



聪明的人用嘴巴说话，智慧的人用大脑说话
一句雷人的话，有可能让你坠入万劫不复的地狱
一句说到客户心里去的话，将帮你赢得大单
因为销售是生死的艺术

♥ 把话说到 客户心里去

我不只推销产品，我卖的是信任

蔡富强◎编著

BA HUA SHUO DAO
KEHU XINLI QU

聪明的人用嘴巴说话，智慧的人用大脑说话
一句雷人的话，有可能让你坠入万劫不复的地狱
一句说到客户心里去的话，将帮你赢得大单
因为销售是生死的艺术

把话说到 客户心里去

我不只推销产品，我卖的是信任

蔡富强◎编著

 哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

把话说到客户心里去 / 蔡富强编著. — 哈尔滨: 哈尔滨出版社, 2010.12

ISBN 978-7-5484-0311-1

I. ①把… II. ①蔡… III. ①销售学: 口才学
IV. ①F713.3 ②H019

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第167053号

书 名: 把话说到客户心里去

作 者: 蔡富强 编著

责任编辑: 颜 楠 李金秋

责任审校: 陈大霞

版式设计: 张文艺

封面设计: 异一设计

出版发行: 哈尔滨出版社 (Harbin Publishing House)

社 址: 哈尔滨市香坊区泰山路82-9号 邮编: 150090

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京市昌平前进印刷厂

网 址: www.hrbcbbs.com www.mifengniao.com

E-mail: hrbcbbs@yeah.net

编辑版权热线: (0451)87900272 87900273

邮购热线: (0451)87900345 87900299 87900220 (传真) 或登录蜜蜂鸟网站购买

销售热线: (0451)87900201 87900202 87900203

开 本: 787×1092 1/16 印张: 18 字数: 258千字

版 次: 2010年12月第1版

印 次: 2010年12月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5484-0311-1

定 价: 33.00元

凡购本社图书发现印装错误, 请与本社印制部联系调换。服务热线: (0451)87900278

本社法律顾问: 黑龙江佳鹏律师事务所

前 言

P R E F A C E

你能像她卖辣椒 一样推销产品吗？

为什么销售同样的商品，有些销售员业绩惨淡，有些却业绩不凡？
为什么有些销售员总会遭到客户的厌恶，有些却能让客户打成一片？

这其中的奥秘，只在于一张嘴。

所谓，一言九辩重于九鼎之宝，三寸之舌强于百万之师。

销售任何东西，总会遇上一些看似无法完美解决的问题，我们称之为黑暗地带。然而，一旦跨过去了，成功便触手可及，订单就能手到擒来。

如何跨越？

千万别只卖东西、只卖产品。还要卖信任。

这就必须靠口才！记得在一本书上看过这个案例，堪称经典。

在卖辣椒时，卖家会遭遇到顾客不断抛过来的一个棘手问题：这辣椒辣吗？

这个问题，确实不好回答。你要是说辣吧，那些怕辣的人就皱起眉头；你要说不辣吧，那些爱吃辣椒的人就不乐意了。结果生意只好泡汤，谁都不会买，顾客都拍屁股走人。

辣不辣，竟然成了“碰运气销售”的罪魁祸首。

大多数人想到了一个好办法，那就是：把辣椒分成两类，一类是辣的，一类是不辣的。让顾客各取所需。这确实是一个聪明的方式，但这并非最聪明的方式。

曾经有一个卖辣椒的中年妇女，每天骑着一辆三轮车，用一种更聪明的方式——用口才来卖辣椒。

她并没有把辣椒分成两堆，而是一大堆放在一起卖。那么，她到底是怎么卖的呢？

第一个顾客上来，马上问了那个经典的问题：“你的辣椒辣吗？”

中年妇女笑着并非常肯定地回答：“那些深颜色的辣，那些浅色的则不辣！”那位顾客自然深信不疑，挑拣了一些，付了钱满意地走了。

这个说法果然很妙，爱辣的人会挑深色的，而怕辣的人就自然会挑浅色的。这样的话，每一个顾客都不会错失。

可是，没过多久，出现了另一个问题：由于顾客口味不平均，所以，摊子上的浅色和深色辣椒的数量产生了落差，一种只剩寥寥几个了，另一种却还有一大堆。这回，她该把辣椒分成两堆了吧？要不然就只好卖了。然而，这位卖辣椒的高手另有“说法”。

又一个顾客来了，顾客指着辣椒问：“这辣椒辣吗？”

