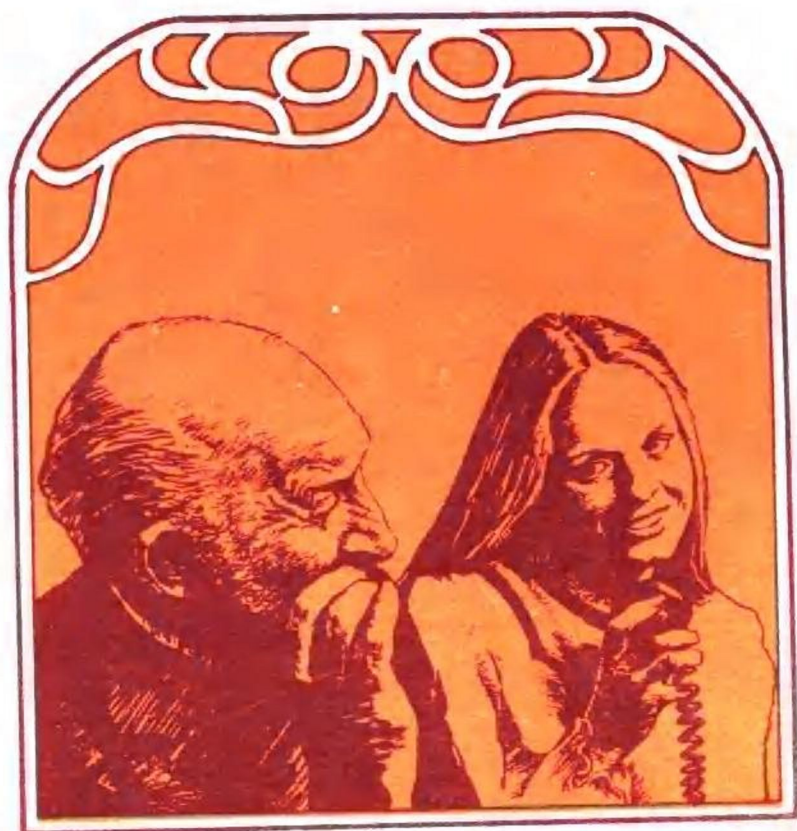


交談的技巧，是生意成功的要素

# 生意交談術

林平編著



# 生意交談術

## 第一章 談生意的基本技巧

- 1 商戰也要配合時代……………
- 2 能够獲得顧客主動邀請的人，才是第一流的生意人……………
- 3 對於公司、商品和顧客都應該有信心……………
- 4 經常的交易和臨時的交易，其成交都是一樣的……………
- 5 大家都誤會了「生意人應該予顧客利益」的眞諦……………
- 6 要懂得服務的精義……………
- 7 生意人最大的敵人就是自己……………
- 8 不善推銷的生意人，和不生蛋的鷄一樣……………
- 9 非常能幹者，開始的時候也是外行人……………

- 10 生意人可以從顧客的態度上學到東西……………一九
- 11 生意人跟藝人是同樣的……………二一
- 12 說話的技巧是商品流通的推動力……………二三
- 13 沒有誠意的說話法是詐術，沒有說話技巧的誠意是頂撞……………二六
- 14 闖進了敵陣，小兵也值錢了……………二八
- 15 由於談話得體，可以增廣消息的來源……………三〇
- 16 不要為說方言而不好意思……………三二
- 17 說話時由於聲調不同，感覺上意味也不同……………三四
- 18 講客氣話也有其慣例可循……………三六
- 19 洞悉弦外之音……………三八
- 20 聽人說話非顧客專利……………四〇
- 21 在電話裏極易疏忽之事……………四二
- 22 電話通話有它的功用和限制……………四四

## 第二章 初次接觸的講話技巧

23 訪問恐懼症任何人都會發生	四八
24 如何避免低潮	五〇
25 先要檢點自己再前去訪問	五二
26 訪問要比約定的時刻早七分鐘到	五四
27 絕不做毫無判斷效益的初次接觸	五六
28 在開始的十秒鐘之間掌握顧客	五八
29 交易時候的注意事項	六〇
30 交名片給客人或接受客人的名片都有規矩可循	六二
31 記別人的名字和讓人記住你的名字並不困難	六三
32 介紹信乃是訪問時強而有力的武器	六五
33 舉止行爲可以決定訪問的成敗	六七
34 要表示同情人家，也要表現得很自然	六九
35 二度面談亦極爲重要	七二
36 電話訪談，必須注重技巧	七四
37 電話拜訪亦不失爲一種好方法	七六

