



金牌脱口秀全书

super
talk show
series

成功推销 脱口秀

54个金牌推销的嘴上功夫

super talk show series

吴生明 叶昌德 主编



北方妇女儿童出版社

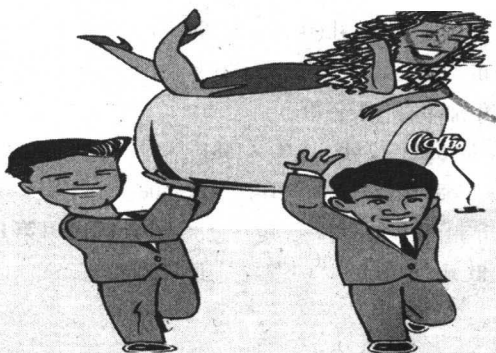


金牌脱口秀全书

成功推销 脱口秀

54个金牌推销的嘴上功夫

吴生明 叶昌德 主编



北方妇女儿童出版社

内容简介

《金牌脱口秀全书》是一套训练你的说话智慧,让你自由选择有益于你的口才艺术,和你一生永相伴的口才明细宝典。本书重点介绍的是如何才能在推销产品的过程当中,充分发挥你金牌推销的口才艺术,达到成功推销目的的口才技巧。

金牌脱口秀全书

书 名:成功推销脱口秀 ——54个金牌推销的嘴上功夫

主 编:吴生明 叶昌德

责 编:冯 强 封面设计:胡小林

出版发行:北方妇女儿童出版社(0431-5640624)

地 址:长春市人民大街4646号(130021)

印 刷:北京中加印刷有限公司

书 号:ISBN 7-5385-2443-6/G·1581

开 本:850×1168(毫米) 印 张:308

字 数:499千字 版 次:2004年10月第1版

定 价:750.40元 本 册:26.80元

目录

1 推销员的口才训练

1. 组织能力的训练 1
2. 掌握推销语言的要求 10
3. 推销语言的运用技巧 24

2 近接客户的窍门

4. 见面寒暄的技巧 28
5. 产品性能的说明要领 50
6. 与客户的沟通窍门 56

3 金牌推销的口才艺术

- 7. 先要对方注意你 74
- 8. 选择适当的话题 79
- 9. 因人而异话推销 81
- 10. 立足长远让小利 84
- 11. 原则性与灵活性 86
- 12. 知兵者动而不迷 87
- 13. 推销重文化习性 90
- 14. 欲擒故纵有玄机 94
- 15. 转变对方的意志 97
- 16. 推销报价要合理 99
- 17. 以退为进话让步 102
- 18. 声东击西话压价 108
- 19. 装聋作哑别有意 111
- 20. 一鼓作气勇者胜 113

4 与客户面谈的窍门

- 21. 了解面谈的基本要求 118
- 22. 了解客户的技巧要求 123
- 23. 面谈中的态势语言的运用 137

5 应付不同客户的艺术

- 24. 与各种客户打交道的窍门 147
- 25. 推销的实战口才技巧 153
- 26. 向不同客户推销的口才技巧 160

6 应付客户的拒绝

- 27. 应付客户的拒绝 170
- 28. 预防客户拒绝的技巧 180

7 推销口才择要

- 29. 交易成功系口才 194
- 30. 诱导顾客作决定 198
- 31. 让你的眼睛说话 200
- 32. 口才“功夫在诗外” 202
- 33. 咬住顾客让他买 204
- 34. 货比三家讲优势 206
- 35. 好买也就是好卖 208
- 36. 捕捉顾客的意愿 209
- 37. 推销员的禁忌语 215

- 38. 推销员的专业语 216
- 39. 决不卖过期面包 219
- 40. 摸准顾客的想法 221
- 41. 设法让顾客说话 222
- 42. 推销必须看对象 223
- 43. 热情换得生意隆 224
- 44. 曲线推销奏奇功 226
- 45. 上门推销出绝招 228
- 46. 外贸推销有技巧 229
- 47. 井植薰的推销观 231
- 48. 投其所好话推销 233

8 电话推销的艺术

- 49. 电话推销的认识 236
- 50. 电话推销的步骤 239
- 51. 电话推销的要领 247

9 成功推销的口才技巧

- 52. 成功推销的一般要求 269
- 53. 成功推销的方法及技巧 284
- 54. 成功推销的口才技巧 306

1 推销员的口才训练

1. 组织能力的训练

作为一名推销员，语言组织能力是非常重要的，这一点毋庸置疑！鉴于推销员接受教育的程度各不相同，我们认为如果想要具有良好的口才技巧，不做文学大师起码也不应当是白字先生。而良好的口才技巧是建立在同样良好的语言组织能力之上的。所以，提高自己的语言组织能力就成为推销员必须时刻修炼的一门功课。

