

像家人一样对待朋友，
像朋友一样对待客户！

如何与各种客户打交道

做业务最重要的一门必修课

宇琦 编著



客户最需要的是什么？
客户最满意的是什么？
客户最害怕的是什么？
客户最忌讳的是什么？
掌握这些因素，你就可以成为一个顶尖业务员。



中国华侨出版社

如何与各种**客户**打交道

做业务最重要的一门必修课

宇琦 编著

中国华侨出版社

图书在版编目(CIP)数据

如何与各种客户打交道 / 宇琦编著. —北京: 中国华侨出版社, 2010.12

ISBN 978-7-5113-1004-0

I. ①如… II. ①宇… III. ①销售-通俗读物
IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 238042 号

如何与各种客户打交道

编 著 / 宇 琦

责任编辑 / 李 晨

责任校对 / 王京燕

经 销 / 新华书店

开 本 / 787×1092 毫米 1/16 开 印张/18 字数/330 千字

印 刷 / 北京金秋豪印刷有限责任公司

版 次 / 2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5113-1004-0

定 价 / 32.00 元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号 邮编:100028

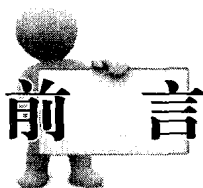
法律顾问:陈鹰律师事务所

编辑部:(010)64443056 64443979

发行部:(010)64443051 传真:(010)64439708

网址:www.oveaschin.com

E-mail:oveaschin@sina.com



与客户打交道是每一位职场人士的必修课,你是否善于与客户打交道就直接决定了你能否做好营销工作甚至是职场工作,决定了你能否成为一名出色的职场人员。

客户,是你、你老板、你所处机构的合作伙伴,是利益共同体。客户,有时是战友,有时是对手。他的角色会变换。客户是潜在的朋友,也是潜在的敌人。客户是双刃剑,有时候能让你财富骤增,有时候会让你官职两失。懂得如何与客户打交道,对置身于职场中的你是非常重要的。你所处机构的利益相关者、你领导的往来伙伴、你所处机构未来的合作伙伴、为你公司带来利益的合作伙伴,都将成为你心中的客户。有时候,客户可以决定你所处机构的生存与发展;客户可以决定你老板的盈利与亏损;客户可以决定你的现在与未来。客户如此重要,那么我们如何与客户打交道呢?

与客户打交道时,最重要的是让客户认同你。只要客户认同了你,谈判和交易便成为你的囊中之物。而让客户快速认同你有七大招:一是比客户更了解他自己,替他策划一下,很容易实现这一点。二是不鸣则已,一鸣惊人。沉默是金,准备好了再说,哪怕是三天、五天、三个月,你说的话,都要让对方觉得你很职业,很厉害。三是多替客户着想。合作就是一种利益的分配。如果有条件,在合作的利益、条件上,可以多替客户想想,多给他一些利益。你替客户想多一些,客户也替你想多一些。这就是互利共赢,达到最佳的合作效果。在原则上要坚持,在策略上要灵活。原则

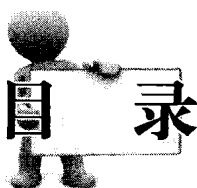


客户打交道

如何与各种

就是底线,只要不超过这个底线,都可以商量。只要合作在,利益就在。只要有客户,就有未来。四是不为难客户。谈合作、谈项目一定要讲究时期。时期不好,再好的合作也会泡汤。当客户有为难之处时,一定要体谅别人,不要让客户为难。比如他正在有事,他认为那样做会不合适或不能做时,你就要马上停止你的要求,并告诉他不管怎么样,你都非常感谢他。你的善解人意会让他觉得很抱歉甚至内疚,下次一有机会他就不会忘记补偿你。你也不会因为强人所难而丧失与这位客户今后可能继续交往的机会。五是尊重客户。每个人都需要尊重,都需要获得别人的认同。对于客户给予的合作,我们一定要心怀感激,并对客户表达出你的感谢。而对于客户的失误甚至过错,则要表示出你的宽容,而不是责备,并立即共同研究探讨,找出补救和解决的办法。这样,你的客户会从心底里感激你。六是信守原则。一个信守原则的人最会赢得客户的尊重和信任。因为客户也知道,满足一种需要并不是无条件的,而必须是在坚持一定原则下的满足。只有这样,客户才有理由相信你在推荐产品给他时同样遵守了一定的原则,他们才能放心与你合作和交往。比如,适当地增加某些服务和培训是可以接受的,但损害公司、客户甚至别人利益的要求绝不能答应。因为当你在客户面前可以损害公司或别人的利益时,他会担心他的利益也正在受到威胁。七是不要忽视让每笔生意来个漂亮的收尾。当所有的工作都做完了,你与客户合作告一段落,是不是就是终结了呢?也许这是大部分业务员处理的方式,但事实证明这是一个巨大的失误。事实上,这次生意结束的时候正是创造下一次机会的最好时机。千万别忘了送给客户一些合适的小礼品,如果生意效益确实不错,最好还能给客户一点意外的实惠。一个漂亮的收尾带给你的效益不亚于你重新开发一个新的客户。

