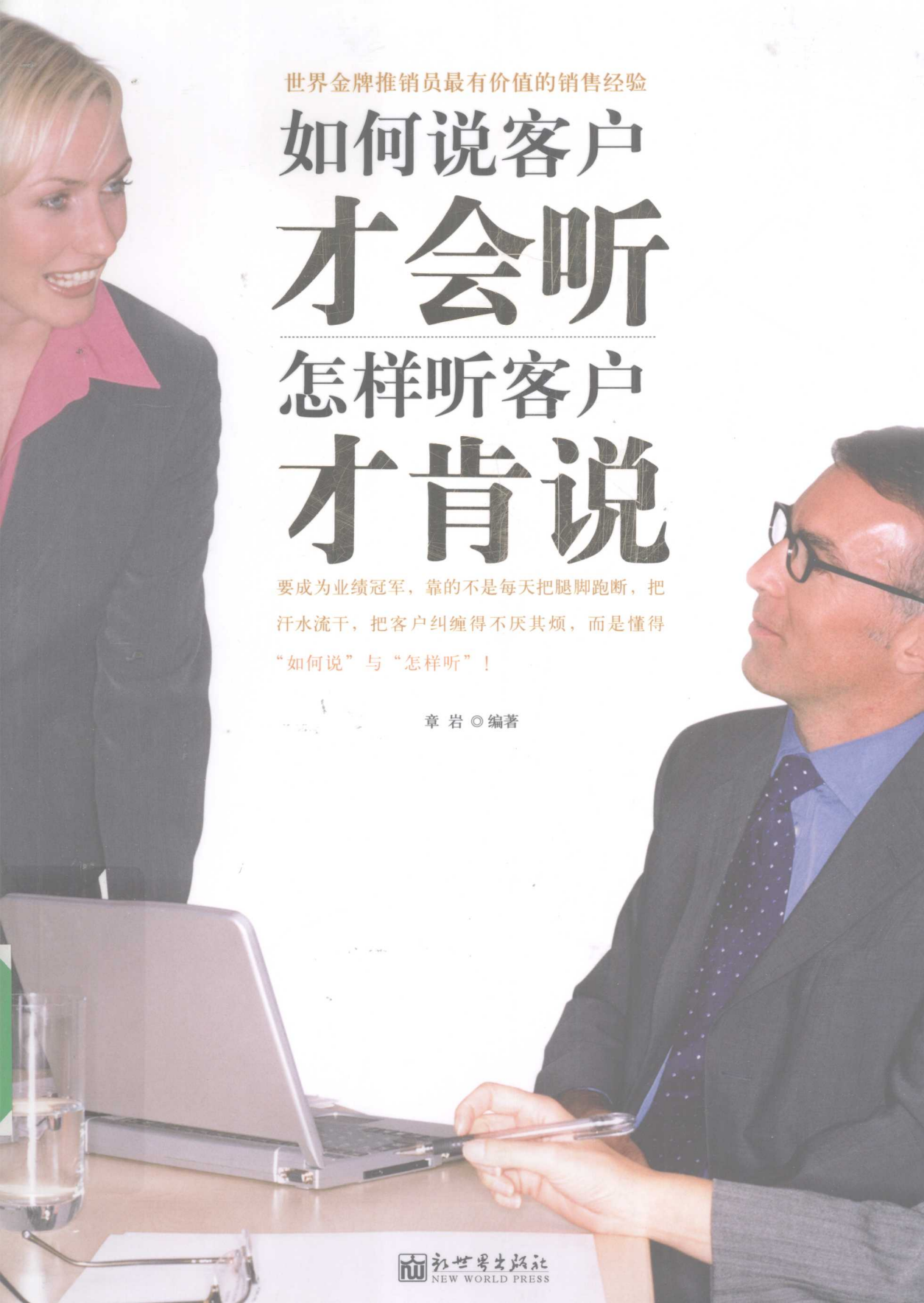




世界金牌推销员最有价值的销售经验

如何说客户 才会听

怎样听客户 才肯说

要成为业绩冠军，靠的不是每天把腿脚跑断，把汗水流干，把客户纠缠得不厌其烦，而是懂得“如何说”与“怎样听”！

章 岩 ◎ 编著

世界金牌推销员最有价值的销售经验

如何说客户 才会听 | 怎样听客户 才肯说

要成为业绩冠军，靠的不是每天把腿脚跑断，把汗水流干，把客户纠缠得不厌其烦，而是懂得“如何说”与“怎样听”！

图书在版编目 (C I P) 数据

如何说客户才会听, 怎样听客户才肯说 / 章岩编著. —北京:
新世界出版社, 2009.9

ISBN 978-7-5104-0542-6

I. 如… II. 章… III. 企业管理: 供销管理 IV. F274

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第159484号

如何说客户才会听, 怎样听客户才肯说

编 著	章 岩
责 任 编 辑	刘丽刚
责 任 印 制	李一鸣 黄厚清
出 版 发 行	新世界出版社
社 址	北京市西城区百万庄大街24号(100037)
发 行 部	(010) 6899 5968 (010) 6899 8733(传真)
总 编 室	(010) 6899 5424 (010) 6832 6679(传真)
本社中文网址	http://www.nwp.cn
本社英文网址	http://www.newworld-press.com
版 权 部	+8610 6899 6306
版权部电子信箱	frank@nwp.com.cn
印 刷	北京中印联印务有限公司
经 销	新华书店
开 本	787×1092 1/16
字 数	250千字 印张: 17.5
版 次	2009年11月第1版 2009年11月第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-5104-0542-6
定 价	35.00元

版权所有 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。
客服电话: (010) 6899 8638

CONTENTS

目 录



说话就是生产力

第一章 销售就是见人说人话、见鬼说鬼话

