

每一单成功的交易，都是一次完美沟通的过程
每一次成功的沟通，都是来自于对细节的把握



如何说 顾客才会听 如何做 顾客才会买



张超◎编著

销售员与顾客的沟通圣经

新颖巧妙的沟通策略、实用有趣的沟通技巧、简单细致的沟通方案，销售人员轻松搞定客户、提升业绩的实用宝典。

 中国纺织出版社



如何说 顾客才会听 如何做 顾客才会买 【升级版】

张超◎编著

销售员与顾客的沟通圣经

新颖巧妙的沟通策略、实用有趣的沟通技巧、简单细致的沟通方案，销售人员轻松搞定客户、提升业绩的实用宝典。



中国纺织出版社

内 容 提 要

销售,是一门沟通的艺术,沟通贯穿于销售的始终,销售人员的沟通技能决定销售的成败,可以这样说,每一个成功的交易都是一次完美的沟通过程,每一个失败的交易必定是在沟通中产生了偏差!本书通过大量真实、生动的销售案例,向读者展示了最为实用的、行之有效的销售技巧与方法,力求让每一位销售人员做到:看即能懂、懂即能用、用即有效。

图书在版编目(CIP)数据

如何说顾客才会听,如何做顾客才会买:升级版 / 张超编著. —北京:中国纺织出版社, 2013. 9

ISBN 978-7-5064-9005-4

I. ①如… II. ①张… III. ①销售学—基本知识
IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第188306号

策划编辑:关 礼 徐铭爽

责任印制:储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码:100124

邮购电话:010—67004461 传真:010—87155801

<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9月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:17.5

字数:193千字 定价:35.80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

销售是一门与人打交道的学问。根据美国销售学家乔·亚伯拉罕统计：所有销售业务中 97% 的销售额都是通过人完成的，其余那些通过传单、信件、报纸、杂志以及电视等，所有这些不经过人而直接销售的方式，只占了总销售额的 3%。

也就是说，几乎所有的销售都要通过人与人的交往来完成，而交往必定离不开沟通。因此可以这么说，销售的实质其实就是一个销售人员与顾客的沟通过程，每一笔成功的交易都是一次完美的沟通过程。每一笔失败的交易必定是在沟通中产生了偏差！

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。因为买卖双方只有认可了对方的“为人”，才更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。

很多销售人员经常会遇到这样的问题：

刚刚说了一句“您好”，为什么却遭遇冷言冷语？

我们热情招呼，顾客为什么沉默不语？

我们引导顾客体验，可他为什么无动于衷？

顾客很喜欢我们的东西，可为什么又拼命杀价？

眼看就要成交，为什么被一句话搞砸？

.....

为什么会有这样的问题，原因就是大多数的销售人员不能掌握沟通学的真谛。其实，人是销售中最关键的因素，商品的最终目的也是服务于人的需求。乔·亚伯拉罕总结说，销售的关键就是信任，信任是客户购买你的产品和服务的唯一理由，也是客户购买你的产品和服务的充分必要条件。而信任来源于哪里呢？信任就产生于每一次的沟通过程之中。所以说，掌握销售沟通学、懂得如何说与如何听，赢得客户信任是销售人员的终极目的。而销售人员在销售过程中，能不能灵活运用一些沟通策略和技巧便成了销售成败的关键所在。

其实，销售中的沟通，不是一成不变的，更没有固定的模式可以遵循。销售中的沟通必须根据不同消费者的不同需求，根据市场变化和客户需求变化，创新不同的销售沟通方法。可以说，销售沟通蕴涵着高度技巧，是一门艺术。

而真正的沟通，并非“花言巧语”“巧舌如簧”之类的吹嘘和欺骗，它是指销售人员以诚实而科学的态度，向顾客介绍或解说产品的一种语言表达能力，从而得到客户的认同。

本书所传授的沟通策略可以帮助你迅速提升销售业绩，成为一名优秀的销售人员：

- 帮助你了解客户的内心，真正做到知己知彼；
- 帮助你接触自己与客户之间的心理防线，拉近彼此之间的距离；
- 教你如何把话说到客户的心坎儿上，让每句话都起到四两拨千斤的妙用；
- 告诉你什么话能说什么话不能说，在最恰当的时候说最恰当的话；
- 帮助你五分钟和客户成为朋友，赢得客户的信任；
- 告诉你如何展示你的产品，让客户在第一时间接受；
- 帮助你解开客户的心结，消除客户的异议；
- 教你如何洞察先机、先发制人，在谈判桌上无往不胜；
- 帮助你看清销售成交点，准确把握每一次成交的机会；
- 告诉你如何处理抱怨和投诉，让“问题客户”变成回头客；
- 教你如何“线上作业”，成为电话销售的专家；

