

推销员 说话技巧



目 录

第一章 如何成功地掌握推销语言	(1)
1.1 打招呼——第一步	(1)
1.2 避免使用导致商谈失败的语言	(3)
1.3 成功商谈话语的要点	(5)
1.4 如何选择适当的话题	(7)
1.5 掌握诀窍, 巧妙说话	(9)
1.6 运用易于接受的说法	(12)
1.7 负面性用语与正面性用语	(13)
1.8 以提问的方式正面引导	(14)
1.9 关于商谈时间	(16)
1.10 关于访问方式	(18)
1.11 列举优缺点资料 (富兰克林说服法)	(21)
1.12 “考虑一下”意味着什么	(23)
1.13 从 “No” 到 “Yes”	(25)
1.14 把握拍板的时机	(27)
1.15 应对策略因人而异	(29)
1.16 自我暗示的作用	(32)
第二章 运用身体语言帮助推销成功	(38)
2.1 注意服装仪表	(38)
2.2 从立正开始打招呼	(40)

2.3	怎样递交名片·····	(41)
2.4	基本动作的作用·····	(42)
2.5	手的动作·····	(44)
2.6	站立交谈的情形·····	(45)
2.7	坐椅的位置和角度·····	(46)
2.8	交谈的距离·····	(47)
2.9	视线的位置·····	(48)
2.10	产生恶劣结果的交谈态度·····	(49)
2.11	正确的交谈态度·····	(50)
2.12	“低褒感微”四字诀·····	(51)
2.13	笑容的重要性·····	(52)
2.14	动作的暗示意义·····	(54)
2.15	肯定的表示·····	(55)
2.16	明确有力的信号·····	(56)
第三章	接触顾客的交谈方式 ·····	(58)
3.1	访问顾客的心理准备·····	(58)
3.2	做好访问前的各项准备工作·····	(60)
3.3	如何摆脱低潮状态·····	(62)
3.4	访问时间应该提早·····	(64)
3.5	对方购买的可能性如何·····	(65)
3.6	与顾客初次谈话的技巧·····	(67)
3.7	如何开关门及坐位问题·····	(71)
3.8	由第三者推荐销售情况下的应付策略问题·····	(74)
3.9	介绍人在访问中的重要性·····	(78)
3.10	发挥技巧使顾客记住你的名字·····	(81)

3.11	互相交换名片的技巧·····	(83)
3.12	附和对方的重要性·····	(85)
3.13	利用电话约定访谈时应注意的几点事项·····	(88)
3.14	用电话与顾客交谈的技巧·····	(91)
3.15	连续访问更见成效·····	(92)
第四章	如何处理顾客要求 ·····	(96)
4.1	为什么顾客会有种种要求·····	(96)
4.2	抓住时机利用好顾客的要求 ·····	(100)
4.3	探知顾客的真正意图及需求 ·····	(102)
4.4	优先处理感情上的东西 ·····	(104)
4.5	如何使作业系统化 ·····	(106)
4.6	附和顾客的问题 ·····	(108)
4.7	怎样使用语言的技巧 ·····	(112)
4.8	受到好评的技巧 ·····	(114)
第五章	介绍商品时的技巧 ·····	(117)
5.1	定点销售的推销技巧 ·····	(117)
5.2	推销员如何把握工作要点 ·····	(119)
5.3	如何推销产品 ·····	(120)
5.4	如何推销耐用消费品 ·····	(123)
5.5	怎样推销办公设备 ·····	(125)
5.6	如何推销家用电器 ·····	(130)
5.7	推销汽车的诀窍 ·····	(134)
5.8	如何推销书籍 ·····	(136)
5.9	怎样推销玩具 ·····	(139)
5.10	如何推销服装 ·····	(142)
5.11	如何推销钟表 ·····	(145)