成功靠腿，销售靠嘴。对销售来说，每一个环节都离不开嘴，每一次交易都是一场外交活动。见人说人话，见鬼说鬼话，用你的舌头引导客户从你这里购买尽可能多的产品。

好胳膊好腿，不如一张好嘴	4
销售高手懂得像医生那样对客户“望、闻、问、切”	8
用好销售的“七把刷子”：说、学、逗、唱、喊、叫、专	13
你把谎言重复1000遍，它就变成真理	16
学着用客户的说话方式说话	19
天下没有绝对的事情，不要把自己的话说得太绝对	22

第二章 磨刀不误砍柴工： 谈话前尽可能多地了解你的客户

《孙子兵法》说：“知彼知己者，百战不殆。”在进入谈话的正题之前，可以谈一些客户感兴趣的话题，以此来了解客户的爱好、兴趣和习惯，这个过程就如同投石问路。在谈话时，对客户恰到好处的提问，可以让你触摸到客户的需求，以及心理的蛛丝马迹，这样你就可以在销售的过程中做到有的放矢，达到磨刀不误砍柴工的效果。

开谈前，明白你销售的到底是什么	27
心急吃不到热豆腐，在没有发现客户的购买信号时 请不要销售	31
设计一个客户不得不购买你产品的完美理由	35
销售需要知己知彼：销售前摸清客户的“底细”	39

第三章 成功销售，请一定要和陌生人说话

从立志做销售那天起，你就应该让自己一定和陌生人说话。在和陌生人说话的时候，不要急于求成，而是先把陌生人变成朋友，然后再由朋友变成你的客户，这样你的销售就会水到渠成。销售是一个慢工出细活的工作，切忌急功近利、操之过急！

为自己制定目标，每天至少和四个陌生人认识倾谈	43
初次见面，必须说好第一句话	46
第一次见面，最好不要谈销售	50
让陌生人开口的确很难，但你一定想办法让客户 张嘴说话	53
用一些小恩小惠来拉近陌生人之间的感情	56

第四章 “语言笨拙”有时胜过口齿伶俐

真正的销售高手，他们并不是口才冠军，甚至是一些语言笨拙、不善言辞的人，正是因为他们的不善言辞，才让客户对他们产生了信任感，用他们的真诚征服了客户的心。而那些口若悬河、夸夸其谈的人，因为他们过于夸张的口才，埋葬了他们的前程，让很多客户对他们避而远之，从而使自己的道路越走越窄！

销售就该和客户说得天花乱坠吗？	60
-----------------------	----

真正的销售高手并不是“铁齿铜牙”，而是“貌似猪相， 心中明亮”	64
闭嘴——在特殊情境下是最聪明的选择	68
无论客户说什么，你只要点头、微笑，不要和客户争辩	71
销售的最高境界是将销售成为多余	74

