


# 销售话术 是设计出来的

张超◎编著

一个出色的销售人员，一定是一个懂得把**语言艺术**融入产品销售中的人。

开发客户时，说**有分量**的话引起注意；接近客户时，说**热情**的话感染对方；介绍产品时，说**专业**的话打动对方……

即将成交时，抓住机会**适当催促**以达成交易；售后服务时，说**礼貌温馨**的话来温暖客户心。

 中国纺织出版社

# 销售话术 是设计出来的

张超◎编著

一个出色的销售人员，一定是一个懂得把语言艺术融入产品销售中的人。

开发客户时，说有分量的话引起注意；接近客户时，说热情的话感染对方；介绍产品时，说专业的话打动对方……

即将成交时，抓住机会适当催促以达成交易；售后服务时，说礼貌温馨的话来温暖客户心。

## 内 容 提 要

销售是一种既有挑战性又讲究技巧的工作，需要投入热情与心思，更需要每个销售员具备高超的语言技巧。优秀的销售员一开口就能打动客户促成交易，笨拙的销售员却有话说不出，只能看大好机会白白溜走，销售业绩也总是难以提高。

销售的本质就是把东西卖出去，把钱收回来。在这个过程中，销售员的口才至关重要。因此，练就好的销售口才，是每个销售员必修的功课。本书分为十七步，深入浅出，结合诸多典型案例，让销售人员逐步掌握说话的技巧，提升自己的沟通和谈判能力，进而提升自己的业绩。

465001

### 图书在版编目 (CIP) 数据

销售话术是设计出来的 / 张超编著. —北京: 中国纺织出版社, 2013. 1

ISBN 978 - 7 - 5064 - 9195 - 2

I. ①销… II. ①张… III. ①销售—口才学 IV.

①F713. 3②H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 226481 号

---

策划编辑: 关礼 金彤

责任印制: 陈涛

---

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京东直门南大街 6 号

邮政编码: 100027

邮购电话: 010—64168110

传真: 010—64168231

http: //www. c-textilep. com

E-mail: faxing@ c-textilep. com

北京中印联印务有限公司印刷

各地新华书店经销

2013 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 710 × 1000 1/16 印张: 20

字数: 305 千字 定价: 35.00 元

---

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

## 前 言

美国“超级推销大王”弗兰克·贝特格说过：“交易的成功，往往是口才的产物。”的确，若想取得一流的销售业绩，销售员必须能够恰如其分地运用语言，古人云：“一言可以兴邦，一言可以亡国。”可见，口才力量的强大。语言的力量是难以估量的，一句话可化友为敌，引发一场争论甚至导致一场战争；一句话可以化敌为友，冰释前嫌，为你带来巨大的荣耀和事业成功。

在销售行业内，有这样一种广为流传的说法：“会说话，销售就如坐电梯；不会说话，销售就如爬楼梯。”销售人员只要把握住与客户进行交流的机会，就能取得非常好的沟通效果，销售自然就如同坐电梯般轻松。据调查，世界上超过90%的巨富都是从销售员做起的，比如世界首富比尔·盖茨、日本经商之神松下幸之助、华人首富李嘉诚、台湾首富王永庆等。可以说，销售成就了他们的事业和人生。

当然，销售员是靠“嘴”吃饭的，练就好口才的重要性不言而喻。一个出色的销售人员，一定是一个懂得把语言艺术融入产品销售中的人。在开发客户时，你要说有分量的话引起对方注意；在接近客户时，你要说热情的话感染对方；在介绍产品时，你要说专业的话打动对方；在客户有异议的时候，你要说婉转的话抚慰对方；在与客户进行磋商时，你要有策略地说话来与之协商；在即将成交时，你要把握机会作适当的催促以达成交易；在作售后服务时，你要说礼貌温馨的话来温暖客户；在每一次电话沟通时，你要抓住短暂的时间进行有逻辑地阐述……

但是，在现实中，很多销售人员的业绩与销售高手相比相差甚大。在美国有一项调查表明，那些超级销售员的业绩通常是一般销售员的300倍。企业80%的业绩是由这20%的销售者造就的，而他们并非是天生的销售高

手，之所以能取得如此骄人的成绩，是因为他们懂得如何说话。

每一位销售员都渴望有一张舌灿莲花、妙语连珠、把死人说活的好口才，都希望自己所说的话客户能够认真倾听，都渴望自己能够让谈判变得轻松，但是好口才是要靠刻苦训练得来的。古今中外能言善辩的演讲家、雄辩家无一不是靠勤奋的练习和坚持而获得成功的。因此，口才欠佳的销售员只要能够努力学习说话技巧、掌握丰富的销售知识，就能够拥有一副好口才。那么，对于销售员来讲，标准的口才模版在哪里呢？你将从本书中找到答案。