5.12	运输行业中的推销术	(148)
5.13	如何推销建筑材料	(151)
5.14	怎么样向顾客推销药品	(155)
5.15	如何推销石油	(158)
第六章	如何使对方诚信诚服.....	(161)
6.1	观察对方的表情	(161)
6.2	洽谈时间与推销成绩的关系	(163)
6.3	学会察颜观色,留意对方的逆反心理	(166)
6.4	明察顾客的戒备心理	(168)
6.5	如何更好地吸引顾客	(171)
6.6	销售产品的效用	(174)
6.7	没有商品知识就无法说明商品	(176)
6.8	以理性及感情吸引购买力	(178)
6.9	实物操作比任何语言都有效	(181)
6.10	每样商品的花费都是成本	(183)
6.11	销售用具的效果	(186)
第七章	怎样进一步说服顾客.....	(189)
7.1	什么才是真正的推销员	(189)
7.2	留心顾客的态度	(190)
7.3	顾客的询问是购买的前兆	(192)
7.4	注意顾客态度的突变	(194)
7.5	要清楚顾客在想什么	(196)
7.6	借助订购单进一步说服	(197)
7.7	进一步说服需要询问	(199)
7.8	推销员进一步说服的利器	(200)
7.9	推销用语中的“魔力句式”	(203)

7.10 窥一斑而知全豹	(206)
第八章 如何处理顾客的否定	(209)
8.1 顾客有困难怎么办	(209)
8.2 顾客在价钱上的另一种想法	(212)
8.3 “我不要!”推销员怎么办	(215)
8.4 光晕效应所引起的反感	(219)
8.5 顾客的口头禅	(223)
8.6 新产品, 怎么啦	(227)
8.7 善于让推销员碰壁的顾客	(229)
8.8 顾客对以前产品的抱怨	(232)
8.9 考虑顾客的个性	(234)
8.10 爱刨根问底的顾客	(237)
8.11 以其人之道还治其人之身	(238)
8.12 推销员的礼貌和自信	(240)

第一章 如何成功地掌握推销语言

作为一名推销员,说话清楚流利只是最起码的基本要求,绝非全部条件。因此要成为一名合格的推销员,必须掌握一些基本的说话原则。比如,为了了解对方的真正想法,就应该尽可能遵守“说三分,听七分”的推销原则。

此外,还应尽量多地参考成绩优异的成功推销员的做法,以熟悉一天内的日程计划、每一次商谈的时间长短、决定拍板的最佳时机等关键诀窍。

本章即将为大家介绍有效运用推销语言所必须注意的要点,从最基本的打招呼方式开始到尽可能避免使用的话语以及应多加运用的适当话题都将有所涉及。另外还将介绍为使推销活动取得良好成绩而应注意的事项以及不同情形下的应对策略。

1.1 打招呼——第一步

首先必须明确这样一种认识——“有礼貌地打招呼是商谈成功的第一步”。这一点看似容易,实际中却不容忽视。打招呼尽管人人都会,但要做到完善、得体,还必须是个有心人才行。

在人们的交往中,为建立良好的人际关系,有礼貌地打招呼视为一个不可或缺的重要因素。在西方国家,一般说来,即使是亲密的朋友之间,礼貌也是比较正式的,父子之间或夫妻之间也是如此。在我国,亲密的朋友之间关系较为随便

一些，但起码的一些礼节还是不可少的。

对于推销员来说，所面对的客户多是初次见面的陌生人，第一次打招呼给人的印象较为重要。因而礼节是不容忽视的，应尽可能周全一些。

一般打招呼，点一个头，或者稍微欠欠身，就能说得过去。但如果一位推销员面对的客户偏偏对礼节比较讲究，那么他就可能认为这类打招呼的方式有失尊重，心里可能因为未能被足够重视而很不是滋味——“我可是某某大公司的常务董事长啊！”“这家伙毛毛草草、不懂礼貌，怎么能可靠！”于是可能原本有的购买想法就会被放弃。对推销员来说，一次成交机会，可能就会因这一行为而失去了。所以，不用心注意而只是泛泛向顾客打招呼的推销员，成绩必然要打折扣。

的确，人人都有类似的被尊重、被礼貌对待的要求，作为推销员，必须理解他人的这种需要，并能主动予以满足。打招呼是开始接触的第一步，注意礼貌应从这里开始，因此可以说——良好的打招呼似是现代社会的通行证。

一般说来，礼节性的打招呼应注意以下几点：

- ① 视场合表现有礼的举止。
- ② 先鞠躬，再注视对方，握手，让对方感觉到你的尊重。
- ③ 先主动向对方问候、发话。
- ④ 声音要有精神，给人以精力充沛的印象。
- ⑤ 称呼对方名字，让对方感到亲切。
- ⑥ 面带笑容，消除对方的紧张情绪。