第五章 销售中打死都不能说的6种话，说了就可能被打死

我们常说“好话一句，做牛做马都乐意”，这句话告诉我们每一个人都喜欢听对方赞美、肯定自己的话。作为销售人员，在和客户沟通的时候，更要有所避讳。很多时候，我们仅仅因为对客户说了一句不该说的话，从而毁了一单生意，丢掉了一个客户，你后悔莫及，但覆水难收！所以，对于一些不能够对客户说的话，打死都不能对客户说！

欺骗和夸大其辞是销售的天敌	78
不要以命令和指示的口吻与客户交谈	82
避谈隐私问题：“八卦”会让你错过好的销售机会	86
无礼质问，会让客户产生反感	89
人最忌讳的就是“丢脸”——说话直白让客户感到难堪	92
不在客户面前贬低竞争对手	95

第六章 95%的客户只相信“专家”

有95%的客户都相信专家，所以，和普通的销售人员相比，客户更愿意购买那些看起来专业的销售人员的产品。如果你还没有成为你所销售产品的“专家”，你就很难成为让客户相信的产品顾问。在销售自己的产品之前，先让自己成为客户心目中值得信赖的专家，这时，就会有越来越多的客户愿意购买你的产品。

客户喜欢顾问、专家式的销售人员	99
千万不要像“老鼠怕猫”那样逃避客户的异议	103
数字会让你的话变得更权威更专业	107
让客户感觉到你不是以赚钱为目的，而是为了帮他 解决问题	110
不要不懂装懂，更不要含糊不清地回答	113
先让自己成为专业人士，然后再来销售产品吧	116

第七章 学会讲故事让销售变得很简单

只会讲观点的销售人员无法生存，只会讲事实的销售人员也最多只是75分，而只有会讲故事的销售人员才是真正的优秀者。很多表现活跃，业绩突出，善于打交道的销售者，他们都善于给客户讲故事，并且用讲故事的方法为客户插上想象的翅膀，从而激发客户购买产品的欲望。

为客户编一个“她”的故事	120
故事帮助客户从不同角度进行有利于购买的考虑	123
把你的故事讲得引人入胜的诀窍	126
每个销售员都一定会讲的五个经典故事	129
一天结束之后，一定要问问自己“我今天讲故事 了吗？”	133

下

倾听胜过夸夸其谈

第八章 客户的话是一张藏宝图，顺着它可以找到宝藏

客户的话就是一张藏宝图，只要顺着它就可以找到我们需要的宝藏。一名优秀的销售人员，要善于聆听。不仅要擅于倾听客户的需要、渴望和理想；还要擅于倾听客户的抱怨、异议和投诉；更要擅于听出客户没有表达的意思——没说出来的需求。

- 销售失败并不是因为你说错了什么，而是因为你听
的太少 140
- 客户不买你的东西，不是因为他不需要而是因为你不明白他真正的需求 143
- 做个好听众，鼓励客户说出自己的需求吧 146
- 在倾听的过程中创造并寻找最好的成交时机 149

第九章 不要只听你想听的，更重要的是要听客户想说的

对于营销人员来说，倾听是最好的营销方式。我们在倾听的时候，不要只听你想听的，更重要的是要听客户想说的。

人人都有抒发自己见解和需求的欲望，而倾听却成为了我们对客户的最高恭维和尊重。一个十分挑剔的人，甚至是一名过于极端的评判者，他也能在一个能忍耐的倾听者面前屈服。

- 永远是“耳听为虚，眼见为实”吗？ 153
- 不要只听你想听的，更重要的是要听客户想说的 156
- 我们需要得到的是客户原本的信息，而不是改造后的 159

如果听不懂对方的意思，一定要问一句：“您的意思是……”	162
从客户的谈话中掌握更多有用的信息	165
从倾听中找到一个可以牵客户“牛鼻子”走的方法	168

第十章 客户的反对意见不是恶魔，而是了解客户的最佳时机

客户的拒绝不是打败我们的恶魔，而是了解客户内心需求的最佳时机。拒绝和成交也是一样，它们是一对分不开的恋人。

在这个世界上，并没有能够打击你的东西，只有那些容易被打击的人。在面对拒绝的时候，你一定要理清自己的头绪，正确地对待拒绝，并找到解决问题的办法。让自己勇敢地面对客户的拒绝，你最终就会抓住成交的机会！

“拒绝”和“成交”是分不开的恋人	172
拒绝才是了解客户内心最好的方法	175
如果没有客户拒绝的话，我想天下的销售人员早就都失业了	178
不要与客户争辩，就算你赢了其实也是输了	181