### 第三章 示範樣品時的說話技巧

38 銷售量與訪問時間成正比·····	八〇
39 做事務必心到配合眼到·····	八二
40 顧客的警覺心從舉止上表現出來·····	八四
41 顧客的反抗也可以在表情和舉止上看得出來·····	八六
42 推銷效用，不是推銷商品·····	八八
43 臨場感的重要·····	九〇
44 不知商品的知識，就無法做商品說明·····	九三
45 訴之以理，動之以情·····	九四
46 示範機器也需要計算成本·····	九六
47 銷售用品自己設計比較有效·····	九八
48 實際操作示範比口說的示範要有效·····	一〇〇
49 電話可以用來做爲轉變顧客心理的工具·····	一〇二
50 顧客因立場及身份各異，要問的事也不同·····	一〇五

## 第四章 示範交易的要領

51 經常交易的要領	一一〇
52 推銷商品的要點	一一二
53 業務工程的要領	一一四
54 推銷事務機器的要領	一一六
55 銷售汽車的要領	一一八
56 推銷耐久商品的要領	一二〇
57 做房地產生意的要領	一二二
58 推銷家庭用電器製品的要領	一二五
59 出版社、書店做生意的要領	一二七
60 運輸業的要領	一二九
61 推銷藥品的要領	一三一
62 做建築材料生意的要領	一三三
63 推銷玩具的要領	一三五

64 鐘錶生意的要領……………一三七  
65 推銷纖維製品的要領……………一三九

第五章 顧客的反對意見及應付之道

66 顧客說「這個不好，我要那個」的時候……………一四四  
67 顧客說「我不要」的時候……………一四六  
68 顧客說「沒有效的地方」或「沒有錢」的時候……………一四八  
69 顧客說「價錢貴」或「賺不到錢」的時候……………一五〇  
70 顧客說「新產品不曉得怎麼樣」的時候……………一五二  
71 顧客說「請你讓我考慮一下」的時候……………一五四  
72 顧客說「在別的公司或代理店中有我的朋友」的時候……………一五六  
73 顧客說「以前用過，不好」的時候……………一五八  
74 不愛講話的顧客——先要問他……………一六〇  
75 喜好講話的顧客——要先聽他……………一六二  
76 對於豪爽口無遮攔的顧客必須將就他……………一六四

77 忙碌或性急的顧客不要對他囉哩囉嗦·····	一六五
78 追根究底的顧客要儘量給予知識上的滿足·····	一六七
79 猶豫不決的顧客要加以誘導·····	一六九
80 遇到喜歡理論的顧客，推銷員也要以理論應付·····	一七一
81 碰到似懂非懂的顧客先要向他低頭·····	一七三

## 第六章 成交時談話的技巧

82 若推銷員無法談成交易只是個說空話的人·····	一七八
83 不論談什麼生意總有機會成交·····	一七九
84 不要忽視顧客態度的變化·····	一八一
85 顧客的應對忽然改變要提高警覺·····	一八三
86 不要放過成交的信號·····	一八五
87 要勇敢地去試探成交·····	一八七
88 顧客說「如果·····」表示心存猶豫·····	一八九
89 誘導顧客購買東西要費番功夫·····	一九一



90 可以巧妙的運用契約書、訂貨單促使生意成交	一九三
91 談妥的生意有時也會變卦	一九五

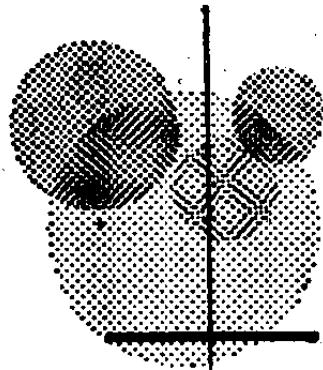
### 第七章 顧客不滿的應付法

92 找出顧客不滿的原因	二〇〇
93 一貫作業也會引起顧客的不滿	二〇二
94 感情的處理比事件的處理更重要	二〇四
95 顧客的不滿有時可成爲愛護商品的契機	二〇五
96 聽了顧客的說辭後才知道顧客的想法	二〇七
97 雙方意見一致就不怕顧客有何不滿	二〇九
98 善後處理可以看出推銷員的本領有多大	二一一
99 說話的技巧要由雙方建立	二一三



章

# 談生意的基本技巧



## 1 商戰也要配合時代

今天我們浸身於科學的時代，無論在生產方面、行銷方面、宣傳廣告方面，都有非常進步的技術可資遵循，尤以觀念上的革新更是生意人的暮鼓晨鐘，如果仍固守陋習，一成不變而不知隨時代的腳步邁進，就會落伍。有人以為「做生意在於人的本性，只需腳踏實地的蠻幹，不必說大道理，僅僅靠我的直覺、照我的方法做去，反正生意嘛！你只要全心全力付出心血就會成功了」這樣的講法，無異認為只要能夠放炮，就會擊中；他們從來沒有考慮到做生意的積極性。