作为职场人士尤其是销售人员,每天所要面对的客户可以说是形形色色,因而与他们每个人都融洽地相处也不是件容易的事,但如果能掌握一些与客户打交道的方法与技巧,进而获得客户的认同,便可大大提高成功的几率,并使你的职场工作变得轻松而容易起来。



第一章

精彩的开场,才会有精彩的结局

销售人员与准客户交谈之前,需要适当的开场白。精彩的开场白往往能与客户交往之始就抓住客户的心,引起客户的关注之情,在此基础上想要与客户有进一步的交流便会容易许多。可以说,开场白的好坏,几乎可以决定与客户交流的成败。换言之,好的开场,就是销售员成功的一半。

见面第一句话用假设来接触客户:赢得一个介绍产品的机会 2

当老师的自豪感不言而喻,不妨试着用请教的方式来开场 3

赞美的语言似晴天下的阳光,虽然飘渺,但很温暖 5

幽默的寒暄之后,你和客户将会融入更加轻松的氛围 6

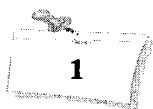
机智幽默的点评开场,不但轻松,更会让客户赏识你的机智 8

老友的感觉是放松的,为了接下来的谈话,让客户把你当成

老朋友 9

通过别人的介绍来肯定自己,这一招往往让人很踏实 10

一句有意无意的关心,比较尽脑汁的策划更能打动人心 12





激发客户的好奇心,是吸引客户最好的方式 14

第二章

了解客户的心理弱点再逐个击破

每个人都有心理弱点,了解了一个客户的心理弱点后,再去一一击破才能攻陷客户的心。作为销售人员,我们所要遇到的客户也有各种各样的性格和心理弱点,面对不同性格和心理的客户,了解客户的性格和心理特点,针对客户的性格和心理弱点来与不同的客户打交道,藉由客户的心理弱点来攻陷客户的心防,让客户打从心眼儿里信任我们,那么交易的成功便是你的囊中之物。

- “爱慕虚荣型”——满足客户的虚荣心显得尤为重要 18
- “脾气暴躁型”——你的冷静耐心将会博得他的好感 21
- “小心谨慎型”——用坦诚的态度来让他悬着的心放下 24
- “性格强硬型”——对于这类客户,“以柔克刚”永远适用 27
- “沉默寡言型”——引发客户的交谈欲是首要任务 29
- “自命不凡型”——不要否定对方,必要时用肯定表示否定 33
- “多疑型”——用故事来使对方下定决心 35
- “随和型”——用诚心可以换回的“回头客” 38
- “怪癖型”——了解,然后投其所好,继而微笑 40

第三章

一分钟内还不了解客户, 你的成交概率就减少三分之一

正所谓“知己知彼,百战不殆”,要想交易达到成功,我们就必须在最短的时间内了解客户,摸清客户的真实意图。然而,我们并不能一眼就看透客户真



正的心思,所以需要察言观色,从客户的一些表现,如眼神、穿着、语言和手势等方面琢磨客户的真实想法,从客户的一言一行中猜测客户的心理轨迹,进而找准能够决定交易成功的关键人物,提高交易的成功率。

