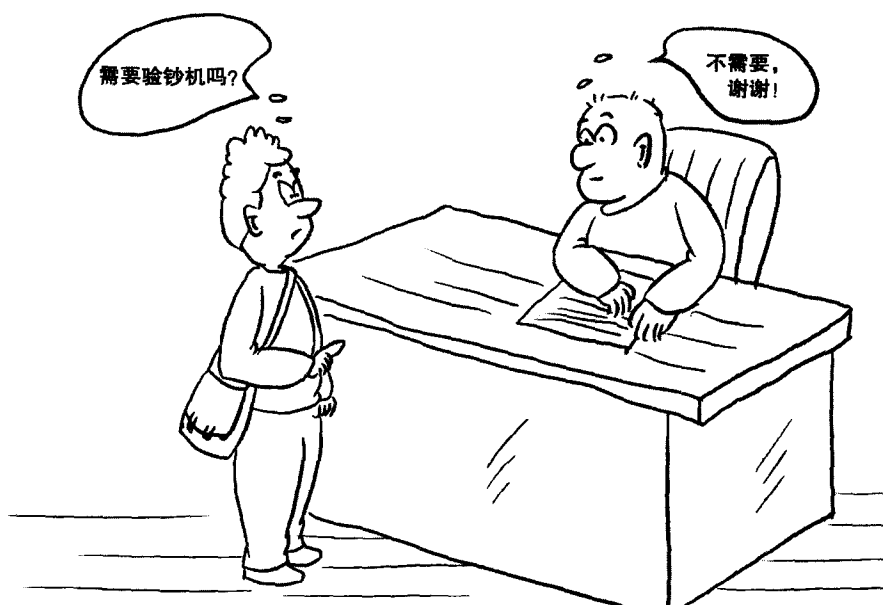
一句话能把人说笑，一句话也能把人说跳

对于销售人员来说，要想赢得客户的喜欢与接纳，就必须具备一定的言谈能力与说话艺术，只有这样，才能打开与客户沟通的大门，彼此的心灵才能产生共鸣，并为双方的交易关系搭起一座桥梁。

在这个万象杂陈的社会，作为销售人员，最基本的工作就是要经常面对形形色色的顾客，并时刻准备去应对各种各样的突发事件。不论是与顾客的接触，还是对突发事件的处理，都离不开双方之间的有效沟通，而这种有效沟通恰恰正是建立在销售人员出色的口才基础之上。

因此，销售人员需要具备一流的口才技巧。因为，在销售实践中，销售人员要面对的更多的是对自己所销售商品不甚了解的顾客，如果缺乏相应的销售口才技巧，那么很难吸引顾客的注意力、打开销售局面，也就更谈不上商品的成功销售了。

一个经验不足的销售员，挎着一个小包走进了一家公司。进去之后，他径直走到最近的一张办公桌前，低声问道：“小姐，财务部在哪里？”



对方答道：“在斜对面。”

过了一会儿，财务部的出纳进来了，“主管，来了个销售验钞机的，要不要？”

“不要，这种小商贩的东西不可靠。”

出纳离开后，销售员又走进了主管的办公室，大概知道是主管不同意购买，于是就踌躇着走到桌边，一时间竟忘了称呼，唯唯诺诺地说道：

“要不要验钞机，买一个吧。”他几乎是在用乞求的语气重复道。

“我们不需要，就这样吧。”主管头也不抬地说。

过了一会，一直没人理他，那位销售员自感无趣，碰了一鼻子灰，最后只好悄悄地退了出去。

看起来，这个销售员是让人同情的，但我们应该知道的是，市场不相信眼泪，更不会去同情弱者。因为这个销售员的销售口才基本上没有任何技巧可言，平淡的话语很难让人对其人及其商品产生兴趣，因此对他的拒绝也是在情理之中的。



销售员要想成功实现销售，一个至关重要的环节就是首先用自己的言谈来吸引客户的注意力，使客户对销售的对象产生兴趣，进而才有可能说服客户，并促使其最终做出购买的决定。在销售的过程中，应该想方设法通过短暂的接触和谈话来博取对方的好感，也就是要充分展示自己的口才魅力，这是进行成功销售的一个必要前提。

日本著名销售之神原一平，在打开销售局面，取得客户对自己的信任上，有一套独特有效的方法：

“先生，您好！”

“你是谁啊？”

“我是明治保险公司的原一平，今天我到贵地，有两件事来专程请教您这位附近最有名的老板。”

“附近最有名的老板？”

“是啊！根据我调查的结果，大家都说这个问题最好请教您。”

“哦！大伙儿都说是我！真是不敢当，到底什么问题呢？”

“实不相瞒，就是如何有效地规避税收和风险的事。”

“站着不方便，请进来说话吧！”