中年妇女看了一眼那堆差不多全是深色的辣椒，果断地回答：“长的辣，短的是不辣的！”于是，顾客按照卖主说的挑了起来。很快，辣椒又被卖掉了一大堆。这一次，长辣椒几乎被卖光了。

最后，剩下的是些深色的短辣椒。这下，没辙了吧？她还有什么可说的？

没想到，当下一个顾客来询问时，卖辣椒的中年妇女再一次毋庸置疑地回答：“皮硬的辣，皮软的就不辣！”

这位销售高手果然聪明！她的辣椒被太阳晒了老半天，确实有一部分由于失水而变得软塌塌的。而她，却利用巧舌把这些“瑕疵”变成了“卖点”。

想要做成买卖，不需要费劲地把辣椒分门别类，也不需要钻研辣椒的色差、长短和软硬，你只要“会说话”就行了。如果你能把“死”的说成“活”的，把话说到客户心里去，又何愁做不成交易呢？

在通往成功的销售之路上，荆棘满布，每一个沟通，每一个细枝末节都要考虑周到，作为一个优秀的销售员必须要善于思考，善于聆听，更要善于“说话”。

古人称那些君主，要么“一言兴邦”，要么“一言丧国”。而一个销售员在洽谈过程中，同样面对着“一言而胜”或“一言败北”的两条路。可见，这一言，至关重要。


所以，学会用自己的方式卖“辣椒”，用打动客户的方式说话，是销售的重中之重。而这正是本书的意义所在：如何说话，如何听人说话。

在销售过程中，每个人都遇到过“计划赶不上变化”的情况，这些突如其来的变故，会狠狠打乱你酝酿已久的原定计划，弄得你措手不及。当陷入这种窘境时，打开本书，你就会知道：如何通过高超的“说话能力”帮助自己随机应变、化险为夷，最终扭转乾坤。



CONTENTS

目录



第一部分
你的话能卖
大价钱

..... 第一章

撑死胆大的，饿死胆小的：学会和陌生人说话

1. “搭讪”千万别脸红 3
2. 和陌生人说的第一句话一定要好听 7
3. 大胆挖掘陌生人的潜力 11
4. 第一次见面，千万别让人觉得你目的不纯 15
5. 适当的时刻，用点小恩小惠 19
6. 多和陌生人讲话，常说口里顺 23

..... 第二章

到什么山上唱什么歌：和什么样的客户说什么样的话

1. 千万别“哭错了坟头” 27
2. 好销售员都是相声演员，“说学逗唱”四门全 31
3. 千万别让客户觉得你这个人“不靠谱” 34
4. 最简单的方式是“鹦鹉学舌”(用客户的方式说话) 38
5. 别“只许愿，不烧香” 42

..... 第三章

不打无准备之仗：销售前作好100%的准备

1. 做个“八卦”记者，了解客户的“吃喝拉撒” 46
2. 说了一车话，还不知道自己卖什么 50
3. 要有个理由，让客户不得不买你的产品 54
4. 客户实在不想买，别赶鸭子上架 58

..... 第四章

会说的惹人笑，不会说的惹人跳：客户就是爷，别把他惹毛了

1. 说话前，嘴上抹点蜜 62
2. 把话说得比唱得还好听 66
3. 马屁拍重了，小心被马踢 70
4. 好戏不唱三台，好曲不唱三遍 74
5. 每个销售员都是“故事大王” 77
6. 讲故事前，先套出客户的故事 81

..... 第五章

嘴碎的不如嘴笨的：客户喜欢憨厚的

1. 好好说话别“忽悠” 85
2. 客户一表示质疑，你就忙着解释 89
3. 牢记“病从口入，祸从口出” 93
4. 对着客户傻笑、傻乐，别“犟嘴” 97
5. 最牛的销售员靠的不是语言 100

..... 第六章

说话细思考，吃饭细咀嚼：别让你的嘴坏了大事

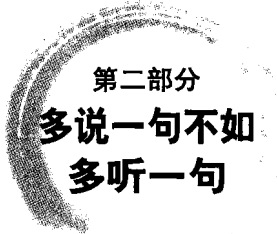
1. 最笨的销售就是“三句话不离本行” 103
2. 不要“把丑话说在前头” 107

3. 矮子面前不说短话，别让客户想找个地缝钻进去 111
4. 会说的说自己，不会说的说别人(贬低竞争对手) 114
5. 说话“啰唆”，连“唐僧”都被你愁死了 118
6. 话说巧，钱赚牢——抬高产品价值 122

..... 第七章

会说不如捞干的：99%的客户需要“医生”而不是“演员”