也许客户能够掩盖自己的表情,但是“笑”和“眼神”不包括在内	44
穿着不能够说明一个人的品德,但是能说明他的购买力	47
掌握成交之前的客户的语言和动作,就像是抓住客户的心灵	49
多让客户“走两步”,逆境会由此露出转机	52
客户的心理变化虽然不好猜测,但是却有一定的“轨迹”	54
第一次就找到那个“当家人”,这样你就胜利了一半	59
多观察客户的动作、手势,这和他的性格紧密相连	62

第四章

和客户打交道,懂一些心理战术很必要

懂得心理战术的销售往往能在与客户的关系上更胜别人一筹。与客户打交道时,如果我们懂一些心理战术,并且适度地运用一些心理战术,那么我们将更容易抓住客户的心理,进而激出客户的购买欲望。这一章,我们为大家介绍了几种与客户打交道时行之有效的心理战术,如:欲擒故纵、趋利避害、互惠互利、物超所值、以静制动、避实就虚、以退为进、巧用激将等等。

欲擒故纵——难以得到的东西往往“更好”	66
趋利避害——让客户为利益所动心,驱动客户消费	69
互惠互利——小因惠带来大利润	72
物超所值——让客户“划算”,客户才会让你更划算	74
以静制动——靠质量来打动客户,好的东西胜过千言万语	76
避实就虚——如果客户的防御心理很重,那就想办法避开这堵“墙”	77



以退为进——遇到障碍,或者选择后退,也许绕个弯会有一番

“好风景” 80

巧用激将——更好地控制客户的购买心理 82

第五章

在电话里用“第一耳”感染客户

与客户打交道时,离不开与客户的电话沟通。在与客户通电话的过程中,因为双方并不是面对面地进行沟通,因此一句话说不好也许就没有继续谈下去的必要了。因此,在与客户通电话的过程中,我们要学会在最短的时间内感染客户,挑起客户的好奇心,引起客户的兴趣,让客户有继续听下去的欲望。

尊重客户,“我半小时以后再给你打过去吧” 86

把胆怯心理消灭在打电话之前 87

你的声音是电话推销的“第一形象” 91

让客户一直“听下去”的说话技巧 94

挑起对方好奇心,引起电话另一端客户的注意 97

用好话把握住电话接通后的 20 秒 102

站在为客户提供有价值的信息的角度设计对话 104

拨打陌生拜访电话的技巧 107

第六章

这些话也许会成为“成交杀手”

面对客户时,说话上也有很多禁忌。有时候,一句话便可能成为“成交的杀手”,将你们的交易扼杀在摇篮中。因此,面对客户时,哪些话该说,哪些话



不该说,销售人员都要做到心中有数,尤其要避免的是一些能够将交易扼杀在摇篮里的说话方式。

夸大其词短时间内或者让人敬仰,但是却带来长久的不放心	110
千万不要把客户当成自己的下属来对待	112
太关注客户的私人习惯,会让你的脸上留下“八卦记者”的烙印	114
质问的语气在你看着没什么,但请想想质问上帝的后果	116
和客户交谈,不是在炫耀自己说话的水平	118
在客户面前贬低竞争对手,客户将会把你当成是“恶意中伤”	120

第七章

请像专家一样说话

与客户面对面时,你的专业素养的高低决定着你能否给客户一种专业的、可信赖的形象。给客户一种专业的形象,你所说的话才能让客户信服,才能让客户信任你的产品,否则你自己都不了解你自己的产品,你又如何让客户信服你的产品呢?

面对客户的异议,如果逃避的话,你将会给客户留下“逃兵”的

印象	124
交谈时多说些准确数字,因为真正的专家不会说“差不多”	127
学会隐藏自己的目的,因为当客户知道你的目的,谈话质量 就会下降	129
懂就是懂,不懂就是不懂,在客户面前不懂装懂你失去的 不只是信任	131
如果你看起来不像专家,那么请早点把相关知识背诵一遍	133
只有双方都有说话的机会,才能称之为交谈	135



如果你使用太多的专业术语,客户的防御心理会增加	140
铁齿铜牙会让你看起来很强势,但有些客户是不喜欢强势的	141

第八章

客户的话像藏宝图,看你会听不会听

与客户打交道时,我们不仅要会说,还要会听。相较于说,听更重要。要知道客户的需求等信息都隐藏在客户所说的话中,如果我们懂得倾听客户,懂得从客户所说的话中去探寻客户的需求,那么我们就能够及时地为客户提供符合客户心意的信息,进而抓住客户的心,交易也就成功在望了。