突然的销售，就像开始提及的那个销售人员，就未免显得有点唐突，而且很容易招致对方的反感，从而招致顾客的拒绝。如果先拐弯抹角地恭维客户一番，再根据自己的销售需要，提出相关的问题，就能够比较容易地获得对方的好感，那么，随后的销售过程就会顺利很多。

从以上反正两个销售实例我们不难发现，销售口才的好坏与否，在很大程度上左右着销售工作的成败。

在当今社会，一个人要想在与别人的交往中取得有利地位，获得成功，就离不开一副好口才，而销售工作尤其如此。在面对顾客的销售过程中，如果我们连话都说不清楚，词不达意，与客户沟通起来总是说不到客户心里，难以打动对方，甚至让客户感觉别扭，也就根本谈不上销售的成功。可以说，作为销售员，口才的好坏直接关系到能否顺利将商品销售出去。拥有一副好口才，会让你的销售之路越走越平坦，因为，

成功销售离不开好口才。

- ◎好口才可以吸引客户的注意力；
- ◎好口才可以自如地与客户进行交谈；
- ◎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；
- ◎好口才能够缓解销售中的气氛；
- ◎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；
- ◎好口才帮你有效实施销售策略，完成交易；
- ◎好口才也有助于赢得更多的客户。

归根结底，对于销售工作的各个环节来说，都离不开口才的发挥。在现代社会，良好的口才是每一个有追求的销售人员所必须具备的一项基本本领。拥有一副好口才，是销售员走向成功的关键和有力保证。对于销售人员来说，要想赢得客户的喜欢与接纳，就必须具备一定的言谈能力与说话艺术，只有这样，才能打开与客户沟通的大门，彼此的心灵才能产生共鸣，并为双方的交易关系搭起一座桥梁。



销售沟通学课堂

销售员要想成功实现销售，以下两点非常重要：

(1) 用自己的言谈来吸引客户的注意力，使客户对销售的对象产生兴趣，进而才有可能说服客户，并促使其最终做出购买的决定。

(2) 在销售的过程中，应该想方设法通过短暂的接触和谈话来博取对方的好感，也就是要充分展示自己的口才魅力，这是进行成功销售的一个必要前提。



成功预约：金口才让你走出成功的第一步

前往客户处进行陌生拜访，并不是一种理想的销售方式，而且，这种方式的成功率也不高。而一旦能让客户接受了你的销售“预约”，那么你就已经完成了销售的关键性工作，尤其是对于一些难以求见的客户，一旦和他们完成了预约，他们将会是最好的客户。

有销售经验的人都知道，前往客户处进行陌生拜访，并不是一种理想的销售方式，它的成功率也不高。但是，如果能提前预约到客户的话，那么就会极大地增强销售活动的针对性与成功率。

对销售员来讲，一旦能让客户接受了你的销售“预约”，那么你就已经完成了销售的关键性工作，接下来就是如何向客户介绍你的产品或服务了。

无数销售员的成功经验证明，预约客户的方法可以使销售工作变得更加容易。一旦你清楚地认识到预约客户的奥妙时，就不会再毫无目的地盲目奔走了，而是只需努力地做好预约工作，就可以实现目标了。

对客户进行预约的好处在于：

第一，能够节约双方的时间。预约不但节省了销售员自己的时间，还节省了客户的时间。

第二，预约可以让客户产生这种想法：销售员知道他们很忙，所以才特意预约他们。他们会认为这是销售员在为他们着想，而且也是一种对他们的尊重。所以，在具体的接触过程中，这类客户自然就会珍惜与销售员在一起的时间，并且会更认真地与销售员交谈。

在预约客户的过程中，销售人员需要掌握一定的语言技巧。如果预约的客户是你认识的，应该很好处理。如果对方是你不认识的，他通常会问：“你见我有什么事吗？”

你应该切记的是，这时可不是什么向客户销售的好机会，如果你说你想销售什么的话，那么很可能就会导致预约的失败。因为，在这时，你并不知道接电话的人是否需要你所销售的物品，所以正确的预约应该只是一次会谈而已。

所以，作为销售人员在给客户打预约电话时，要不断地提醒自己，千万不要谈生意。因为，此时你的任务只有一项，那就是成功预约到客户。

艾伦曾通过电话预约一个名叫博格的客户。这是一个非常繁忙的商人。下面是艾伦和他的对话：

艾伦：“博格先生，我是鲍勃·艾伦，是理查德·弗兰克先生的朋友。您一定还记得他吧！”

博格：“是的。”

艾伦：“博格先生，我是人寿保险销售员，理查德先生建议我应该结识您。我知道您很忙，我能在这个星期的某天去打搅您5分钟吗？”

博格：“你见我有何贵干？是想销售保险吗？几个星期前就有许多保险公司已经和我谈过了。”

艾伦：“那也没关系，博格先生。如果我想向您销售什么，就算您看走眼了。明天早上9点，您能不能给我几分钟的时间呢？”

博格：“好吧。我9点半还有另一个约会。”