



Eloquence classic

卓有成效的沟通法则 · 打动人心口才智慧

销售不懂沟通艺术，就犹如在茫茫的黑夜里行走，只能误打误撞。事实上，销售高手往往都是沟通专家，他们明白一个道理，只有和客户形成良好互动，才会有成交的希望。

即学即用的

销售话语

沟通艺术

沟通看似简单，人人皆知，但其中的技巧和韵味是需要仔细揣摩与体会的。沟通是科学，沟通是艺术，其重要性正日益凸显。

何 斌◎编著

口才必修课



沟通必胜术

XiaoshouHuayu
GoutongYishu



海潮出版社
Hai Chao Press

卓有成效的沟通法则



打动人心口才

Eloquence classic

即学即用的 销售话语 沟通艺术

沟通看似简单，人人皆知，但其中的技巧和韵味是需要仔细揣摩与体会的。沟通是科学，沟通是艺术，其重要性正日益凸显。

口才必修课



沟通必胜术

何 斌◎编著



海潮出版社
Hai Chao Press

图书在版编目 (CIP) 数据

即学即用的销售话语沟通艺术 / 何斌编著. -- 北京:
海潮出版社, 2014.1

ISBN 978-7-5157-0580-4

I. ① 即… II. ① 何… III. ① 销售—语言艺术—通俗
读物 IV. ① F713.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 292546 号

书 名: 即学即用的销售话语沟通艺术

编 著: 何 斌

责任编辑: 郑晶晶 罗 庆

封面设计: 点滴空间

出版发行: 海潮出版社

社 址: 北京市西三环中路 19 号

邮政编码: 100841

电 话: (010) 66969738 (发行) 66969736 (编辑) 66969746 (邮购)

经 销: 全国新华书店

印刷装订: 北京建泰印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 17.5

字 数: 162 千字

版 次: 2014 年 1 月第 1 版

印 次: 2014 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5157-0580-4

定 价: 29.00 元

(如有印刷、装订错误, 请寄本社发行部调换)



人们往往认为，商品市场中的销售者只是在销售商品。其实，从沟通学的角度，从更高的层次来分析，销售者销售的其实是“人”。这才是买卖成功的秘诀，也是商品销售的最高境界。因为买卖双方如果认可了对方的“为人”，才会在欲望的基础上形成动机，采取行动，完成买卖。古今中外，莫不如此。

销售是一项沟通的艺术，把话说到客户心里，也就有了成交的希望。良好的沟通将会贯穿于销售工作的整个过程，而沟通能力的强弱，也将在每一个环节上，对销售工作的成败产生决定性影响。

销售不懂沟通艺术，就犹如在茫茫的黑夜里行走。事实上，销售高手往往都是沟通专家。现在市场上商品越来越丰富，竞争越来越激烈，客户也变得越来越理智，说服客户购买产品的难度也越来越大。面对这种严峻的市场现实，对于销售人员来说，不仅仅是一种挑战，更是一种机遇。

销售是一项极具挑战性的工作，它要求销售人员根据市场的变化及客户消费心理的变化，来不断地对自己的销售策略与沟通技巧进行优化调整。但必须看到的是现在的客户变得越来越理智，他们不会销售人员的几句话就轻易地掏出自己的钱包，但是如果销售人员能够在销售话语上多花费一些心思，有时确实能够起到意想不到

的效果，能够大幅提升销售业绩。

成功的销售实践一再证明，拥有一副好口才，特别是那种能够很好地抓住客户心理的口才，是促成销售成功的一个关键前提。它完全能够使销售工作取得重大突破。

在与顾客接触的过程中，一个好的销售人员是不能够让顾客感到你是在强迫他们购买的，而是要让他们认为主动权是在他们手中的，但是销售人员也必须掌握好一个度，即用你的言谈来牵引顾客的思路。

作为一个成功的销售员，就必须要让顾客的思想跟着你走。如果达不到这种程度，就不能将局面引向对自己有利的方面。这样下去的话，销售工作也就很难取得成功。所以在与顾客沟通的过程中必须要掌握主动权，而掌握主动权的关键又在于你的销售沟通口才。大量的销售实践证明，巧妙有效的语言表达，完全可以使本来极不利于自己的形势发生逆转。

本书从实用性出发，介绍了卖场上最直接、最便利、使用率最高的一线销售话语沟通技巧，旨在通过系统的理论传授及实战演练，综合提升销售人员的销售能力和沟通能力，在最短的时间内帮助销售人员提高沟通能力和销售技巧，从而大幅提高销售业绩。