□ 积累词汇

我们和这个世界只以四种方式接触。旁人是根据四件事情评估我们，并将我们分类：我们做什么，我们看起来是什么样子，我们说些什么，我们怎么说。而言语占了其中的 1/2。我们的言谈随时被别人当成判断我们的根据。我们说的话，显示我们的修养程度，它能让听者知道我们是什么出身，它是教育和文化程度的证明。

在交谈中，要想把话说好，说贴切，充分发挥有声语言的表意功能，就要做词汇的富翁，储备丰富的词汇，只有在这个

基础上才能做到用词贴切，也就是可以精心选择最确切、最恰当的词汇，正确地反映客观事物，真切地表达自己的思想感情。

在日常生活中，要不断丰富自己的词汇积累，要学习生动活泼的词语，学会用人们喜闻乐见的语言。要掌握较多的基本词汇、一般词汇、同义词、反义词、多义词、同类词和在今天仍具有很强表现力的古语、外来词、行业词以及成语、格言、惯用语、歇后语等，并以它们为原料，根据不同场合的需要，精心加以选用，加强说话的艺术魅力。

在掌握丰富词汇的基础上，还要善于精心选用词语，才能贴切地表情达意。

哈佛大学校长艾略特博士宣称：“我认为，在一位淑女与绅士的教育中，只有一项必修的心理技能，那就是正确而优雅地使用他的本国语言。”这是一句意义深远的声明，值得各位深思。

中华民族的历史源远流长，在漫长的文化发展过程中，积淀了绚丽多彩的中华文化，其中的语言更是华夏子孙值得骄傲的“珍宝”，当你掌握了丰富的词汇，你会发现它的丰富多变，传神贴切，更会因为它所带给你的变化而由衷地欣喜。

□ 提高文学素养

掌握了丰富的词汇后合理地运用，也是一个问题！

我们如何才能和语言发生亲密的关系，以美丽而且正确的方式说出来？很幸运的，我们使用的方法，没有任何神秘之处，也没有任何障碍。这个方法是公开的秘密。林肯使用这个

方法取得了惊人的成就。他可以把帕恩斯、拜伦、布良定的诗通篇背诵出来。当他进入白宫之后，内战的悲剧负担消磨了他的精力，在他的脸上刻下了深深的皱纹，但他仍然经常抽空拿本英国诗人胡德的诗集躺在床上翻阅。有时候他在深夜醒来，随手翻开这本诗集，会凑巧看到特别启示他或者令他高兴的一些诗。他在白宫时，也会抽空看他早已背熟了的莎士比亚名著。罗宾森在他的著作《林肯的文学修养》一书中写道：“这位自修成功的人物，用真正的文化素材把他的思想包装起来。可以称之为天才。这个方法就是他永不停止地研究与学习。”

在这个世界上，全新的事物实在太少了，即使是伟大的演说家也要借助阅读的灵感，即得自书本的资料。

书本！这就是成功的秘诀。想要增加或扩大文字储存量、增强语言驾驭能力的人，必须经常让自己的头脑接受文学的洗礼。

英国著名演说家福克斯高声朗诵莎士比亚著作，以改进他的风格。

英国桂冠诗人但尼生每天研究圣经，大文豪托尔斯泰把《新约福音》读了又读，最后可以长篇背诵下来。

没有人可以不劳而获！对于提高文学素养更是如此，相信文学素养的重要性，激发自己对文学的兴趣，从书本中汲取丰富的知识，你的口才技巧也会在无形中得到提高。

□ 掌握表达的四种方式

在推销业界中，我们要解释某一观念，或者是要表达某一思想，通常都需要斟酌自己的表达方式。只有当你针对某一对

象采取了最适当的表达方式，才可能达到最佳的沟通效果。这里我们重点介绍四种表达叙述方式。它们分别是：说理式表达、举例式表达、比喻式表达和引导式表达。

（1）说理式表达

所谓说理在推销活动中即是以专业知识进行讲解，它是一般人最常用、也最习惯的说话方式，然而它也是效果最不好的方式。

一般来说，本身行业越专业化的，越容易掉入说理法的漩涡，或者是本身越懂专业知识越习惯使用说理法。有很多推销员刚投入业务工作时，因为对专业知识不太懂，所以在客人提出反对问题时，常只会这样回答：