1. 客户都喜欢能给自己“医病”的人 125
2. 数字比文字更权威 129
3. 有话说在明处，有药敷在痛处 133
4. 先研究专业，再做个好“医生” 137
5. 不说100%好，给自己留活口 141



第二部分 多说一句不如 多听一句

..... 第八章

此时无声胜有声：客户的话比你的话更值钱

1. 你不说话能憋死啊? 147
2. 客户不买你的账，是因为你不知道他到底想要什么 151
3. 客户不想说，你得“逼”他说 155
4. 要认真听，全心全意地听，你才能找到成交的机会 159
5. 没有成功，不是因为你说得太多，而是听得太少 162

..... 第九章

吃菜吃心，听话听音：客户的话里有话

1. “我不明白你到底想做什么”，说明你的表达太含糊 166
2. “这事我决定不了”，说明你找错了人 170
3. “暂时没这样的需求”，你被拒绝了 174
4. “我现在在开会”，客户很忙，或者他根本不想
 跟你说话 177
5. “我们单位今年没做这项预算”，他最近没有
 这样的需求 181
6. “价格太贵了”，客户有意想买，下一步谈的就是
 价格问题 184

..... 第十章

心急吃不了热豆腐：在客户的反对中寻找机遇

1. 嫌货才是买货人，别着急解释 188
2. 客户拒绝，不要急赤白脸 192
3. 与客户争辩，虽胜亦损 196
4. 客户迟迟不肯成交，别跟催债似的 200
5. 受到异议，一笑置之 204

..... 第十一章

伶俐人一拨三转，糊涂人棒打不回：别净拣对自己有利的听

1. 想听的得听，不想听的也得听 208
2. 直截了当问一句：能告诉我，你是怎么想的吗？ 212
3. 看似不痛不痒的话，机会就在这里 216
4. 听到要害了，你就能牵着客户的“鼻子”走 220
5. 注意观察，客户的表情也在说话 224

..... 第十二章

那些倾听中需要避免的

1. 客户说话心不在焉，眼珠子乱转 228
2. 客户说话的时候，总是说“对不起，我插一句” 232
3. 话还没说完，着急说自己的观点 236
4. 别去假想，如何反驳客户提出的意见 239
5. 你说你的，我想我的 243

..... 第十三章


会说的不如会听的：你听的不是话，而是尊重

1. 把自己当成海绵，客户的话照单全收 247
2. 把你想说话的欲望敲碎了咽进肚子里 251
3. 不要着急问你想知道的 254
4. 客户拉家常，也要表示很感兴趣 257

..... 第十四章

两只耳朵、一张嘴：业绩的80%都是靠耳朵听来的

1. 大订单都是“听”来的 260
2. 倾听能使客户把你当朋友 264
3. 不要“听风就是雨”，要动脑筋分析 268
4. 聆听能够给客户“制怒” 272



第一部分

你的话能卖
大价钱

撑死胆大的，饿死胆小的： 学会和陌生人说话

1. “搭讪”千万别脸红

“搭讪”是一个销售员和陌生客户建立“信息桥梁”的基本途径。但是，现实中，有很多经验不足的新人还没进入正题就会摔晕在起跑线上，而导致这些新人惨遭出局的罪魁祸首竟然是：脸红！

你可千万别小瞧这抹“红晕”，它总是出其不意地横插一脚，让你摔个大跟头，前功尽弃。

实际上，在最初起步阶段，大多数销售精英都曾经历过“脸红心跳”不够自信的日子，而那些取得成功的人，总能重视这些“面子问题”，并且积极自我疗治。

1993年，风和日丽的一天，一个眉清目秀的年轻人在街上行走，突然他被人拦住，“年轻人，我们公司正在招募化妆品销售员，你有兴趣挑战吗？有高提成哦！”

还是大四学生又急需用钱的年轻人一听到这个送上门的机会，当即报名加入了这个化妆品销售队伍。

那个时候，化妆品还未被国人接纳，市场也还不够成熟，推销难度可想而知。

最要命的是，这位年轻人有个“坏毛病”：见人就脸红。当他把第一批货全数推销给亲朋好友后，他不得不面对与陌生人搭讪的窘境，这给他带来了接二连三的挫败。每当他硬着头皮拉住一位顾客，而这位顾客也勉强停下了脚步时，他却未开口，脸先红。不敢直视对方，也不敢“大胆”说话，他的羞怯模样不仅“赶跑”了顾客，也丢了大好机会。