此外，眼睛是人的心灵之窗，是人们传达心意的渠道。注视对方的眼睛不仅是一种礼貌的表示，也是一种尽快缩短彼此心理距离的沟通方式。因此，作为推销员，打招呼时应该

以充满真诚且明亮有神的眼睛注视对方。通过这种交流，使对方在不知不觉中打开心扉并对你产生信赖，从而容易接受你。这样，就可以说你已经获得了初步的成功，为开始商谈做好了较好的准备。

1.2 避免使用导致商谈失败的语言

开始商谈，无论哪一位推销员都希望自己成为一名成功者，而不愿去做一名失败者。因此，我们都会本能地尽量避免使用带有负面性或者说否定性含义的词语。所以在商谈时大家都会尽可能不使用引起对方戒备心理的话语，这样才不致使商谈失败。

但另一方面，人们的潜意识里又常常有一种被害者意识，即老是怀疑自己是不是会受到不利的对待，这种意识显然是否定的负面的。但通常这种意识并不表现为明显的对话，而是作为一种恐惧、担心、紧张不安的心情表现出来，有时形成的模糊语言也多属于“内意语”，即自问自答的谈话，这些谈话往往自己都意识不到，而是下意识地类似本能地进行着，比如：

- ① 或许他又不在家。
- ② 说不定又要迟到了。
- ③ 利润也许会降低。
- ④ 这个月也许不能达到目标。
- ⑤ 或许又要挨骂了。

根据专家的统计，我们在一天里使用这种否定性“内意语”的次数大约为二百到三百多次。因此，这类的担心是普

遍的和正常的，重要的是在意识水平上战胜、抑制住这种恐惧，不让它表现在与客户的商谈上。但许多成绩不好的推销员往往做不到这一点，或者没有自觉地有意识去做，于是不免在商谈中把自己的不自信、担心和急切愿望表露无遗。这种负面的意识传递给对方，往往会使客户产生怀疑，以至于将心理封闭起来，使进一步的沟通变得困难，商谈也就宣告失败。常见的导致商谈失败的话语大致有下列几种，推销时应尽量避免使用。

导致商谈失败的用语：

- ① “付款，请付款。”
- ② “会发生损失。”
- ③ “做决定。让他做决定。”
- ④ “签约，请签约。”
- ⑤ “令人担心，您会担心。”
- ⑥ “这样会成为您要支付的开支。”
- ⑦ “价格是。价钱是。”
- ⑧ “困难，这太困难了。”
- ⑨ “会失败。”

- ⑩ “会失去，会丧失。”
- ⑪ “完了，完蛋了。”
- ⑫ “买，请买。”
- ⑬ “有责任，发生责任问题。”
- ⑭ “受到伤害。”
- ⑮ “有义务。”
- ⑯ “不良，恶化。”
- ⑰ “会成为负担，会负担。”

⑮“卖，被卖。”

⑯“这样的做法是怠慢的。”

设想面对的一个推销员老是说这类生硬的、令人丧气的话，对他产生怀疑是自然的，甚至还会产生反感，与他继续交谈的兴趣都会消失，更不要说购买的愿望。这样，成交的机会当然少了。

1.3 成功商谈话语的要点

上一节列举了导致商谈失败的用语，目的是引起注意，避免失败，达到成功。成功商谈的核心是运用肯定性语言促使对方说出“是”、“是的”，从正面明确向对方表示购买商品会给他带来哪些好处。

“继续就是力量”固然没错，但在推销中使用肯定性语言时还应记住关键的一条——“重复就是力量”，把自己商品的优点以及购买该商品的好处用不同的方式向客户重复，以致达五次以上，这些肯定性语言就会象正面作用的催眠术一样，对客户发生奇妙的作用，有效地促使对方产生购买的愿望，从而逐步达到商谈的成功。

言词方面的肯定性表现，应该作为一个人内在积极的流露。所以，要想取得理想的推销成绩，必须从根本上成为一位真正积极的人，本身应该自觉做到积极的正面性的思考、正面性的发言、正面性的动作，使自己从内到外真正积极起来。