本书为大家逐一解密销售高手说话、谈判的妙招、策略，并指导销售员恰当、灵活地运用，进而掌握销售说话秘诀，战无不胜。

编著者

2012年8月

# 目 录

## 第一步 会说话是销售员最宝贵的资本

1. 一流销售员一定是沟通高手 / 3
2. 会说话才能赢得客户 / 6
3. 交易的成功，往往是口才的产物 / 9
4. 言必中“心”，让客户花钱花得开心 / 12
5. 成交往往取决于一两句话 / 14
6. 销售语言要妥当，绝不用模棱两可的词 / 17

## 第二步 销售话术离不开心理学

1. 察言观色，洞察客户的心 / 23
2. 嘴巴能骗人，眼睛可骗不了人 / 27
3. 知道客户在想什么，才能确定我们该做什么 / 29
4. 关注细节，举手投足显示销售信号 / 33
5. 以小见大，挖掘客户的购买潜意识 / 37
6. 不但要听到说什么，还要看到做什么 / 39

### **第三步 掌握约访客户的技巧，免吃闭门羹**

1. 接近客户不按常理出牌 / 43
2. 一语惊人约客户 / 45
3. 套近乎约访客户话术 / 48
4. 与决策者预约的技巧 / 50
5. 巧订约访日期，为自己留出余地 / 52
6. 用好语言“太极术”应对客户的各种推辞 / 55

### **第四步 拜访客户说到点子上，销售轻松自如**

1. 话说得自然，让拜访顺理成章不显突兀 / 61
2. 拜访客户时，哪些话必不可少 / 64
3. 留出拜访的话茬儿，为下次拜访作好铺垫 / 67
4. 拜访中的销售语言不要太露骨 / 70
5. 发现客户家的特点，用点心机说销售语 / 72

### **第五步 好的开场白能控制客户的内心**

1. 别出心裁的开场白，客户听到即动心 / 77
2. 面对中老年人，不妨用家长里短来开场 / 81
3. 掌握常用开场话术，应对不同的销售情景 / 84
4. 说服决策者的开场白 / 87
5. 开场要火热，话怎么说才显热情 / 89

### **第六步 寒暄是一种艺术，要让客户感到温暖而非虚伪**

1. 利用寒暄迅速与陌生客户拉近心理距离 / 95
2. 寒暄的话要恰到好处，自然才能亲切 / 98

3. 遇到冷场时，客套话帮忙来调和 / 101
4. 与老客户寒暄时，要使感情更进一层 / 104
5. 寒暄的客套话也有禁忌 / 107

## **第七步** 把话说到客户心坎儿上，销售就不难了

1. 抓住客户的“感情软肋”，兑现你的客套话 / 113
2. 找到你和客户之间的“相同点” / 116
3. 以朋友的口吻说话，让客户觉得你在帮他 / 119
4. 如果话题没意思，尽量一带而过 / 121
5. 幽默一点，活跃销售气氛 / 123
6. 重复说明一个重要信息，加深客户的印象 / 126

## **第八步** 真诚赞美，沁入客户心扉

1. 赞美客户用点心，别搞空穴来风 / 131
2. 利用赞美为销售铺路，不要白白浪费美言 / 134
3. 遇到含蓄的客户，赞美可以委婉些 / 137
4. 赞美客户也得有点新意，以取得最佳效果 / 140
5. 附和对方也是一种赞美 / 143

## **第九步** 产品介绍要能激发客户的购买欲

1. 挖掘产品卖点，不为介绍而介绍 / 149
2. 语言专业，客户才会深信于你 / 152
3. 用数据说话，客户体会才会更深刻 / 155
4. 利用比较，巧说产品的与众不同 / 158
5. 承认缺陷存在，掩饰适得其反 / 161



## **第十步 消除异议，客户的心结全靠你的嘴来解开**

1. 了解客户的内心，对客户反应作出准确的判断 / 167
2. 异议有时是感兴趣的信号，但要发现真实的异议 / 170
3. 学会正确的应对方法，客户异议并不可怕 / 172
4. 如果需要直接否定客户，应该掌握尺度 / 175
5. 处理异议要加入暗示，引导客户转化思维 / 178