第一章 好口才有好业绩，销售要懂沟通艺术

销售要有好口才	002
先拉近与客户的距离	003
建立沟通交流的起点	005
做好沟通与引导	007
心平气和地与顾客沟通	009
营造宽松的沟通氛围	011
一定要充满热情	014
开场话语关乎交易成败	017
让顾客产生兴趣	018
让顾客感到被重视	020
找准介绍产品的时机	022
提炼产品卖点	024
真诚赞美顾客	026
有效引导顾客	030
让顾客参考交流	031
针对性展开介绍	033
让顾客参与体验	034
用信心保证销售成功	036

第二章 引起共鸣，把话说到客户心里是沟通的关键

先成为产品专家	040
介绍产品要真实客观	041
强调产品功能和附加值	044
用利益打动顾客	046
引起顾客的强烈共鸣	048
激发顾客的想象力	050
站在顾客的立场	052
让顾客感到物有所值	054
打消顾客疑虑	056
体验比介绍更有效	058
换种说法重复说明	060
有技巧地暴露产品缺陷	062
介绍产品要简单明白	063
充分展示细节	065

第三章 找准客户需求，沟通从洞察开始

了解顾客的需求	070
结合顾客需求进行讲解	072
强调顾客的核心需求	074
了解顾客的兴趣所在	077
卖点要能够满足顾客需求	079
利用趋利避害的购买心理	081
激发顾客的购买欲望	084
引导目标模糊的顾客	087

掌握了解顾客的期望	089
挖掘顾客的潜在需求	091
采取适当的沟通方式	093
客观评价对手产品	095
面对多个顾客的技巧	097
做一名好听众	100

第四章 把好处说透，促销时的沟通艺术

强调促销产品的独特优势	106
消除顾客对促销商品质量的顾虑	108
让顾客有多赚的感觉	109
不要急于介绍产品	111
激发顾客的兴趣需求	113
顾客对促销力度表示异议	115
转变顾客对产品的态度	117
让顾客接受促销方案	119
冷静处理顾客的要求	121
恰当应对顾客的打折要求	122
对保修问题解释清楚	125

第五章 赢在嘴上不是赢，面对不同顾客的沟通艺术

与冷淡傲慢的顾客沟通的艺术	128
与精明顾客沟通的艺术	129
与多疑顾客沟通的艺术	131
与态度冷淡顾客沟通的艺术	134
与吹毛求疵顾客沟通的艺术	135

与挑剔顾客沟通的艺术	137
与专业型顾客沟通的艺术	139
与愤怒顾客沟通的艺术	141
与谦和有礼顾客沟通的艺术	145
与青年顾客沟通的艺术	147
与中年顾客沟通的艺术	148
与老年顾客沟通的艺术	149
与不同性别顾客沟通的艺术	152

第六章 成交就是消除异议，处理异议的沟通技巧

顾客抱怨产品不好	158
理解顾客的心理	160
用婉转的语言让顾客接受	162
打消顾客对品牌的疑虑	163
以替代的商品满足顾客	165
打动顾客身边的陪伴者	166
找出顾客离开的原因	168
运用准确的数据说明	170
以太极法处理异议	171
给顾客平衡感	173
以真诚的态度挽回顾客	175
为顾客提供合理化建议	177
明确顾客的购买需求	179
从顾客的角度出发	181
正确应对因质量问题要求退货	182
超过退货期的处理办法	184

对待顾客要求索赔的处理技巧	186
对退货的顾客要礼貌	189

第七章 不卑不亢促双赢，磋商阶段中的沟通艺术

创造肯定气氛	192
有热情才可能成功	195
满足顾客表达的欲望	198
理解顾客的顾虑	199
弄清顾客迟迟不买的原因	200
唤起顾客的购买欲望	202
提出成交要求的技巧	204
销售中的激将法	207
对挑剔的顾客要有耐心	209
巧妙施加压力	211
消除顾客的不良印象	213
挖掘顾客的真正异议	214
顾客称产品档次低	215
顾客对特价商品缺乏信任	216
消除顾客顾虑的技巧	218
让顾客产生信赖	220
想顾客之所想	221
成功化解顾客的误解	223
让顾客说出拒绝的理由	225
婉转提出反对意见	228
与顾客讨价还价的沟通技巧	230
充分说明不降价的原因	231