很多时候失败并不说明你不努力,而是听的太少	144
不听客户的话,怎会明白客户的要求? 继而,恶性循环开始了	146
鼓励客户说出自己的需要,这将会增加成交的机率	148
成交需要一个切入点,而倾听就是在寻找这个切入点	150
如何做到有效地倾听客户	153
倾听是对客户的尊重,一个不愿听别人说话的人是孤独的	155
不要只听你想听的,更重要的是要听客户想说的	158
我们需要得到的是客户原本的信息,而不是改造后的	160

第九章

客户提出反对意见,你就更有成功胜算

面对客户的反对意见,如果我们仅仅把它们当作是客户拒绝的理由,而不去妥善处理,交易自然会被搞砸。而如果我们能把客户的反对意见当作是探寻客户需求的信息,不与客户做无谓的争辩,妥善地处理,那么,我们还是有很大



希望收获成功的。

如果没有客户的拒绝,那么世界上的销售员将会全部失业	164
巧破拒绝 6 法,让你学会应对客户的拒绝	166
客户拒绝后你会听到他最真实的想法,因为没有什么好顾虑的了	169
与客户争辩,无论你赢了还是输了,最后都是你失败了	171
克服客户的异议,让客户找不到抗拒的理由	174
面对价格争议,请谨慎,因为这是客户最关注的地方	175

第十章

看清楚客户话语后的潜台词

在与客户的交流中,客户所说的一些话都是有着潜台词的,如果你能从客户所说的话中听出客户没有说出的潜台词,那么你就能从中了解到客户的真实意图,进而有的放矢地来应对客户所说的话,反之,你只能让客户潜在的语言信息悄悄地流失,在没有摸清客户真实意图的情形下莫名地失去客户。

“我考虑考虑”	182
“我和xx商量一下”	184
“寄一份资料给我吧”	187
“我没时间”	188
“你们的产品要比别人的价格高”	189
“你们的東西值这么多钱吗?”	190
“再给我打个折吧”	195
“能赠送东西吗?”	196
“你们公司规模如何? 产品怎么样?”	198
“你们产品有……的缺点”	199



“我们已经使用xx产品了”	200
“我想比较一下,说不定有更合适的”	203

第十一章

客户的抱怨不足为奇,关键是怎样应对

销售整日面对客户,总是很难逃开客户的抱怨。面对客户的抱怨,一味地逃避并不能解决问题。因此,我们首先要勇敢地面对客户的抱怨,把客户的抱怨当作是一件再正常不过的事情来对待。在此基础上,找准客户抱怨的真正原因,站在客户的立场上来应对客户的抱怨,让客户感觉到我们正视他们的抱怨、为他们解决问题的诚心。

“你们的产品什么质量啊!”	206
“说好三天到货,都五天了,怎么还没有送来?”	208
“你们的服务也太差劲了吧!”	209
“你们的产品有问题,我要退货!”	211
“我找你们的上司,希望他能把这个事情说清楚”	214

第十二章

讨价还价中的攻心说话术

从集贸市场几毛钱的小菜生意到大公司间上百万元的巨额交易,买卖双方总难免为成交价格纠缠不休:买方在货比三家后总是要求物美价亦廉,卖方则唇干舌燥地宣称物超所值自己亏本,以争取更高的成交价格;买方动辄以价高为借口向卖方说“再见”,卖方为了挽留客户最终还是忍痛割“利”……双方讨价还价,是我们在与客户打交道的过程中无处不在、无时不有的一个



问题,掌握好讨价还价中的攻心术,我们就能抓住客户的心理,在讨价还价中处于上风。

强调产品的优势	218
多用反问的技巧化解客户的疑虑	219
决不轻易松口,表现价格已经到底	220
投石问路,让对方亮出底牌	221
把顾客的关注点从价格转移到品质	224
最后出价法,一语定成交	225

第十三章

敲定最终成交,做一个情感“狙击手”吧

在与客户打交道的过程中,如果我们能抓住客户的情感,用“情”来打通与客户的关系,想要拿到客户的订单会更加容易一些。尤其在最终敲定成交的时候打好“情”字牌,更能帮助我们踢好成交之前的临门一脚,让客户拜倒在“情”的罗裙之下。在这种情况下,客户的订单毫无疑问就是你的囊中之物了。

