

或许，这是一本让你迅速走向成功的书  
畅销书《方与圆》作者最新力作

# 直销

SALE ELOQUENCE

# 口才

乐源/编著

一个卓越的直销员他可能会具备各种各样的能力，但他一定少不了口才，就像中国行为建设网总裁赵菊春先生说过的一句话“是人才不一定有口才，但有口才必定是人才”。

那么，什么样的口才才是真正好的口才，又怎样提高自己的口才呢？相信在读完本书后必定会让你有所收获。

中国工人出版社

# 直销口才

ZHIXIAOKOUCAI

乐源 编著

中国工人出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

直销口才 / 乐源编. - 北京: 中国工人出版社,

2005.2

ISBN 7-5008-3452-7

I. 直... II. 乐... III. 推销-口才学

IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 138482 号

---

出版发行: 中国工人出版社

地 址: 北京鼓楼外大街 45 号

邮 编: 100011

电 话: (010)82075964 (编辑室) 62005038 (传真)

发行热线: (010)62005249 62005042

网 址: <http://www.wp-china.com>

经 销: 新华书店

印 刷: 北京奥隆印刷厂印刷

版 次: 2005 年 2 月第 1 版 2005 年 2 月第 1 次印刷

开 本: 880 毫米×1230 毫米 1/32

字 数: 250 千字

印 张: 10

定 价: 22.00 元

---

版权所有 侵权必究

印装错误可随时退换

## 绝妙的口才是挖掘人生金矿的利器

直销被人们喻为“21 世纪的朝阳产业”，有越来越多的人全身心地投入到这新兴的行业之中，并通过自己的努力获得了事业上的成功。同样也有很多人终日忙碌，并没有获得预想的业绩。这到底是为什么呢？其实，其重要因素是由“口才”所决定的。

**“口才决定了直销人员的业绩！”**

下面的一则小故事便能够让你充分认识到“口才”对于一个直销人员是何其的重要。

有这样三个直销人员：阿甲、阿乙和阿丙。他们所推销的是木梳。可以说他们都是相当不错的业务员，一直以来都在私底下暗暗较劲，企图超过对方。偶然一天，他们在一家小餐馆内不期相遇。互相询问了一下彼此近来的情况之后，谈到各自的营销业绩的时候，谁都不认输，认为

## 前言

自己是最棒的。最后，他们决定来一次比赛，到郊区的一家寺庙里面去推销木梳，看看到底是谁利害。

阿甲第一个来到寺庙，游说和尚应当买把梳子，无甚效果，还惨遭和尚的责骂，好在下山途中遇到一个小和尚一边晒太阳，一边使劲挠着头皮。甲灵机一动，递上木梳，小和尚用后满心欢喜，于是买下一把。

阿乙是第二个上山的。在上山的途中，见到由于山高风大，将香客的头发吹乱了。于是，找到寺院的住持说：“蓬头垢面是对佛的不敬。应在每座庙的香案前放把木梳，供善男信女梳理鬓发。”住持采纳了他的建议，买下了10把木梳。

阿丙呢？是三个人之中最后来到寺庙的，他推销出去的木梳也最多，达到了1000把。他是怎样推销的呢？这完全是凭借他有着绝妙的口才。他在见到住持之后说：“凡来进香参观者，多有一颗虔诚之心，宝刹应有所回赠，以做纪念，保佑其平安吉祥，鼓励其多做善事。我有一批木梳，您的书法超群，可刻上‘积善梳’三个字，便可做赠品。”住持大喜，立即买下1000把木梳。得到“积善梳”的施主与香客也很是高兴，一传十、十传百，朝圣者更多，香火更旺。

理所当然，这次比赛阿丙赢了。

“世界上只有想不到的事情，没有办不到的事情”。把

木梳卖给和尚，听起来真有些匪夷所思。但是上面的故事之中阿丙做到了，并且十分成功。他之所以成功的秘诀是什么呢？“口才”，也就是良好语言表达能力是促使他成功的关键。由此，你知道口才在直销过程中的重要性了吧！可以说，绝妙的口才，良好的语言表达能力，就像是一把挖掘人生财富金矿的利器，它会给你带来意想不到的收获，将直接影响到你事业的成功。这一点在直销行业中显得尤为重要。既然如此，想要获取成功的你，为什么不加紧口才的修炼呢？