第十一章 倾听的核心就是努力做到暂时忘我

真正的倾听，是建立在对别人的尊重、关心和全身心投入之上。我们绝不能表现出貌似在认真听客户说话，而把心思放在其他的事情上，倾听的最高境界不仅仅是认真倾听，更重要的是忘我地去倾听。

努力把自己当成海绵	185
请不要用你的感受来代替客户内心的真实感受	188

学会克制自己——特别是当你想发表高见的时候	191
即使对客户的话不感兴趣，也要耐心地听人家把话说完 ...	194
做到听批评意见时不激动，冷静地吸取教训	197
即使你非常害怕即将要听到的事情，也要用心聆听	200

第十二章 锣鼓听音——读懂客户话语背后的潜台词

俗话说“嫌货才是买货人”。从事销售工作的人一定要学会识别客户挑剔、拒绝背后的真正意图。无论面对什么样的客户，我们一定要开动脑筋，发挥思辨精神，锣鼓听音——读懂客户话语背后的潜台词。

“我考虑考虑”是什么意思	204
“我和xx商量一下”其实是在拒绝你	207
“寄一份资料给我吧”，说明他在应付你	210
“我没时间”，也许是他真的很忙，更可能他认为和你 谈话没有意义	214
“太贵了”可能意味着价格超出了他的消费水平，也可 能是他感觉根本不值这么多钱	217
客户如果说“没钱”怎么办	220
当客户告诉你“我不需要该产品”，表明他最近没有这 方面的需求	223

第十三章 丢掉倾听中的7大恶习

倾听是每一位营销人员都必须具备的一种素质。但是，很多营销人员只是做出了倾听的动作，而并没有真正地把客户的话听进心里。

比如，你在听客户说话的时候，总是表现出不耐烦的表情；比如，你总是一边听客户说话，一边考虑自己的事情；比如，在和客户沟通的时候，你只是让自己假装在听，其实想趁机打岔说出自己的意见……

不要在客户说话时假装在听，其实是想趁机打岔说出	
你的意见	227
不要一边听对方说话一边考虑自己的事	230
在没听完整个故事以前，请不要太早下结论	233
不要在听客户说话时表现出不耐烦的表情	236
要仔细听对方说什么，不要把精力放在思考怎样反驳	
对方的观点上	239
不要使你的思维跳跃得比说话者还快，不要试图理解	
对方还没有说出来的意思	243
机密不可泄露：千万千万要对客户的秘密守口如瓶	246

第十四章 销售中80%的业绩都是靠耳朵来完成的

古希腊思想家苏格拉底说过：上天赐予人以两耳两目，但只有一口，就是使其多见多闻而少言。

在销售中，营销人员的80%的业绩都是靠耳朵来完成的。倾听是营销人员对客户能做的一个最省钱的让步，更是订单不请自来的有效助力；只要营销人员能从客户的倾诉中感知客户的内心，从客户的需求出发，抓住客户的“辫子”，适时出击，就必定能够在营销的道路上走得更远。

倾听是你对客户能做的一个最省钱的让步	250
如果你对客户的话感兴趣，并有急切听下去的愿望，	
那么订单就会不请自来	253
切忌“唱独角戏”，给客户说话的机会	257
让烦躁的客户慢慢平静下来的最好方法，就是聆听	261
察言观色，在倾听中准确无误地把握成交的时机	265

上

说话

就是
生产力



第一章

销售就是 见人说人话、见鬼说鬼话



成功靠腿，销售靠嘴。对销售来说，每一个环节都离不开嘴，每一次交易都是一场外交活动。见人说人话，见鬼说鬼话，用你的舌头引导客户从你这里购买尽可能多的产品。

好胳膊好腿， 不如一张好嘴

民间有句俗语说：“好胳膊好腿，不如一张好嘴。”对销售人员来说，你一天跑两百公里，在公交车上耗费的时间可能会占三四个小时，与客户进行交流的时间只不过是几十分钟，但是那几十分钟的交流才是最重要的。其他都是辅助，只有口才决定了你是否能够说服客户。

有个年轻人到一家大型的百货供应公司应聘销售员，老板让他先试干一天，再决定是否留用。傍晚下班时，老板问他做了几单买卖。他说：“只有一单。”老板很失望，因为别的销售员可比他勤快多了，每天从早忙到晚，平均都能拿下六七个单子！看来这家伙实在够懒的！可以让他走人了，就漫不经心地问：“你这一单多少销售额啊？”