“陈先生，你放心啦！这东西真的很好。你买了绝不会错。”经过半年后，对专业知识越来越内行，就会这样答：

“陈先生，我们这部车是最新型的款式，你注意看，完全是一体成型的，具有最安全的防护配备，引擎是……”

一定要把所有的专业知识都说完，才会接下来问：

“陈先生，不知道你觉得怎么样？”

其实，他讲到“一体成型”时，客户已经心动了，但是，推销员没有把握机会导入促成，仍然继续不断地介绍车子性能。最终的效果只能是令客户生厌而失败。

所以，越懂专业知识的推销员，他越习惯使用说理法；越习惯使用说理法，就越容易掉入专业知识的推销。但是，我们讲究的不是专业知识的推销，而是人性化的推销。因为，专业知识只是提供我们销售商品的素养，只有人性化的推销才能

成为我们跟对方沟通的语言。就象我们玩电脑一样，事实上我们只要学会操作使用就够了，并不一定要了解整部电脑的硬件。对客户而言也是一样。客户并不需要对产品的硬件了解太多。在推销的过程中，他要的是一种感觉，一种安心的感觉，只要知道怎么使用就可以了。此外，一旦落入专业知识的推销，就很容易变成在对客户说教。说实在的，无论你今天是在卖车或卖房子，对方的身份都比你高，你怎么去跟他说教呢？

推销保险自然也不能例外，请看下面一段话：

“我还要考虑考虑。”客户说。

“陈先生，一个成功的人都是很有决断力的，只有失败的人才犹豫不决。陈先生，你还有什么好考虑的呢？”

这种说法是不是在说教？这是很容易引起客户反感的。因为每一个人都是习惯对抗权威的，你越权威，受到的打击也越大，这是说理法最大的缺点。

（2）举例式表达

这种叙述表达方式相对于说理法而言是比较有效且简单的一种，我们不妨以推销管理类的录音带为例，比较两种说法的不同效果：

说理法：

“陈先生，像你这样忙碌，一定没有时间好好研读一套完整的管理书籍。所以假设你在管理上发生了问题，你就会一筹莫展，这是非常危险的。”

举例法：

“陈先生，你知道楼上大友公司的张总吧！他和您一样非

常忙碌。而且，也遭遇到很多管理方面的问题。可是，后来他通过我们帮他介绍一套东西，他发现所有的问题从此迎刃而解。因为他没有时间去读管理方面的书籍，所以我们介绍给他的方法是不需要他花费一分钟的时间，就可以在一个月內读完一套完整的中国式管理的书籍。陈先生，你想不想知道这是什么方法呢？”

显然，举例法避免了说理法带给对方的说教感觉，从而更容易让对方接受。

“大友公司张总告诉我，像他这样忙，哪有时间去研读书籍？于是我介绍这套录音带给他，他觉得非常好，因为他利用上下班开车时间听，不到一个月就把整套中国式管理的录音带听完了。现在，遇到管理上的问题，他再也不会一筹莫展了。”

上述这样举例法，把自己的话借别人之口说出，抛开了自卖自夸的迹象，把最生活化的一面表现出来，大大地增强了话语的说服力。

一般说来，任何人用举实例法来叙述一件事，我们即使不很认同，也很难反驳对方。因为对方提出的是实际的例子，事实胜于雄辩，这也是举实例法表达的最大魅力。

(3) 比喻式表达

比喻法是针对一些比较抽象的概念进行说明的最好的表达方式。一般情况下，某些话不便直接说出来时也经常使用比喻法，表现深入浅出之效用。

假设我们要鼓励一个年青人上进，用说理法是这样的：

“年轻人哪！一定要求上进，整天无所事事将来有什么前途？一定要有所作为才能成功……”

这种话让对方下不了台，不仅没有效果，更容易引起对方的反感。如果用比喻法，效果就不一样了。

“小陈啊！你说太阳伟大不伟大？其实它的伟大，也只不过是因为它日出日落永不偷懒罢了。一个人如果能像太阳一样，每天日出而作、日落而息，那么成功一定是属于他的。”

或者是：

“其实，人就跟电脑一样，你给它的软件越多，它的功能越强。所以，只要懂得充实自己，就有足够的能力去跟人竞技。”

两者相比较，相信谁都愿意接受以比喻法方式表达出的劝导。我们再看看实务方面的例子：

“啊！你们这种差旅费太贵了！哪里要4万元？大概3万元就做得起来了。”