那么，什么样的口才才是真正好的、绝妙的口才呢？怎样才能提高语言表达能力，提高自己的口才含金量呢？这便是笔者编撰本书的目的和宗旨所在。打破原有的在人们思维意识中口才的误区，以一种新的观点，全面系统地介绍了有关口才方面的知识，会让你在最短的时间内突破“口才”极限，使得你的“口才”有一个质的飞跃。

开卷必有所益，相信你必有所获！

作 者

**前 言** 绝妙的口才是挖掘人生金矿的利器 /001

**第一章 防微杜渐——制约口才的因素**

对于“口才”的含义理解，人们往往局限于语言的表达能力上，将语言表达能力和口才等同起来。其实，真正的口才并非单纯指的是语言的表达能力，而是一种语言的表现艺术。语言表达能力只是其中的一部分。口才的优劣还受到很多方面的影响。

1. 树立良好职业形象的 4 元素 /003
2. 直销人员必备的 4 种素质 /013
3. 优秀直销人员的 5 种能力 /023
4. 直销人员应具备的 6 种正确心态 /035

**第二章 口若悬河——语言表达能力的修炼**

就像是包了一大堆的饺子，装在水壶里面煮，不将它拿出来，又有谁能够知道饺子的味道到底怎么样？语言表达能力恰好是一个蒸煮饺子的最佳器皿，它会将你包的饺子呈现在大家的面前，让大家品尝到饺子的美味。

1. 语言表达能力 4 要素 /047
2. 风趣语言的 3 分子 /057
3. 增强语言表达力的 2 种途径 /061
4. 通过绕口令训练口才的 3 个要点 /071

## 目 录

### 第三章 有备无患——面见客户前的准备

乔·吉拉德、陈安之等，他们之所以取得令人刮目相看的业绩，就是因为他们知道，口才并非只是在与客户面对面交流时起作用，更重要的是他们知道，口才在整个直销过程都发挥着至关重要的作用，并且知晓与客户见面前的一些准备工作，会使你的口才更能打动人。

1. 直销产品的4点知识 /081
2. 相关市场的3个方面信息 /091
3. 发展和挖掘客户资源4要点 /097
4. 选择和锁定客户的5种决定因素 /102
5. 约见客户的3种方式 /109
6. 准备之中极易忽视的5个黑洞 /115

### 第四章 正面出击——如何拜访客户

在做好了前面的准备工作之后，直销人员便应该走到客户的面前，与客户面对面，短兵相接。成功的推销人员会施展绝妙口才和具有诱惑力、说服力的事实，让自身和产品在客户的心中留下一个良好的印象，为以后的顺利成交打下坚实的基础。

1. 2种拜访方式的选择 /127
2. 制造精彩开场白的3个基本点 /134
3. 6种不同客户的应对原则 /140
4. 和谐面谈3要素 /154
5. 面谈5禁区 /161

## 第五章 目标达成——如何促成成交

作为一个直销人员来说，终极目的正是如何采取正确而又有效的策略去说服对方，向对方传递出其所需要的信息，然后帮助对方做出选择，这就是直销人员成功的秘密所在。因而可以说营销说服不仅是一种语言的表达艺术，更是语言的智慧。

1. 说服客户的 8 种策略 /173
2. 促成成交的 21 项法则 /192
3. 达成成交的 8 项原理 /221
4. 成交 5 宗罪 /238

## 第六章 乘胜追击——完美的售后服务

从一些直销人员的成功经验之中我们也可以知道：“你的客户群的 80%是由 20%的长期客户带来的，如果丧失了这 20%的长期客户，推销人员将丧失 80%的市场。”这一切告诉了我们，每一个直销人员，要在激烈的市场竞争之中占据一席之地，得以长足的发展，不仅需要优质的产品，还需要第一流的售后服务。

1. 优质售后服务的 3 点好处 /249
2. 完美售后服务的 3 个要点 /255
3. 消除客户异议的 2 把金钥匙 /261
4. 增进与客户之间感情的 4 种绝妙方式 /268
5. 不良售后服务的 2 种病菌 /272

## 目 录

### 第七章 他山之石——12 个绝妙语言的经典案例

口才是一种语言的艺术，更是一种智慧。绝妙的语言就像是在夜空之中的一颗颗闪亮的星星，睿智妙语或许会像一把打开你智慧之门的钥匙，让你知道在直销之中，怎样让自己的语言变得就像盛开的鲜花一样动人，让人喜欢听、愿意听。