自此，在很长一段时间里，脸红，成了他心中挥之不去的“痛”。

心高气傲的年轻人并没有放弃，他知道没有一个营销人天生就是出类拔萃的。虽然只是一份兼职，他却暗自定下了一个个高目标，磨炼自己的“脸皮”，并千方百计提升自己的专业素养。

一次，公司请来一位台湾讲师，为了“解惑”，囊中羞涩的他不惜自掏钱包参加培训课程。在这次培训课上，他把几个月来的“疑难杂症”一股脑儿抛向讲师，虚心求教。在讲师的帮助下，很多想不明白的问题一下子都迎刃而解了，这次讲课他受益良多。

培训完后，茅塞顿开的年轻人立即抓起一大包的化妆品，奔向大街，充满激情地推销他的产品。

为了克服自己的紧张情绪和羞怯感，他给自己定下“硬性目标”：每天最起码拜访20位陌生客户，否则不准吃晚饭。

就是这样，一种东西一旦到了极致，反而就不“新鲜”了，包括脸红在内。显然，重复，是让他自己麻木的最好方法。

为了快速提高销售业绩，从来不写日记的他记起了“销售总结日记”，他不顾白天的劳累，每天晚上坚持这一枯燥的工程：把当天的销售经过“记录在案”。他会分析自己的每个销售细节，不放过一个纰漏，不断反省、不断精益求精。

他知道，销售最大的“拦路虎”，就是自己的“心理障碍”。慢慢地，他的“犯病”次数越来越少，最后，“脸红”变得难得一见。等到1994年大学毕业的时候，他已然变成了一个小“富豪”，从此，他义无反顾地投身到营销

事业中。

这个年轻人就是俞雷，曾任欧莱雅中国大众化妆品部区域经理，著有《最糟糕情况下的营销》。从一个对营销知识懵懂无知、遇人脸红心跳的大学生，到一个声名显赫的外企资深营销经理人，他用了不到10年的时间。

“有些才能，是天生的；另外一些才能，是后天培养出来的”，俞雷靠着后天的努力，克服“红脸症”，激发潜能，成为了一块销售“好材料”，证明了自己营销领域的强劲实力。

脸红，这种“小儿科”的事，往往比较集中出现在“新人”身上。原因并非仅仅是缺乏经验，或者“胆小怕事”。最主要的，还是因为紧张，紧张是因为什么呢？是因为不自信。不自信又是因为什么呢？那便是你还不够专业。

由此可见，自信和专业，恰恰是“搭讪”不脸红的先决条件。

如果你在客户面前满脸通红、羞羞答答，客户绝不会觉得你“可爱”。你的底气不足，在他人眼里就是对自己的不自信，也就是对产品的不自信。

作为一个销售人员，如果无法“理直气壮”地为自己的产品进行推销，那么客户有何理由购买你的产品？又如何有耐心继续听你的“喋喋不休”呢？

心理学家对此曾说：“不正视别人，意味着自卑；正视别人，表露出的则是诚实和自信。同时，与人讲话看着别人的眼睛正是一种礼貌的表现。”

当然，自信，并不是盲目地去逞强，而是基于自身完善的专业素养。像俞雷，当他在销售过程中遇到种种阻碍时，首先想到的就是参加培训班，稳固基础，蓄势待发。只有本领强，才敢闯梁山。

一个有远见的销售员，会懂得随时随地去给自己“充电”，让自己在专业知识上立于风头浪尖，让自己“底气充足”。

当你的言谈举止中，闪现着自信满满的专业性时，即使是一个顽固的陌生客户也会赞同你，也会被你所吸引。你就会发现，那令人烦恼不已的

“红脸”之症早就不治而愈了。

优秀销售员支招：

要想克服“搭讪”的局促不安和羞怯，并有效抵制“红脸”，除了让自己更专业和自信外，有一些“妙笔生花”的小方法是很有必要掌握的：

1. 求人不如求己，“忘我”是自救的良策。当你内心产生胆怯、害羞等消极情绪时，立刻转移视线。比如，去关注客户的兴趣，脑袋里填满客户的喜怒哀乐，把其他一切都忘了。这种专注，会让你的胆怯奇迹般地消失。
2. 准备充分。恐惧会藏身在你的脑海里，是因为你没有“万事俱备”，当你胸有成竹、掌控全局的时候，自然就不会惶恐不安。
3. 把客户当成自己的朋友。与朋友交谈是最轻松自如的，除了不脸红、不紧张，还最能散发个人魅力，这种魅力甚至可以虏获新客户的“寒冰之心”。

☆