“陈先生，你说得很有道理。假设我去参加旅行，我也希望同样的行程如果3万元能做得下来，就不要花4万元。陈先生，您一定经常外出旅游，所以非常内行。是这样的！陈先生，你抽烟吗？假设1包“百乐门”的售价是40元，有一天你突然发现隔壁的杂货店只卖35元，那你是要买35元的烟还是40元的烟呢？当然是35元的！陈先生，我今天给你的行程就是35元的“百乐门”。你说是便宜还是贵？”

在这个例子中，“百乐门”香烟与他们之间所谈的旅游行程没有丝毫关系，简直就是风牛马不相及的两件事物，然而比喻的好处，就在于它以这种巧妙的联结，阐述了推销员欲表达

的思想。这种比喻比任何坚不可破的推理更具说服力。因此，提高口才技巧，善用比喻法表达是一个不容忽视的部分。

(4) 引导式表达

引导式表达通常情况下是依靠一连串的反问句进行提问，最终引出提问者所要表达的意思的表达形式。我们前面举过一个关于利用说理式表达推销录音带的实例，如果将那段话改成引导式表达，可以是这样的：

“陈先生，像您事业做这么大，不知道您是用中国式管理还是欧美式管理？”

“中国式”或“欧美式”，不管他回答什么都可以。

“陈先生，像你这样忙碌，你有时间去阅读一套完整的管理方面的书籍吗？”

“没什么时间。”

“陈先生，你有没有想过：假如今天不要你额外花一分钟的时间，就可以在一个月的时间里读完一套很完整的管理书籍，你愿不愿意？”

引导式问话是把所要表达的意思分成几段反问，而每一段都起到承前启后的作用，直到最终完成某一意思的清楚说明。因此，这种表达方式难度较大，但却是非常有效的一种表达方式，其优点有这么几个方面：第一，引起对方的注意；第二，能够随时试探出对方有没有购买意向；第三，用反问式表达以征询式的口吻进行，会令对方有被尊重的感觉。所以，巧妙地运用引导式表达无疑是提高口才技巧的又一途径。

(5) 不同表达方式的比较

在上面部分，我们讲述了四种表达方式。毫无疑问，这四种表达方式是推销员经常使用的沟通技巧，但就其最终效果而言，说理法明显逊于另外三种方式，然而也并不是说理法就应当弃之不用，实际上，在推销员运用口才技巧与客户沟通时，各种表达方式都有其用处。

我们讲解四种常用的表达技巧的目的，就是要推销员了解这些表达技巧的所长所短，而在运用时取长补短、相得益彰，只有这样，你的口才，你的沟通技巧才可能得到真正的进步。为了给推销员一个清晰的认识，我们再就关于“七月鬼月的忌讳”这样一事以四种表达方式陈列出来，供推销员借鉴和把握：

“我看等过了7月（农历）我们再来讨论买车的问题。”

当客户提出这样一个问题时，我们可以用四种叙述法来回答，以下是我们的范例。

“×先生，那没关系。现在已经是太空时代了，已很少有人在乎7月鬼月里什么事能做、什么事不能做了。×先生，你是高等知识分子，相信也不会有这方面的忌讳吧！”（说理法）

“×先生，你说得很有道理。上星期我才交了一辆新车，车主是一位专门帮人看风水的师傅，我特别请教他，为什么特别选在今天农历7月2日交车，他说：‘其实好年也有歹月，歹月也有好日，农历7月2日是今年较好的日子，目前景气不佳，选个好日子交车，想看看能不能时来运转。’他告诉我：‘7月20日也是个好日子’。×先生如果你决定换车的话，是

否考虑那天来交车？”（举实例法）

“×先生，那没关系。你说7月是歹月，不知道7月里你要不要做生意？孩子如果生病要不要看医生？（停）所以嘛，即使是7月，该做的事一样也是要去，你说不是吗？”

（比喻法）“×先生，你说得有道理，所以很多人在7月尽量不靠近海边，因为危险，对吗？”

“对！”

“所以，×先生，我们每天开车上班也更要小心，对吗？”

“对！”

“那你觉得开旧车安全性比较高，还是开新车呢？（停）当然是开新车嘛！”

“那×先生，你是希望7月份开旧车，8月份开新车呢？还是7月份、8月份都开新车呢？（停）当然7月份！”（引导法）

2. 掌握推销语言的要求

□ 言语技巧的重要性

您经常因为拙劣的说话技巧而词不达意吗？

同事、朋友甚至是公司，会因为您的说话技巧而减少他们自己摸索、揣测的时间吗？

在团体中，运用卓越的说话技巧，是不是能让成员更能确立组织的目标，并且落实达成组织目标的行动呢？