案例一 20 世纪 20 年代一则绝妙的香烟广告 /279

案例二 不会卖给你们这种杯子 /280

案例三 贵如黄金的蚂蚁 /281

案例四 不！我们不是开玩笑 /282

案例五 尼古拉东单的诈术 /284

案例六 马克·吐温的故事 /285

案例七 你在为他着想 /287

案例八 扁鹊说服的过失 /289

案例九 让数据说话 /291

案例十 让对手说“是” /299

案例十一 用语言作画的大师 /301

案例十二 卡耐基与富兰克林的秘密 /304

# 第一章 防微杜渐

## ——制约口才的因素

口才的好坏是评定一个直销人员合格与否的标准。每一个从事直销行业的人员，都无一例外地知道，口才决定着直销人员的成败。然而遗憾的是，在我们的脑子里面，对于“口才”的含义理解，往往局限于语言的表达能力上，将语言表达能力和口才等同起来。其实，真正的口才并非单纯指的是语言的表达能力，而是一种语言的表现艺术，语言表达能力只是其中的一部分。良好的口才还受到很多方面的影响。本章便着重讲解一下，到底是什么因素制约了我们口才的发挥，我们应该怎样才能突破这些制约因素。



## 1 树立良好职业形象的4元素

因为直销人员所从事的是一种特殊的行业，其业务大部分是与客户面对面地交流而达成交易的。而这种交流便是大家众所周知的语言交流，也就是我们日常所说的口才。我们知道，不管你的语言表达能力怎么样，即使说得唇干舌燥、天花乱坠，也只有在被对方接受，在对方相信之后才能够取得应有的成效。否则的话，你说得再美，同样不能够达到预期的效果，甚或会带来负面效果。而决定对方是否能够接受你的语言，并且相信你所说的话语，在大部分的时候，是由直销人员给客户的第一感觉所决定的，也就是我们经常所说的“第一印象”。

小何与小郎同样是一家公司的直销人员，他们所直销的产品都是同一厂家同一种品牌的健康器材。然而，他们两个

某君四十而谢顶，终日忧烦。一日见报上有治秃秘方的广告，大喜，立即汇款邮购。数日后收到回信：请问您要药发还是帽子？

人给人的印象和感觉完全不一样。小何是一个很注意自己的着装外表的年轻人,而小郎不修边幅,自由散漫不拘小节,对于仪表、礼仪、举止、语言都不怎么在意。为此,一些好心的同事便提醒小郎应该注意一下自己的外在形象。

“我又不是当什么明星,只不过是推销产品的一个业务员,干吗要注重那些外在的东西,只要我所推销的产品品质过硬就行了。”小郎这样理直气壮地拒绝了同事们好心的建议,仍然我行我素。或许,小郎的话有一定的道理。是的,只要我们所推销的产品品质过硬便够了,又何必在意我们的外在形象呢?然而,事实上呢?当一个月过去之后,我们从他们两个人的业绩之中可以明显地看出来注重和不注重外在形象所带来的巨大落差。小何的业绩是小郎的5倍,而小郎仅仅只是谈成了一单业务。

是什么原因造成这样的结果呢?最直接的还是形象上的问题,是由他们所给人的第一印象所决定的。对于衣着整洁,并且举止大方、言语得体的小何,客户一见到他便少了几分芥蒂之心,感觉到小何不错;而面对不修边幅的小郎,就有一种不怎么相信的感觉。虽然他们所推销的产品一样,并且小郎的语言表达能力比小何还要好,可还是产生了这样的结果。因为,即使小郎的语言表达能力再好,首先客户在见到他的时候便已经对他心存警惕,有时甚至

一位姑娘从英国旅游回来,老公问她玩得怎么样。

姑娘说:英国人真怪异,晚间总是在你的房门及墙壁上猛敲!

老公说:那你怎么办呢?

