

直销赢家的实战沟通

直销沟通

你的沟通品质决定你的生活品质。
走出沟通误区，成为沟通高手，
让我们在巅峰相会！

金克言◎著

沟通



中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

直销赢家的实战沟通

直销

决定你
/ 成为
/ 机会！

你的生活质量
成为你的对手。

金克言◎著

沟通

中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

直销沟通 / 金克言著 — 北京: 中信出版社, 2006.1

ISBN 7-5086-0496-2

I. 直… II. 金… III. 销售—方法 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2005) 第125415号

直销沟通

ZHIXIAO GOUTONG

作 者: 金克言

责任编辑: 汤曼莉

出 版 者: 中信出版社 (北京市朝阳区东外大街亮马河南路14号塔园外交办公大楼 邮编 100600)

经 销 者: 中信联合发行有限责任公司

承 印 者: 北京诚信伟业印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16 印 张: 13.75 字 数: 114千字

版 次: 2006年1月第1版 印 次: 2006年1月第1次印刷

书 号: ISBN 7-5086-0496-2/F · 938

定 价: 28.00元

版权所有 · 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。服务热线: 010-85322521

<http://www.publish.citic.com>

010-85322522

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

快乐的沟通世界即将展现，因为你已经翻开本书！

欢迎你加入直销事业！在直销事业中，沟通是你必备的重要技能。你的生活品质源自你的沟通品质。

1997年7月，我有幸选择了直销。刚进入这个行业，我就潜心打磨沟通能力，于是有了下面的故事：

有位朋友跟我讲，他沟通不好，没有人际关系，所以不适合从事直销。

这是个很常见的问题。我决定改变以前的沟通方式。

“我有一位朋友，大学刚毕业时，同你一样，性格内向，没有多少朋友，”我说，“你认为他适合做直销吗？”

他摇摇头。

“然而今天，他做得挺好！想见见这位朋友吗？”我问。

“能见见当然好啊！”他说。

“他就坐在你面前，现在正与你沟通！”我笑道。

“啊，就是你！”他惊讶极了。

他的惊讶让我体验到沟通的极大乐趣。正是这种乐趣，促使我把沟通的趣事写成了《怎样成功地说服新朋友》。

9年来，我在从事直销工作之余，还在国内讲授《超魅力直销沟通》，目的是帮助更多的人挖掘沟通潜能。《超魅力直销沟通》课程的内容构成了你手中这本书的主要内容。

与《怎样成功地说服新朋友》相比，《直销沟通》不仅论述一对一沟通，还重点介绍了一对多沟通，目的是帮助你提升演讲技能。它是我9年实践的成果。

沟通充满了乐趣。我在写作时运用了大量的故事及比喻和幽默的手法，以便让你读得更轻松，帮助你开拓沟通思路，体验沟通带给你的快乐！

最近我看了一部很棒的美国电影，片名为《全民情敌》。影片中有一句很棒的话：无论何时、何地，任何男人都有机会亲近他喜欢的女孩，他需要的只是恰到好处的点拨。

你也一样，无论何时何地，你都有机会接近你的准客户，但愿《直销沟通》能带给你恰到好处的点拨。

来吧，现在就开始这趟美好的沟通旅程！

祝你好运！

附：测试你与客户沟通的能力

下列每种情况都由A、B两种选择组成，共计3分。请你根据实际情况逐条给自己打分。

也许你会碰到一些反应程度差不多的情况，那就根据你一贯的表现，倾向明显些，分数打高些。规则：如果A很明显，B很不明显，则A计3分，B计0分；如果A比B明显一些，则A计2分，B计1分。反之亦然。