帮助你既能轻轻松松地在销售中赢得一次又一次的赫赫战绩，又能让客户心满意足、载兴而归。

本书是一部讲述“销售沟通学”的通俗读物。在本书的编著过程中，完全以销售人员的实际工作为出发点，引证了相关的沟通学知识，并结合了大量的销售实战案例，让每一个沟通策略都尽量做到“一看就懂、一学就会、一用就灵”，使你能够迅速和轻松地提高销售业绩，让你拥有无往不胜、纵横驰骋的全新销售技能；让你通往独步天下、战无不胜的销售境界，让你的销售生涯取得超乎想象的成功；让你的销售业绩和个人收入在数周、数月内不断地刷新纪录、创造新奇迹。

编著者

2013年4月

目 录

第一章 好口才成就完美业绩

——销售要懂沟通学

一句话把人说笑，一句话也能把人说跳 / 3

成功预约：金口才让你走出成功的第一步 / 6

打开局面：不再受冷遇的语言艺术 / 9

取得突破：销售口才助你更上一层楼 / 12

激发欲望：让不买的人也想买 / 16

说服艺术：促使顾客作出购买决定 / 20

第二章 说话贵在四两拨千斤

——销售要懂得的沟通定律

诚挚真诚：发自心底地去关爱别人 / 25

唤起注意：学会与人套近乎 / 28

换位思考：从客户的立场出发 / 32

直接准确：销售语言要有针对性 / 34

幽默风趣：让客户笑了就好办 / 37

委婉含蓄：绕个圈子说话有时也有效 / 40

第三章 了解客户的内心世界

——沟通从洞察人心开始

察言观色，了解客户的内心世界 / 45

眼睛就是客户赤裸的内心 / 50

看穿顾客的“十一种消费心理” / 52

从肢体语言洞悉“六种客户心理” / 56

把问题说透，把好处说够 / 60

小动作透露客户大心理 / 65

第四章 敲开客户紧闭的心门

——走入客户内心是沟通的关键

嫌货才是买货人，尽量让客户说话 / 69

消除客户的不安心理 / 72

让客户知道你的商品物美价廉 / 75

让客户需要并依赖你 / 78

逆向思维更能吸引客户 / 81

巧用对比抓住客户的心 / 85

第五章 五分钟和客户成为朋友

——开拓客户要懂得的沟通策略

要想钓到鱼，就要像鱼那样思考 / 91

最简单的开场白——准确称呼客户 / 94

初次见面，可以不谈销售 / 97

划着的火柴才能点燃蜡烛，客户只买“热情”的单 / 100

枪打出头鸟，客户想知道除了自己之外还有谁买过 / 102

让老客户与“局外人”为你宣传 / 104

和准客户成为朋友 / 107

不要又臭又长的谈话，有话请直说 / 110

第六章 说赢客户不是赢，争辩不是好办法 **——销售沟通中的语言策略**

不妨多说些赞美性话语 / 115

多说“我们”少说“我” / 117

将对方和你的“一些相同点”加以扩大 / 119

枯燥的话题，束之高阁比和盘托出更高明 / 122

要说服对方，更要避免争辩 / 125

每隔 30 秒，你就要有所变化 / 127

暗示语言，来自心灵的力量 / 129

想说服客户购买你的产品，最好能让客户不停地对你说 YES! / 133

把握巧妙话的分寸和尺度 / 135

第七章 把好处说透，把益处说够

——产品介绍要懂得的沟通艺术

客户喜欢顾问、专家式的销售人员 / 139

最大限度地把产品的优势充分展现出来 / 142

必须承认，产品既有优点也有不足的地方 / 145

良好的产品介绍更需要专业的语言 / 148

介绍产品前吸引客户的注意 / 152

学会让数字为你说话 / 156

第八章 成交就是一个消除异议的过程

——销售要懂得的异议处理技巧

仔细观察并思考，对客户不同反应作出应对 / 163

抓住客户情感的心结 / 167

异议不可怕，关键是找出真实意图 / 169

处理客户异议时的“五大技巧” / 172

直接否认客户的异议要把握好度 / 175

引导客户向你设定的预期方向转化 / 178

第九章 谈判不是打嘴仗，不卑不亢促双赢

——谈判磋商要懂得的沟通法则

谈判桌上“五种话不要说” / 185

要有洞察先机、先发制人的能力 / 188

退一步不是宣告失败，也不是退出竞争 / 190

扬长避短，以产品的核心卖点为销售重点 / 193

声东击西之计，换取对方在真正关心问题上的让步 / 195

打破僵局的人，才能最后胜出 / 199

第十章 给客户一个购买的理由

——促成交易要懂得的沟通技巧

成交前最重要的语言艺术——积极的字眼 / 203

切中客户的要害进行说服 / 205

把握成交的时机 / 208

促成交易的口才技巧 / 211

促使客户作出最后的购买决定 / 214

达成成交协议后，有效地巩固销售成果 / 217

必要时对客户欲擒故纵 / 220

第十一章 抱怨是最好的礼物，意见是进步的动力

——售后服务要懂得的沟通艺术

抱怨是最好的礼物，意见是进步的动力 / 225

处理客户抱怨的“七个要点” / 227

处理客户抱怨时的“四种基本语言技巧” / 230

不要用那些让客户火冒三丈的语言 / 233

争执和批评只能使问题更加恶化 / 236

最简单的获得认可的语言——谢谢 / 239

第十二章 万金千里一线牵

——电话销售要懂得的沟通法则

电话不简单，一线万金全凭沟通艺术 / 245

掌握电话销售的基本流程 / 248