姑娘说:我才不受干扰,我把窗房打开了。

还没有等到小郎开口就已经遭到拒绝，他再好的语言表达能力也无用武之地，又怎么说服客户呢？

由此可见，只有当你在客户的心中留下一个好的印象之后，他们才会有兴趣听你说下去，你才能有机会发挥你的语言表达能力，将自己的产品推销给对方，让对方接受和相信你所说的话语。还是上面所说的一句老话：客户是在接受了你这个人之后，才会接受你所推销的产品的。而接受你这个人，就是看你是否能够在对方的心目之中留下一个好的印象，也就是你的衣着、仪容、谈吐和举止。

### 元素一 衣着

当准客户和直销人员初次见面的时候，首先让他们看到的是你的穿着打扮。你所传递给他们的第一信息便是这方面的信息。也可以说，他们是从你的衣着打扮这一感知去认识你的，他们在他们心目之中所留的印象，在很大的程度上，也是由于这一方面所决定的。例如：身穿黑色的西服，白衬衣，系着领带的直销人员，会给人一种庄重的印象，能够给客户留下的第一感觉便是：这是一个稳重而值得信赖的人。倘若你身穿一套运动衫或者休闲服，脚踏运动休闲鞋，并且衣服上面脏兮兮的。恐怕客户一见到你，便会眉头暗皱，从心里面便认为你并不怎么样，当他们的

监狱长问一名罪犯：你干过哪些见不得人的勾当？

罪犯说：偷过一位老太太的项链，在大街上调戏过一个少女。

监狱长说：还有呢？

罪犯说：去年3月选举时投了你一票！

心中有这样的感觉产生的话，要么是拒绝你，要么就是心不在焉地听你将话说完，然后很委婉客气地拒绝你。我想这样一来，你便知道了一个人的穿着打扮是何其的重要吧！特别是对从事直销行业的人来说，便显得更为重要。那么，作为一个直销人员应该选择怎样的服装，才能够给客户留下好的印象，让自己的口才发挥到极致，从而促使交易的达成呢？

俗话说得好：“人靠衣裳马靠鞍。”确实，着装得体会令人刮目相看，对于不同的行业着装也有不同的要求。作为直销员，其着装应力求给人以整齐清洁感，让人觉得你人品好、靠得住，觉得你不仅有良好的职业素养而且还有广泛的兴趣和爱好。无论是西服还是便服，均忌讳奇装异服和过于花哨。女性更忌穿得暴露性感浓妆艳抹地进入庄重场合。衣服的穿着要整洁体面，打扮得整洁利落，行动起来也显得有专业感。不修边幅会显得粗野，给人一种不信任感。

另外，直销员在选择服装的时候，一定要注意选择质地较好的服饰，因为直销员从事的是与商业相关的工作。但是值得提醒注意的是：并不是越华贵越好。在选择服饰的时候，你应该记住是为了工作需要，而不是为了炫耀自己的外貌，或是炫耀自己的富有。这种炫耀不但达不到在

小李考汽车执照回来，妻子问他考得怎么样？

小李说：不知道。

妻子：考官在你离开的时候没说什么吗？

小李说：没有。在我离开时，他还昏迷不醒。

## 直销口才

客户心中留下好印象的效果，反而会扩大与客户的距离，不利于沟通。因为顾客会有这样一种逻辑心理：一个普通的直销员都穿这么高级的衣服，那么他所推销的产品一定会是暴利的。但是，直销员的衣服也不能太差，太差的衣服容易显得寒酸。要记住，不可老穿同一套衣服去访问同一客户。另外，即使为了增强初访客户的信任度，穿职业装上门也要整洁利索力戒邋遢，给人以良好的精神面貌方面的印象。

## 元素二 仪容

当我们在第一次与人见面的时候，是从他人的服饰和衣着上感知到对方的。也可以说，对方的衣着首先在我们的脑海之中形成了一定的印象。一般来说，当我们所面对的是一个衣着整齐的人的时候，对方首先会给我们一种赏心悦目的感觉。这也就是我们所说的“第一印象”。当一个好的“第一印象”建立之后，存在于我们心中的那种芥蒂、自然的防备之心也在无形之中减退。从而，便会与对方进一步接触。

就像是我们在做很多事情时，都会顺着一定的规律去做。当我们与一个人接触的时候，也是从外表所认知的开始，并且是从大的整体，再到小的方面。仪容，也就是在

一个警察去打猎，在树林里找个地方隐藏起来。当他刚发现猎物时，就一跃而起，冲天鸣一枪，喊道：“站住，我是警察！”

ZHIXIAOKOUCAI