## **第十一步 看人劝购，不同客户需要不同的销售语言**

1. 针对各种年龄段的客户，劝购各有门道 / 183
2. 说什么能应对特别“挑刺儿”的客户 / 186
3. 对不言不语的客户，如何让他开口 / 189
4. 对产品颇有研究的专业型客户，如何接招 / 192
5. 疑心重、喜欢追问的客户，如何消除他的疑虑 / 195
6. 对待销售型的客户，说话不要销售痕迹太重 / 198

## **第十二步 面对拒绝巧说话，打消客户内心疑虑**

1. 如何应对客套话的拒绝 / 203
2. 客户想去别家再看看，说什么能挽留住客户 / 205
3. 客户表示再考虑一下，如何说让客户有紧迫感 / 208
4. 客户要询问家人再决定购买时，你该如何开口 / 211
5. 客户只认牌子不认产品，如何改变客户的这种想法 / 214

## **第十三步 面对议价巧接招，让客户“心随你动”**

1. 报价不要太直接，换个方式客户更容易接受 / 219
2. 探明客户的价格底线，不能轻易松口还价 / 222

3. 如何巧言打消客户认为价格太贵的念头 / 225
4. 客户开口出价，你要如何应答 / 228
5. 如何回答“同样商品别家比你家便宜” / 231

## **第十四步 语言到位，迅速成交**

1. 说话时多用积极的字眼，让客户感觉到你的主动 / 237
2. 找到关键点进行说服，一点打通全盘皆赢 / 239
3. 把握成交信号，找到合适的瞬间 / 242
4. 在合适的点上提出成交，但需要掌握方法 / 245
5. 主动向客户发问促成成交 / 248

## **第十五步 售后服务沟通话语要礼貌地说**

1. 当客户向你抱怨时，你要坐下来认真倾听 / 253
2. 掌握处理客户抱怨的成功模式 / 255
3. 学会处理客户抱怨的语言艺术 / 258
4. 对客户抱怨切忌火上浇油 / 261
5. 争执不能解决任何问题 / 264
6. 说“谢谢”是最简单有效的办法 / 267

## **第十六步 电话销售的说话技巧**

1. 掌握语言艺术，电话销售有绝招 / 273
2. 绕过挡驾人，巧妙接通你的客户 / 277
3. 电话开篇就要引起客户的兴趣 / 280
4. 在对的时间打对的电话 / 283
5. 缩短谈话时间，增加通话次数 / 285
6. 电话即将结束时要为销售作好铺垫 / 287

## 第十七步 努力打好销售话术的“地基”

1. 不断暗示自己：我是最棒的 / 293
2. “脸皮厚”不是耻辱，而是一种能力 / 296
3. 克服自卑感，消除对成功人士的恐惧心理 / 298
4. 诚信是打动客户的关键 / 300
5. 注意说话的语音、语调 / 303
6. 专业知识不能似懂非懂 / 306
7. 懂得感恩，成交后道声感谢 / 308

参考文献 / 310



## 第一步

# 会说话是销售员最宝贵的资本

在销售界,人们常说,敢说才敢卖。如果开不了口,销售将无从谈起。可见,对于销售人员来说,要想赢得客户的喜欢与接纳,就必须具备一定的沟通技能与说话技巧,只有这样,才能在与顾客交谈时,恰到好处地运用语言,进而取得良好的沟通效果,使销售业绩如坐电梯般轻松上升。因此,作为销售人员一定要“会说话”,让每一个词语都成为销售成功的砝码。





## 1. 一流销售员一定是沟通高手

在这个纷繁复杂的社会，作为销售人员，其日常最基本的工作就是要面对形形色色的顾客，并时刻准备去应对各种各样的突发事件。无论是与顾客的接触，还是对突发事件的处理，都离不开双方之间的有效沟通，而这种有效沟通是建立在销售人员出色的口才基础之上的。

因此，销售人员需要具备一流的口才技巧。因为，在销售实践中，销售人员要面对的更多的是对自己所推销商品不甚了解的顾客，如果缺乏相应的口才技巧，那么很难吸引顾客的注意力、打开销售局面，也就更谈不上将商品成功地销售出去了。

一个经验不足的推销员，挎着一个小包走进了一家公司。进去之后，他径直走到最近的一张办公桌前，低声问道：“小姐，财务部在哪里？”

对方答道：“在斜对面。”

过了一会儿，财务部的出纳进来了：“主管，来了个推销验钞机的，要不要？”

“不要，这种小商贩的东西不可靠。”