第八章 给客户购买的理由，促成交易的沟通艺术

适当给顾客优惠	234
主动提出成交请求	235
消除顾客对质量的担心	237
让顾客出价的沟通技巧	239
让顾客认同产品价格	242
消除顾客一味降价的要求	244
以有效的措施应对降价要求	245
认真对待回头客	248
问清顾客犹豫不决的原因	251
让顾客感觉贵有贵的价值	254
谈完价值之后再谈价格	256
利用从众心理成交	258
给顾客多重报价	259
有效处理顾客异议	260
帮助顾客解决资金短缺问题	262
假设顾客已经同意购买	263
利用促销政策的时间概念	265

第一章

好口才有好业绩，销售要懂沟通艺术

无论是对方表达需求，还是我们向对方介绍产品，销售都是通过沟通来完成的。一个沟通高手一定是一个销售精英。沟通是一门艺术，尤其是销售沟通，更需要智慧。学会销售沟通智慧，领悟销售的真谛，销售将变成一种享受。





销售要有好口才

当今社会，一个人要想在与别人的交往中取得有利地位，获得成功，就离不开一副好口才，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，与客户沟通起来总是说不到客户心里，难以打动对方，甚至让客户感觉别扭，也就根本谈不上销售的成功。作为销售员，口才的好坏直接关系到能否顺利将商品销售出去。拥有一副好口才，会让你的销售之路越走越平坦，可以说，成功销售离不开好口才。

作为销售人员，最基本的工作就是要经常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。不论是与顾客的接触，还是对突发事件的处理，都离不开双方之间的有效沟通，而这种有效沟通恰恰正是建立在销售人员出色的口才基础之上。因此，销售人员需要具备一流的沟通口才技巧。

在销售实践中，销售人员要面对的更多的是对自己所销售商品不甚了解的顾客，如果缺乏相应的销售沟通口才技巧，那么很难吸引顾客的注意力、打开销售局面，也就更谈不上商品的成功销售了。销售员要想成功实现销售，一个至关重要的环节就是首先用自己的言谈来吸引客户的注意力，使客户对销售的对象产生兴趣，进而才有可能说服客户，并促使其最终做出购买的决定。

在销售的过程中，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。销售沟通口才的好坏与否，在很大程度上左右着销售工作的成败。

对于销售工作的各个环节来说，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本领。拥有一副好口

才，是销售员走向成功的关键和有力保证。对于销售人员来说，要想赢得客户的喜欢与接纳，就必须具备一定的言谈能力与说话艺术，只有这样，才能打开与客户沟通的大门，为成功销售奠定良好的基础。

★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★

销售话语沟通之道

很多销售人员都有一个通病，即在好不容易见到客户后，就急不可耐地向他们销售自己的产品，迫不及待地想成交，生怕到手的生意再飞走了。殊不知，你这样做很可能会引起客户的逆反心理，你越是急于求成，他们越是犹豫不决。作为销售人员，客户沟通技巧不可不学，不能不掌握。



先拉近与客户的距离

对销售人员来说，与顾客的关系拉近了，才能更加详细地介绍自己的产品来吸引顾客，顾客的注意力被吸引了，才可能对产品产生兴趣，从而引发购买的欲望。谁能快速拉近与顾客的关系，谁就拥有更多的商机。以下是优秀的销售人员常用的几种沟通技巧。

1. 使用简明的开场白

为了吸引顾客的注意力，在面对面的洽谈中，说好第一句话是十分重要的。开场白的好坏，几乎可以决定一次销售访问的成败。好的开始是成功的一半。大部分顾客在听销售人员第一句话的时候要比听后面的话认真得多，听完第一句问话，很多顾客就自觉或不自觉地决定了尽快打发销售员上路还是准备继续谈下去。

专家们在研究销售心理时发现，洽谈中的顾客在刚开始的几秒钟所获得的

刺激信号，一般比以后 10 分钟里所获得的要深刻得多。

开始即抓住顾客注意力的一个简单办法是去掉空泛的言辞和一些多余的寒暄。为了防止顾客走神或考虑其他问题。开场白上多动些脑筋。开始几句话必须是十分重要而且非讲不可的，表述时必须生动有力，句子简练，声调略高，语速适中。开场白使顾客了解自己的利益所在，是吸引对方注意力的一个有效的思路。

2. 通过提问了解顾客的需要

提问是引起顾客注意的常用手段。在销售访问中，提问的目的只有一个，那就是了解顾客的需要。“你需要什么”，这种直接的问法恐怕顾客自己也不知道需要什么。

销售人员在向顾客提问时，利用适当的悬念勾起顾客的好奇心，是一个引起注意的好办法。一位好的销售人员提问时非常慎重，通常提问要确定三点：提问的内容、提问的时机、提问方式。此外，所提问题会在对方身上产生何种反应，也需要考虑。恰当的提问如同水龙头控制着自来水的流量，销售人员通过巧妙的提问得到信息，促使顾客做出反应。