不論是國與國之間的戰爭，或是企業與企業的競爭，現在都已經是運用電腦來決定勝負，和把握經濟的法則。並不是像從前那樣的光憑刀劍相向的時代了。今日的經營活動，從利用勞力多而成果微薄、生產力很低的行銷，轉變為勞力少而效果豐碩之科學化行銷了，所以，在種種策略日新月異之下，企業和生意人的發展也漸趨專業化。

所謂科學的行銷，就是要使行銷時的顧客心理，與行銷活動的說話術相結合，分析了許多成功的生意人，發現他們都有很多共通之處，也和自己特定的典型，然後再分析客戶的購買方法，却發現顧客的心理、購買的活動也都具有若干不謀而合的共同點。這種種共同點和其典型，也就促成了行銷科

學的發展。

某油脂公司之分公司經理K先生，曾經向他的職員說：「不論是東洋、西洋，或是何人種，做生意的原則皆是一樣的。這一句話是從前我當推銷員時，在洛杉磯接受行銷訓練所得到的結論。這種同樣的經驗假定運用行銷科學上，大家均能够體驗得到的。」

有一位築路公司的營業課長M先生也曾表示：「在我那裏有一個N推銷員，此人在三個月以前被一家化妝品公司因裁員政策而辭掉了，以後成爲本公司的職員，他告訴我『我發現買一百元一支口紅的人，和一百萬元之工程費與咱們立下築路合同的人，他們的微妙心理是沒有差異的。』」

根據上述說法，無論是做小生意的推銷員，還是大建築公司的老闆，他們推展生意的時候，多是在不知不覺中，一樣的掌握着行銷原則。

像此類成功的生意人，在有意無意間能把握、活用行銷的法門，同時學到系統的原則，應用到日常的行銷活動上，才能够戰勝現在激烈的商業競爭。誰能够領略這些放諸四海皆準的行銷科學，不論是對經營生意不感興趣，或自認不是生意人的料子，也必能保證臻至一流的此道好手，成爲傑出的生意人。

【結論】爲了要爭取商場勝利，必須要再充實成功的行銷科學。

## 2 能夠獲得顧客主動邀請的人才是第一流的生意人

每當年終，或是在大拍賣完成了擴大銷售的目標時，公司就會召集各部門各單位的優秀職員來加以公開表揚。這些受表揚的人，都是工作績效超越目標的人，或是接近個人標準工作量成績的人，有的雖然今年沒有極佳的成績，可是根據過去幾年來之累計，仍舊算是公司裡的翹楚之輩。

此等人物在公司立場看來，是業績卓越之瑰寶；在顧客方面看起來，他們也算是成功的生意人。假使生意人獲得顧客邀請吃飯，十之八九可斷定這個生意人是很不錯的。一般情況下，都是由生意人請客，若是能令顧客主動請客，似乎很特別。你可以這樣想，A君向朋友B君說：「我需要一個懂會計之人，你有沒有適當的人呢？」B君就向A君推薦C君。A君、C君二人由於雇任條件一致，故C君進入A君之公司。過了幾個月，A君掛電話給B君說：「喂！老兄，你替我介紹的人很能幹喲！C君的工作非常好。你何以對C君知才甚深呢？我應該謝謝你，今天晚上我請你吃飯！」

這個時候，以B君來說，他可以認為C君是一位表現良好的生意人。關於這一點，無論是那方面的生意人都需要有這種風評。

顧客道：「M先生，你經常照顧我，我一直想跟你連繫，總是沒有實現，今天如何？老實說自從你到我這裡來之後，使得我在技術、設計方面都大有進步，每個人都很高興，所以今天晚上我準備一桌飯菜讓大家聚一聚。」

M先生道：「那裡！那裡！這是我應該做的事情……」顧客道：「好啦好啦！甯再客氣了，有

幾個人已經來了！你也來吧！」

也就是說，當顧客講「你能介紹我買這麼美妙的東西，實在很謝謝你。」或「能夠與你來往，我感到好榮幸。」的時候，受到這般稱讚的生意人，無疑是相當成功的了。當然，最要緊的條件，是客戶主動本着誠懇的心意邀請生意人；亦即是從純粹喜歡你的着眼點上力邀，並不是爲了殺價而請一頓應酬飯，也不是想藉機會蒐集同業的情報，而是由衷的、出自肺腑的請客。

假定有底下之談話方式出現時，也應歸屬於有辦法的生意人。

「嗨！我認識一位人品很好的小姐，要不要介紹給你，我看只有你與她最相襯，假使由我來打邊鼓的話，擔保沒問題，女方的雙親也會贊成的。」

「喂！你認識不認識會教數學的家庭教師啊！我家那沒出息的孩子明年就要考高中了，可是數學不行。這種事也無法與別人商量，恐怕只有拜託你想辦法了！」

假定有人想爲生意人做媒，或是願意將自認無可告人之事向你吐露，這就表示生意人做得很好，也意味着你已爭取到客戶的信賴。換句話說，你的說話技巧已能和銷售事宜緊湊配合，以熱忱贏得對方的賞賜。