在每个人的心目中，没有比自己更亲近、更重要的了，因而尽可能叫对方的名字可作为成功商谈的一大要点。当然，作为名字的代替，“您”字也应多加运用，而“我”字则应尽可

能免提。

在学习、训练中，“反复就是力量”也是足能成立的真理。因此，下列促使商谈成功的常用话语，应该注意反复练习，直到能够自然出口为止。对此多加运用，必能使您的商谈更加出色。

促使商谈成功的话语：

- ① “您。”（务必让对方感觉到对他的重视，尽量多称呼他的名字。）
- ② “您会高兴。”
- ③ “会幸福。能够带来幸福。幸福会来临的。”
- ④ “您能够了解。”
- ⑤ “能够相信，可靠性高。”
- ⑥ “这样可以节省。”
- ⑦ “请仔细地考虑。”
- ⑧ “放心吧！可以放心。”
- ⑨ “这样是安全的。”
- ⑩ “可以获得好处。”
- ⑪ “我想您态度积极一点比较好。您可以更积极一些。”
- ⑫ “有价值。”
- ⑬ “这是对的，正确的。”
- ⑭ “有爱心，会被爱。”
- ⑮ “值得接受。”
- ⑯ “可以证明。已经被证明。”
- ⑰ “和金钱有关。”
- ⑱ “这是较健全的。”
- ⑲ “这是新的，新型的。”

⑳“这确是事实。真实无欺。”

㉑“我可以保证。”

㉒“可以引以自豪。”

㉓“这个挺生动的。”

㉔“前景比较乐观。”

㉕“这样是容易的。”

怎么样？如此的说法是不是更容易接受得多？如果你是客户，是不是会有看一下实物的愿望？是不是就有了准备订购的可能？如果真是这样，你的商谈就是很成功的了。当然要能做到打动自己、打动别人，多加练习是必不可少的。用语并非固定不变，要点可得牢牢把握。

1.4 如何选择适当的话题

推销时的商谈当然并不是一开始就完全切入正题。如果打一个招呼就开始介绍自己的商品，迫不及待地反复强调自己的商品是如何如何好以及购买该商品有什么好处；然后就请购买，这种方式的推销很难有好的结果。

选择适当的话题，缩短与客户之间的距离，使自己逐渐被客户接受，然后把话题引向自己的商品，从而开始商谈，这样才是成功推销的正确途径。

那么，如何选择与客户接近的话题呢？这里有一条前面提到过的不应该忘记的原则是：在每个人看来，这世界上最重要最亲近的人就是他自己，他所喜欢听的，当然是别人提起他自己的事。因此，最好的话题是谈起对方最关心的事。

所以，如果想要让客户喜欢你、接受你，使商谈获得成

功，就有必要多花些心思研究客户，对他的喜好、品味有所了解，这样推销时才能有的放矢。据我所知，曾有这样一位成绩优良的推销员，为了在商谈中能够配合对方的嗜好，他总共努力培养了 23 种不同的兴趣爱好。当然，他不可能 23 种爱好都做到样样精通，要知道，他是在了解到其客户对钓鱼、围棋、高尔夫球、赛马等等颇有研究之后，为配合与他们商谈时的话题而一一学习起来的。这位仁兄果然是位有心人，他的努力使他得到充分的回报：销售额的提高是不在话下的，而且这些嗜好一经建立，都会使他终生受益，并且越来越深入。怎么样？他的做法是不是值得仿效？也许你已经想试一试了，假如你也能付出同样的努力，相信你也会获得同样的回报——生命和事业上的成功。

当然，关于对方嗜好的话题是最容易引起共同语言的，不过爱好毕竟是因人而异，最有效的方法是培养那些能引起人们普遍兴趣的项目。除此之外，还有一些资料，比如对方的工作、时事、孩子家庭等，都是对方所关心的，或者每个人都比较关心的，这些都可以作为引起对方兴趣的话题，以此可以把商谈导入成功的轨道。后面的表中列出大多数推销冠军在商谈中所选择的话题，各个项目后面的数字是该项被作为话题的百分比，从表中可以看出多数人的关心所在。