电话销售要掌握娴熟的语言技巧 / 251

要不想被人挡驾，学会巧妙地越过接线人 / 255

电话接通后的 20 秒决定你的成绩 / 259

销售从被拒绝开始，陌生电话怎么打 / 262

注意掌握好电话销售沟通中的时间管理 / 266

参考文献 / 268

第一章

好口才成就完美业绩 ——销售要懂沟通学

在这个包罗万象的社会，作为销售人员，其最基本的日常工作就是要经常性地面对形形色色的顾客，并时刻准备着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的。



▶▶▶ 一句话把人说笑，一句话也能把人说跳

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，彼此的心灵才能产生共鸣，并为双方的交易关系搭起一座桥梁。

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口才，那么将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。

一个经验不足的验钞机销售员，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，来了个销售验钞机的，要不要？”

“不要，这种小商贩的东西不可靠！”

出纳离开后，销售员又走进了主管的办公室，大概知道是主管不同意

购买，于是就踌躇着走到桌边，一时间竟忘了称呼，唯唯诺诺地说道：

“要不要验钞机，买一个吧。”他几乎是在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，那位销售员自感无趣，碰了一鼻子灰，最后只好悄悄地退了出去。

看起来，这个销售员是让人同情的，但我们应该知道的是，市场不相信眼泪，更不会去同情弱者。因为这个销售员的销售口才基本上没有任何技巧可言，平淡的话语很难让人对他的验钞机产生兴趣，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，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。

日本著名销售之神原一平，在打开销售局面，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，到底有什么问题呢？”

“实不相瞒，其实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！”

突然地销售，就像开始提及的那个销售人员，就未免显得有点儿唐

突，而且很容易招致对方的反感，从而导致顾客的拒绝。如果先拐弯抹角地恭维客户一番，再根据自己的销售需要，提出相关的问题，就能够比较容易地获得对方的好感，那么，随后的销售过程就会顺利得多。

从以上正反两个销售实例我们不难发现：销售口才的好坏和得当与否，在很大程度上左右着销售工作的成败。

在当今社会，一个人要想在与别人的交往中取得有利的地位，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，如此一来也就根本谈不上销售的成功了。可以说，作为销售人员，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，因为，成功销售离不开好口才：

- ◎ 好口才可以吸引客户的注意力；
- ◎ 好口才可以自如地与客户进行交谈；
- ◎ 好口才可以激发客户的兴趣，刺激对方的购买欲望；
- ◎ 好口才可以消除客户的疑虑，赢得对方的信任；
- ◎ 好口才可以将相关信息有效地传递给客户；
- ◎ 好口才可以缓解销售中的气氛；
- ◎ 好口才可以让你摆脱销售中的沟通困境；
- ◎ 好口才可以让你掌握洽谈的主动权；
- ◎ 好口才可以变被动为主动，扭转局面；
- ◎ 好口才可以帮你有效实施销售策略，完成交易；
- ◎ 好口才也有助于赢得更多的客户。

归根结底，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，是销售人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，彼此的心灵才能产生共鸣，并为双方的交易关系搭起一座桥梁。

▶▶▶ 成功预约：金口才让你走出成功的第一步

前往陌生客户处进行拜访，并不是一种理想的销售方式。而且，这种方式的成功率也不高。而一旦能让客户接受了你的销售“预约”，那么你就已经完成了销售的关键性工作，尤其是对于一些难以求见的客户，一旦和他们完成了预约，他们就将会是你最好的客户。

无数销售人员的成功经验证明，预约客户的方法可以使销售工作变得更加容易。一旦你清楚地认识到预约客户的奥妙时，就不会再毫无目的地盲目奔走了，而是只需努力地做好预约工作，就可以实现目标了。

对客户进行预约的好处在于：

第一，能够节约双方的时间。预约不但节省了销售人员自己的时间，还节省了客户的时间。

第二，预约可以让客户产生这种想法：销售员知道他们很忙，所以才特意预约他们。他们会认为这是销售员在为他们着想，而且也是一种对他们的尊重。所以，在具体的接触过程中，这类客户自然就会珍惜和销售员在一起的时间，并且会更认真地听销售员的销售讲解。