如果想要更加了解客户的心理,很简单,像客户一样思考吧	230
请为客户争取到更大的利益	233
客户的好奇心是引导成交的“导火线”	235
与客户之间的谈话避免“赤裸裸”的交易关系,这将很枯燥	238
如果你找不到客户的“需要点”,就为他创造一个吧	241
每个客户都有消费心理,知道这些会让谈话变得“如鱼得水”	243
一个成功的展示,胜过千言万语	246



第十四章

用良好善后积累“回头客”

现代商业交易中不少企业都采取了赊销的形式。通俗点说,即先拿货后付钱。但是这个过程中,对方诚信程度如何?是否欺诈?能否按时回收账款?能否解决好这些善后问题,决定着你能否处理好与客户的关系,能否留住更多的回头客。除此之外,能否提升你的售后服务语言,能否妥善处理客户的抱怨,能否与客户建立长期的友谊关系,也决定着你能留住多少回头客。

下苦功提升售后服务的着眼点	252
如何应对不同原因的欠款不还者	253
账款回收时,语言运用有技巧	256
提升售后服务语言,要从这几点下功夫	258
妥善处理客户的抱怨,消除售后隐患	263
交易完后,与客户建立长期友谊	269



③ 见面第一句话用假设来接触客户：

赢得一个介绍产品的机会

见面后用假设的问句来接触客户，让客户给你一个机会介绍你的产品，你与客户的交易才可能有一个开始。

假设问句开场白指的是将产品最终能带给客户的利益及好处，转换成一种问句的方式来询问客户，借此让客户在你一开始进行产品介绍时，就能产生好奇心及期待感。

举例来说，假设你的产品最终能带给客户的利益点是可以节省他们的某些成本开支和增加他们的某些利润，那么在一开始接触客户时，我们可以直接问：“先生/小姐，如果我有一种方法能够帮助您每月提高 1000 元的利润或节省 1000 元的开支，请问您会有兴趣抽出 10 分钟的时间来了解吗？”

使用此种问句方式，让客户给你一个机会，开始介绍你的产品。而当你介绍完你的产品之后，只要你能够证明你的产品或服务能够达到当初所承诺的效果，那么这个客户就不会说“没有兴趣”。或者你可以问：“假设我有一种方法可以帮助你们公司提高 20%~30% 的业绩，而且这一方法经过验证之后真正有效，你愿意不愿意花几百元钱来投资在这件事情上面呢？”

在这种情况下，如果客户的回答是肯定的，那么接下来你所要做的产品介绍和说明，就是很简单地去验证你的产品和服务是否能帮助客户提高他们的业绩，那么自然而然地他们就能够做出购买决定了。

曾有一名某图书公司的销售人员总是从容不迫、平心静气地以提出问题的方式来接近顾客。



“如果我送给您一套有关个人效率的书籍，您打开书发现内容十分有趣，您会读一读吗？”

“如果您读了之后非常喜欢这套书，您会买下吗？”

“如果您没有发现其中的乐趣，您把书重新塞进这个包里给我寄回，行吗？”

找出在你的产品销售过程中最常见的客户抗拒点，可以使用假设问句法来询问你的客户。

例如你所销售的是健康食品，而一般客户可能最常见的抗拒点是怀疑产品的有效性，那么你可以一开始就问他：“如果我能证明这一产品真的有效，您是不是会有兴趣购买呢？”

使用这种假设问句法，让客户自己回答说：“只要……我就会买。”

让客户自己做出承诺。这样之后，只要你能证明产品是有效的，客户购买的意愿自然就会增加。任何一位顾客都不能被别人说服的，能够说服他的只有他自己。

② 当老师的自豪感不言而喻， 不妨试着用请教的方式来开场

请教问题是吸引客户的一个好方法，在与客户打交道时，不妨用提问的方式开始，这样不仅能够引起客户的注意，也可借由提问了解客户的想法。

有些客户好为人师，总喜欢指导、教育别人，或显示自己。作为销售人员，你可以有意找一些不懂的问题，或懂却装作不懂地向客户请教。一般客户是不会拒绝虚心讨教的人的，所以，利用向客户请教问题的方法是引起客户注