必须记住，在推销过程中，主角永远必须是买方、是客户。而卖方必须自始至终完全扮演配角才可以。如果推销员本末倒置，在商谈过程中以自己为中心，只是洋洋自得地反复谈论自己的事情、自己的爱好，只是自夸自己的商品，只管发表自己的看法，而不从买方的角度来考虑，这种谈论必定引起周围听者的反感情绪——“这家伙只会谈论自己”。最

不愉快的反应恐怕会来自客户——“谁听你的!”照这种情形，推销的失败是可以预期的了。当推销员终于结束他的高论而向客户说出“请您购买好吗?”时，得到的反应恐怕只会是冷冷的两个字——“不买”。

推销冠军的话题

1. 提起对方的嗜好	72%
2. 提起对方的工作	56%
3. 提起时事问题	36%
4. 提起孩子等家庭之事	34%
5. 提起影艺及运动	25%
6. 提起对方的故乡及所就读的学校	18%
7. 提起健康等	17%
8. 提起理财技术及街谈巷议	14%

1.5 掌握诀窍，巧妙说话

推销的过程是一个说服对方购买的过程，说话的技巧自然是不可缺少的。从开始打招呼到引出话题，到进入正式商谈，每一个过程都应注意话要说得巧妙、得体，在这一系列商谈过程中，以下几条原则必须注意，务必予以足够重视：

首先，必须遵循“说三分，听七分”的原则。许多善于说话的人都强调听的重要性，解剖一下我们祖先造的“圣人”的“聖”字，便会发现“聖”者原来是耳大口小之王，这不是明白告诉我们要少说多听吗！其他，象“祸从口出”、“耳朵是幸福之源”这样的话，尽管有点失之偏颇，但也可以说是在好心劝告我们做个好听众。其实，强调听的重要性，本意应该在于了解对方的心意，把握对方的想法和需要。因为

客户是商谈的主角，所以应该以客户为中心，让客户多说，而自己多听，以便了解更多的情况。

其次，应该注意用发问的说话方法。要了解对方的情况，让对方多说而自己多听，发问就自然是必不可少的条件。多用发问的说话方法，语气就会显得较委婉、易于接受，因而比较容易收到好的效果。

最后，需要注意说话的时间和方法以及它们之间的关系，这个方面总共包括下列几个要点：

① 应该避免的用语：

- 冷淡的话
- 没感情的话
- 否定性的话
- 他人的坏话
- 太专业化的用语
- 过于深奥让人理解不透的话

② 每次商谈的时间大致以 30 分钟为准。

③ 重视开始的时间，开始的一分钟胜于以后的 30 分钟。

④ 重视刚开始的话，开始时的几句话胜于以后的几百句。给人以深刻印象的往往是开门见山的前几句。

⑤ 说话的速度不可太快，必须让对方能听清楚，假如对方没听清你的话，纵然是“滔滔不绝，口若悬河”，又有什么意义呢？

⑥ 每句话之间应该空出适当的时间，以便语句分明。

⑦ 说话的声调应抑扬顿挫，要令听者感觉顺耳。

上面的最后一条已经指出，说话声调的抑扬顿挫会对说话的内容产生影响，从而影响听者的感受，也就影响商谈的

效果。下面举出一个例子来说明声调的高低轻重对于说话内容及含义的影响，读者可以用来练习体会，其中每句话里下面加点的字为强调的部分，应大声重读。内容会因声调的不同而发生变化：

①“我没有说甲偷了那块表！”

——没有强调任何部分，仅仅是说明一个事实。

②“我没有说甲偷了那块表！”

——强调“我”，显得是别人说的。

③“我没有说甲偷了那块表！”

——否认自己说过。

④“我没有说甲偷了那块表！”

——给人的感觉是想说但没有说出。

⑤“我没有说甲偷了那块表！”

——表示不是甲偷的，我所说的偷者另有其人。

⑥“我没有说甲偷了那块表！”

——强调说甲并不是偷，可能只是借用去了。

⑦“我没有说甲偷了那块表！”

——强调“那块”，给人以没偷那块，但偷了其他一块的感觉。

⑧“我没有说甲偷了那块表！”

——虽然是没有偷表，但有偷了其他东西的感觉。

通过上面的一个例子，可以看出语气重点的不同会导致语义的差别如此之大，那么其他的话在语气上的不同也会有类似的效果，这点是在商谈中必须予以注意的。