没想到年轻人回答：“30万美元。”老板顿时惊呆了，半天才回过神来，有点不相信地问：“30万……你卖了多少货？”

“是这样的，”年轻人说，“有位先生需要鱼钩，但是并不确定自己应该使用什么样的鱼钩，因为他是新手，但他的空闲时间比较多，收入丰厚，对钓鱼很感兴趣。于是我告诉他，在海上或江面上钓鱼用的工具是不一样的。我卖给了大、中、小号三种鱼钩和鱼线。还有鱼杆、鱼篓、折叠椅、遮阳帽。我问他去哪儿钓鱼，他说最想去海边，所以我建议他买条船，带他去了我们卖船的分公司，卖给了他一艘20英尺长有两个发动机的帆船。”

老板已经听得目瞪口呆了，问：“然后呢？”

年轻人接着说：“那位先生的大众牌汽车拖不动这么大的帆船，我又将他介绍给汽车销售部门，卖给了他一辆丰田新款的豪华车。他很大方，而且他确实需要这些产品。”

老板有些难以置信：“仅仅想买两个鱼钩的客户，你是怎么说服他购买这么多产品的？”

年轻人笑着说：“不，老板，他只是从这儿路过，进来问我明天的天气怎么样，我说明天的天气很好，又是周末，干吗不去钓鱼呢？然后，我就把他需要的产品介绍给他了！”

这个试用第一天的年轻人，如何只用一个订单就签下30万美金的销售额呢？他成功于两个方面：一、对商机敏感的把握；二、出色的口才。

那些每天能签下7个甚至更多订单的销售员，他们只是低头干活，被动地应对上门的客户，当然抓不住那些潜在的巨大商机。

那个一下子买30万美元商品的男士，最初也许只是想问问天气，但年轻的销售员一眼就看出了他身上潜在的消费能量和消费需求：

他衣冠楚楚，身着名牌，气度不凡，说明他是高薪阶层，消费能力充足，

他询问天气，很可能是第二天想去某个地方休闲娱乐，但还没打定主意，有巨大的消费欲望，

他说自己是钓鱼新手，说明他还没有购置钓鱼的全套器具，这是销售产品的大好时机，

他想去大海钓鱼，那正好需要一艘配得上他身份的游艇或帆船，

而他无法将船拉回家，又说明他需要一辆称职的汽车。

如果他需要，并且买得起，你甚至可以将波音747卖给他，并再为他承建一个现代化的机库！但是你必须拥有看到并且抓住这些商机的素质。这个素质就是你对客户的分析能力，以及与他进行深入交流的本事。

在产品的销售中，你多想一个环节，能够抓住的商机就可能更多。面对这样一个潜在客户，如果你不想，不问，不去关注客户的需求，那你能

做的只不过是漠不关心地回复他一句“明天天气很好”，然后得到一个带有谢意的微笑。他转身走开了，带走的就是30万美元的没有机会变为现实的潜在订单。

销售的最终目的是成交，而成交的前提是你必须说服客户，让他下单和付款。销售就是成交之前的一切工作，如果没有成交，那么你的销售将毫无意义！

一个人的说话能力，是获得交易成功的必要条件。就像卡耐基所言：“一个人的成功，约有15%取决于知识和技术，85%取决于沟通——发表自己意见的能力和激发他人热忱的能力。”当然，这所有的前提是，你的产品必须足够优秀，能够打动客户。

销售产品既是你的工作，又是你的人际交往。形形色色的客户打交道，除了有一副健康的好身板，敏捷的思维、全面的知识、灵活的应变能力，才是你是否能在这行取得成功的关键。

你需要能言善辩，但又不夸大其辞；你必须言为心声，给自己披上时刻为客户着想的外衣，却又能够达到目的，让客户从口袋里掏钱，把你的产品抱回家。所以说话就是生产力，见人说人话，见鬼说鬼话，用你的舌头引导客户从你这里购买尽可能多的产品。

永远不要忽视语言的技巧。当你和客户交流时，哪怕可以多问一句话的机会，也不要错过。这是销售员的最基本素质。

成功靠腿，销售靠嘴。对销售来说，每一个环节都离不开嘴，每一次交易都是一场外交活动。你需要探知客户的背景(购买实力)，摸清客户的目的(购买兴趣)，还需要了解客户的购买要求(对产品的要求和价格的接受范围)。而这些，无一能离开你与客户的交流和互动！