【結論】要讓顧客由衷地信服你。

### 3 對於公司、商品和顧客都應該有信心

在T市裏住着一位K先生，他是我多年的老朋友，目前雖已是六十歲的人，仍舊是某房地產公司的推銷員，K先生曾說過這番話——

「我在十二、三年前經營着蔬菜店和肉店，來惠顧的太太們及小部份男士們，多半會與我攀談一陣才離去。其中有些女士對我說『我想買間房子，最好是公寓式的。』另外，幾位太太則表示『咱們家郊區那棟洋房沒派上用場，打算賣出去，然後在臺北投資做生意。』其他呢？有位男士向我透露有一塊地正在蓋房子，五層樓的，刻正待價而沽……聽了他們的心聲，我很希望爲他們服務；雖然說我僅僅是一個人，但可從中穿針引線，替很多人介紹房屋買賣，因而我就成了廣受大家歡迎的生意人了。當然，在公司立場上也同樣的欣賞我。」

像這般，K先生能懂得自己工作的意義和生活的藝術，透過他的工作，靈巧地完成一件件事情，能令公司和顧客皆大歡喜，同時也是K先生最感愉快的。「無論公司、顧客都喜歡我」這即是生意人成功的秘訣。

從前，我們尚未瞭解人類爲什麼會有喜歡、討厭的感情，近來由於心理學的發達，已經能夠分析

好、惡的個中道理，漸漸體認這種好惡情感作用之存在本源。舉例來講，某人不喜歡狗、貓，原因乃係此人小時候被狗咬到或遭致野貓的「襲擊」，發生了刻骨銘心的不愉快經驗。又如對那一個人特別有好感時，他也是一樣有過其喜歡的經驗，也許是曾被那個人褒獎、稱讚過，被那個人喜歡過之類。這種喜歡、不喜歡的經驗「一般來說，很少是記得住的，只有用精神分析或者催眠分析的方法，才能知道」這種喜歡或不喜歡的經驗一致的時候，或碰到類似的事物跟人的時候，他就可以感覺得出是好感或惡感；產生自他很早的潛在意識，更可以使他覺得是好感或惡感。

假如對於自己的公司或自己的商品或自己的顧客不喜歡的時候，雖然也是有感情的作用存在，可是並不自覺爲什麼會不喜歡，而且再加上「老婆是人家的好」之心理作祟，對自己公司、商品及對顧客的缺點等等，無形中愈來愈覺得顯著，就會愈來愈厭惡了。

在世界上幾乎沒有一樣東西是十全十美的，有它的長處也有它的短處，因此商品才會有不斷的研究與不斷的改良。以人來說，也應該要不斷的努力才能够往上爬，這種努力，假使不是修正他的缺點，而是發展他的優點的話，因長處擴大了，他的缺點在比較上也可以顯得小了，換言之即截長而補短。這個道理，也可運用在工作、公司、商品，和顧客上；也就是說，你把看缺點的眼光轉過去發掘長處，發現其優點後，能進一步去使用它。那麼也許過去他持反對意見的，現在變成不反對了；他可以改變其觀念，認爲雖然今天這只是個小公司，但也有它的發展性；面對一個嘮叨客戶，但却仍愛護我



們公司，而不會改變初衷，臨時又轉向其他的公司，這就是此客戶的優點。

感情的作用，並非沒有緣由的，將會慢慢的讓你的顧客信任你的公司，你的工作及愛護你的產品了。能够做到這種境界，就可以每天高高興興的敲開你「成功的生意人」之門了。

【結論】喜歡做的事情一定會給以快樂的。

#### 4 經常的交易和臨時的交易，其成交都是一樣的

在生意人講習會中，有下面意見：

「我是做經常生意的人，不必要研究傳遞名片的方法，也不必談交際。」

「咱們是做臨時買賣的，並不需要跟別人去閒聊天，照我看來，經常做生意和臨時做生意，本質上是不同的，根據我過去的做法就足足有餘了。」

像上述說法，彷彿是拿一公尺長的釣魚線繫在釣竿上，而意圖去釣一公尺外的魚，可是那裏曉得如此遠處的魚，除了偶然之外，是絕對沒有希望上鈎的。做生意專靠運氣的話，就只能做想買之人的生意，而他實際上僅僅是充當了一個售貨員而已。

卡耐基曾說過：「我很喜歡吃草莓醬，不過在釣魚時在鈎上我絕不放草莓醬，我一定是放魚兒