3. 用旁证引起对方的兴趣

在唤起注意方面，销售人员广泛引用旁证往往能收到很好的效果。一家保险公司的经纪人常常在自己的老主顾中挑选一些合作者，一旦确定了销售对象，公司征得该对象的好友某某先生的同意，上门访问时他这样对顾客说：“某某先生经常在我面前提到你！”对方肯定想知道到底说了些什么，这样双方便有了进一步商讨洽谈的机会。

4. 巧言打动顾客的心

一位柜台前的销售员在卖皮鞋，他对从自己的柜台前漫不经心走过的顾客说了一句：“先生，当心摔跤。”顾客不由得停下来，看看自己的脚面，这时销售员乘机凑上前来，对顾客会意一笑：“你的鞋子旧了，换一双吧！”

一位远道而来的销售员与客户洽谈，为了吸引对方的注意，他很喜欢用这样一句话来开始他所销售的产品：“说真的，我一提起它，也许你会不耐烦而把我赶走的。”这时顾客会很自然地做出如下应：“噢？为什么呢？照直说吧！”不

用多说，对方的注意力已经一下子集中到销售员以下要讲的话题。

为了打动顾客的心，我们不妨将自己放在顾客的位置思考一个问题：究竟是什么因素使我们认真听取销售人员的介绍。

★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★

销售话语沟通之道

首先要让客户接受自己，然后在彼此之间建立一种好的关系。对销售人员来说，与顾客的关系拉近了，才能更加详细地介绍自己的商品来吸引顾客，顾客的注意力被吸引了，才可能对产品产生兴趣，从而引发购买的欲望。谁能快速拉近与顾客的关系，谁就拥有更多的商机。



建立沟通交流的起点

在现实生活当中，面对销售员的热情，多数顾客的反应往往是很冷淡的。面对销售了解需求，顾客说你忙你的，我随便看看。销售员介绍商品，顾客似听非听，甚至啥也没说就要离开。于是，销售员一般认为，进店的顾客分为两种：一种是来找茬的——你说产品好，他说产品孬；你讲产品卖点，他说与普通产品没什么两样儿；你说自己是名牌，他说那是砸广告多，纯粹抬杠。一种是来砍价的——无论你报多么低的价格，顾客都说太贵了，还能打几折，最低多少钱。总而言之，对付刚进店的顾客，好难。

如何解决这个问题，初出茅庐的销售员很难拿捏。有经验的销售员又觉得这根本不是个问题。为什么？其主要原因，是销售员不会察言观色，不会换位思考，更准确地说，是销售员不会使用销售话术了解顾客需求。

那么，要实现成功销售需要了解顾客哪些需求呢？销售怎样说话才能顺利

把话题引到产品销售上来呢？请看下面的两个例子。

第一类：从使用者入手了解需求的话术

销售员：您买暖水袋是自己用的？还是送给别人的？

顾客：我给我父亲买的。

销售员：您真有孝心，您父亲有这样的儿子太幸福了！我爸 60 大寿，我给他买的也是这款暖水袋，你过来看看…他高兴坏了！

如果顾客回答：送女朋友。

销售员：您看起来这么帅，估计女朋友一定很漂亮，漂亮的女孩子一定要用漂亮的暖水袋，您看这款……

第二类：从产品款型入手了解需求的话术

（销售员：来选手机？

顾客：我看看再说）

销售员：你原来的手机是什么款式？直板、滑盖、翻盖的？

顾客掏出手机：这种算是直板吧？

若销售员也想推同类手机应对话术：你这种款式用的人比较多啊，既然习惯了，还是不要换其他的款式，不然要很久才能适应，你看下我们新上市的这款直板手机……

若销售员想推不同款的手机话术：手机天天用，用久了就没有新鲜感了，更换手感吧，你看这款滑盖的，感觉完全不一样……

这种了解顾客需求的技巧，叫做加垫子。其关键是销售员在每问一句话之后，要附加一句让顾客受用的话题，这个话题俗称“垫子”，就是像沙发垫子一样，让顾客听起来很舒服的语言，使顾客听了就不想站起来离开。而且这个“垫子”还是双面的，可以起到承上启下的作用。呼应顾客，引出产品。不经过专业培训的销售员很难做到这一点。比如，还是上面的这段对白：

销售员问：您买暖水袋是自己用的？还是送给别人的？

顾客：我给我父亲买的。

销售员应对：你过来看看这一款。

顾客心不在焉地瞥了一眼，心想：这一款与刚才我看的也差不多，价格还