出纳离开后，推销员又走进了主管的办公室，大概知道是主管不同意购买，于是便踌躇着走到桌边，一时间竟忘了称呼对方，唯唯诺诺地说道：



## 销售话术是设计出来的

“要不要验钞机？买一个吧。”他几乎是用乞求的语气重复道。

“我们不需要，就这样吧。”主管头也不抬地说。

过了一会儿，一直没人理他，最后那位推销员自感无趣，只好讪讪地离开了。

这个推销员是不是很让人同情？但我们应该知道的是，市场不相信眼泪，更不会同情弱者。因为这个推销员的推销口才没有任何技巧可言，平淡的话语很难让人对其人及其商品产生兴趣，因此对他的拒绝也是在情理之中的。

销售人员要想成功地实现销售目标，一个至关重要的环节就是用自己的言谈来吸引客户的注意力，使客户对推销的商品产生兴趣，进而才有可能说服客户，并促使其最终作出购买的决定。在推销的过程中，应该想方设法通过短暂的接触和谈话来博取对方的好感，也就是要充分展示自己的口才魅力，这是进行成功销售的一个必要前提。

日本的推销之神原一平，在打开推销局面、取得客户对自己的信任上，有一套独特有效的方法：

“先生，您好！”

“你是谁啊？”

“我是明治保险公司的原一平，今天我到贵地，有两件事来专程请教您这位附近最有名的老板。”

“附近最有名的老板？”

“是啊！根据我调查的结果，大家都说这个问题最好请教您。”

“哦！大伙儿都说是我！真是不敢当，到底是什么问题呢？”

“实不相瞒，就是如何有效地规避税收和风险的事。”

“站着不方便，请进来说话吧！”

陌生拜访是销售员的日常工作之一，而开始提及的那个推销人员，就未免显得有点唐突，很容易招致对方的反感，从而导致客户的拒绝。如果



先委婉地称赞客户一番，再根据自己的推销需要提出相关的问题，就能够比较容易地获得对方的好感，那么，随后的推销过程也会顺利很多。

从以上反、正两个推销实例我们不难发现，销售口才的好坏与是否得当，在很大程度上左右着销售工作的成败。

当今社会，一个人要想在与他人的交往中取得有利地位、获得成功，就离不开好口才，而销售工作尤其如此。在面对顾客的销售过程中，如果我们连话都说不清楚，词不达意，与客户沟通时总是说不到客户心坎里去，难以打动对方，甚至让客户感觉别扭，那就根本谈不上销售的成功。可以说，作为销售员，口才的好坏直接关系到能否顺利地将商品推销出去。拥有好口才，会让你的销售之路越走越平坦，成功销售离不开好口才。

- (1) 好口才可以吸引客户的注意力；
- (2) 好口才可以自如地与客户进行交谈；
- (3) 好口才可以激发客户的兴趣，刺激对方的购买欲望；
- (4) 好口才可以消除客户的疑虑，赢得对方的信任；
- (5) 好口才可以将相关信息有效地传递给客户；
- (6) 好口才能够缓解销售中的尴尬气氛；
- (7) 好口才能让你摆脱销售中的沟通困境；
- (8) 好口才可以让你掌握洽谈的主动权；
- (9) 好口才可以让你变被动为主动，扭转局面；
- (10) 好口才可以帮你有效地实施推销策略，完成交易；
- (11) 好口才有助于你赢得更多的客户。

归根结底，销售工作的各个环节都离不开口才的发挥。在现代社会，良好的口才是每一个有追求的销售人员所必须具备的一项基本素质。拥有一副好口才，是销售员走向成功的关键和有力保证。





## 2. 会说话才能赢得客户

产品要好看才能好卖，销售员要会说才能有大客户。销售员更要有一张会唱歌的嘴，把不动听的说动听。当然，这并不是要提倡欺蒙客户，而是要巧妙地利用语言魅力与客户打交道。

美国的新泽西州与宾夕法尼亚州是相邻的两个州，为了降低机动车的保险支出，两个州都制定了相应的法律。制定法律的目的是，假如驾车的人放弃对某些交通事故的起诉权，就可以少交纳一些保险费。但两个州法律的表达方式却截然不同。宾夕法尼亚州的规定是：要拥有所有交通事故的起诉权，除非另外声明。

新泽西州的规定是：要自动放弃某些交通事故的起诉权，除非另外声明。在新泽西州，有80%的人选择有限起诉权，而宾夕法尼亚州只有25%的人作同样的选择。

为什么会出现这样的结果？仔细研究一下，这两种说法的意思是一样的，但是结果却截然不同。宾夕法尼亚州是假定拥有完全的起诉权，可以声明只要求有限起诉权，那样可以少交钱。新泽西州是假定现在拥有的就是有限起诉权，有权获得完全起诉权，但需要声明才能获取，并且需要交