A. 每当我去说服客户时，我都很兴奋。

B. “人各有活法”，我不强求客户围着我的想法转。

A. 说服客户的时候，我会使用大量的图表、比喻和趣闻逸事。

B. 客户是被事实说服的，讲故事、摆图表没用，我喜欢立足于逻辑和数据。

A. 我由衷地赞扬客户。

B. 对过多的赞扬我总保持警惕，因为好话说多了不值钱，客户还会认为我在奉承他（她）。

A. 在我与客户说话时，我会让对方陷入思索之中，客户也会对我说：“这真是个好问题。”

B. 客户很少对我的问题做出评价。

A. 我会对客户复述一遍他（她）说话的要点，以此确保我的理解无误。

B. 把说过的话再重复一遍，既没有必要也浪费时间。

- A. 我喜欢用简洁精练的语言。
- B. 为了使客户明白，我长篇累牍地向他（她）讲述一个简单的道理。

- A. 说话时，我不断地与客户保持目光交流。
- B. 我常常害怕与客户正视，说话时总是低着头。

- A. 我宁愿夸张一点，也不愿光是口头说，身体丝毫不动。
- B. 我不愿意乱动，觉得那样容易使客户分神。

你的得分：

请将A项得分相加_____

请将B项得分相加_____

如果A项得分明显高于B项，说明你的沟通能力很强。你的选择越向A项倾斜，你的沟通技巧就越高。本书将帮你更上一层楼。

如果你的B项得分高于A项，你就得认真阅读本书了。

前言

附：测试你与客户沟通的能力

第一部分 一对一沟通

第一章 我闯了沟通红灯？ /003

红灯一 说得太多	004
红灯二 直接否定对方的观点	009
红灯三 对客户了解不足	012
红灯四 辩论	014
红灯五 自以为是	016
其他的沟通红灯	020
附：测试你对沟通了解多少	024

第二章 沟通前的准备 /025

准备一 了解对方的情况	025
准备二 调整你的形象	027
准备三 调整你的心态	037
附一：测试你给客户的第一印象可好	040
附二：测试你是否善于沟通	042

第三章 沟通成功的关键 /043

沟通，5分钟就够	043
真诚制胜	044
关键一 赞美	046
关键二 寻找共同点	050
关键三 谈对方感兴趣的事情	054
关键四 聆听	057
附：测试你是否善于鼓励客户说话	066

第四章 沟通的方法 /069

方法一 认同突破法	069
方法二 类比沟通法	072
方法三 故事沟通法	074
方法四 发问沟通法	077
方法五 人格沟通法	080
方法六 逆向沟通法	083
方法七 正反沟通法	087
方法八 痛苦快乐交替法	089
方法九 情感沟通法	093
方法十 标签沟通法	094
附：测试你的沟通是否良好	097

第五章 沟通高手的六种武器 /099

武器一 富有姿态	099
----------	-----

武器二 认同与接纳客户	103
武器三 缜密的沟通思路	106
武器四 随时处于沟通状态	110
武器五 针对客户的性格进行沟通	112
武器六 保持健康与精力充沛	114
附一：测试你是否讨人喜欢	119
附二：测试你的沟通技巧	120

第二部分 一对多沟通

第六章 魅力四射的直销演讲 /123

标准一 有力的开头	129
标准二 简洁	133
标准三 生动与幽默	136
标准四 互动	141
标准五 创新	147
标准六 “你”的运用	149

第七章 像大师一样演讲 /151

策略一 适当重复	152
策略二 结尾有力	153
策略三 引用巧妙	155
策略四 叙中夹议	156
策略五 注重互动	159
策略六 增强感染力	162

第八章 可复制的实战案例：说服你的客户 /169

门罗促动顺序	170
高绩效演说营销	171
实战案例	175
附：如何激励销售队伍	190

第一部分

一对一沟通

第一章 我闯了沟通红灯？

闯红灯了

你是兴奋，还是紧张？

当客户坐在你面前的那个瞬间，你的心情恐怕难以描述。短暂的寒暄过后，你开始介绍直销产品。

你描述你选择的公司实力多么雄厚，你选择的产品效果多么惊人，你奋斗的前景多么美好，你从来就没有如此兴奋过。

也许有人告诉过你：沟通是一种感觉的传递。你希望客户能被你感染，继而马上选择直销产品，以改善自己的生活！

“听我说了这么多，你感觉怎么样？”你终于想起了要问问题。

“我还有点事要处理，咱们改天再聊。”客户的回答让你尝到了掉进冰窖里的感觉。

你茫然了！

这么好的直销产品，为什么你的客户会如此冷淡？原因到底是什么？

答案很可能是：你闯红灯了——沟通上的红灯！

红灯一 说得太多

中 计

我中计了。时间是2004年8月13日。

那天我从广州出发，坐在高速列车上，去深圳举办高级讲师培训。我在座位上闭目养神。两位衣着体面的女士走到我旁边。

“先生，能跟你换个座位吗？”年龄大一点的女士说。

“没问题。”我回答。

于是我到另一个座位上继续闭目养神。

火车开动了。迎面走来一位乘务员。

“小姐，开到深圳大概需要多长时间？”我问。

“70分钟，先生。”

