



贾扶栋 任芳进◎著

销售金口才

说出好业绩



销售实战派培训师 技巧精华
超级销售口才经典 实训手册



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS



贾扶栋 任芳进◎著

说出好业绩

销售金口才



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

内容提要

本书结合作者多年销售经验,以情景案例的方式,从正反两方面再现了优秀的销售员应该如何跟客户展开沟通,并总结出实用的销售沟通技巧,方便读者活学活用,迅速提升自己的销售口才,提升销售业绩。适合相关专业师生、企业员工尤其是销售行业人员学习和使用。

图书在版编目(CIP)数据

销售金口才:说出好业绩/贾扶栋,任芳进著. —北京:
中国电力出版社, 2013.6
ISBN 978-7-5123-4491-4

I. ①销… II. ①贾… ②任… III. ①销售-口才学 IV. ①F713.3 ②H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 110107 号

中国电力出版社出版、发行

北京市东城区北京站西街 19 号 100005 <http://www.cepp.sgcc.com.cn>

责任编辑:刘红强

责任校对:