因为广州到深圳的高速列车票价是70元，我就自言自语：

“噢，一块钱一分钟。”

“你真幽默。”换座位的年轻女士笑着说，“万一晚点了怎么办？”

“8毛一分钟，不是更好吗？”我开了个玩笑。

无论是演讲还是沟通，我都会使用幽默，它的作用太大了。我非常喜欢一位谈判专家所说的话：“一克幽默胜过一公斤证据。”

她笑得更厉害了。笑声意味着更近的距离。无论是演讲还是沟通，我都会使用幽默，它的作用太大了。我非常喜欢一位谈判专家所说的话：“一克幽默胜过一公斤证据。”

“先生，你从事哪个行业？”年轻女士问。

“我做销售，专门销售培训课程。”既然做的是销售，我会抓住每一个机会。

“那太好啦，我先生开电脑公司，他的员工刚好需要培训，

能跟你谈谈吗？”年轻女士说。

于是我们聊了起来。

“请问你在哪里上班？”我问。

“我在一家跨国公司上班。”她说。我对这句话没有太在意。

“公司主要经营什么？”

“主要经营化妆品和一些日化用品。”她的回答让我大吃一惊，于是我认定她正在从事直销。

在接下来的时间里，她一直反复告诉我她为什么要做这家公司的业务，归结起来理由有两点：第一，她原是公司的会计，性格内向，不喜欢与人交流，可做了这家公司的业务后，性格上有了很大的突破；第二，公司的保健品使她父亲的身体变得更健康。

当然，她并非向我了解培训课程，而是介绍直销产品。我算是中计了。

虽然年轻女士花了很多心思与我沟通，她的主动性非常令人钦佩，但她的沟通效果却一般。最大的问题在于她根本不知道我的需求在哪里，而她谈的两个理由又不足以打动我：其一，我的性格并不内向，与人交流也非常顺畅，我对她的第一个理由没有反应；其二，我的父亲年纪不算太大，身体也非常好，所以她的第二个理由也难以打动我。

很多直销人士认为，既然是沟通，就应该自己拼命讲，对方认真听，恨不得把自己知道的一切全部告诉对方。这种想法究竟对不对呢？

下面的故事或许能给你答案。

霸权主义

生活中也有霸权主义。

深圳讲师培训结束后，我接到一个电话：

“金老师，你的讲师培训真有效，我参加完后刚回家，就联系了一个朋友。我原来跟他沟通了好多次，他从来都不接受我的产品，可这次沟通他认可了。”

“讲师培训是教你如何演讲，没有谈如何一对一沟通啊？”我惊讶地问。

“你还记得吗，你在讲师培训上专门补了一堂课，叫做《超魅力直销沟通》，你在这堂课中说要避免闯‘说得太多’的红灯。所以这次回家后，我就找那个朋友喝茶。沟通的时候，我就问他一些问题，让他拼命地讲，我不断地在旁边点头，连声说‘对’、‘有道理’。结果聊完后，他对我说：‘你的变化好大啊，我买你的产品吧。’当时我惊呆了。”

“原来是这样，真有意思，恭喜你多了一个客户。那你原来是怎么跟他沟通的呢？”我好奇地问。

“他跟我一样，都开店做童装生意。我的店比他的大，生意比他好，所以我每次跟他沟通都是采用霸权主义。我对他说：‘我的店比你的大，生意比你好，你听我的没错。我都使用直销产品了，你为什么不用？’我每次都这样跟他沟通，他就是不接受我的劝说。可这次我一改往日的沟通方法，他竟然接受了。”

既然说得太多是红灯，下面的故事会告诉你什么是绿灯。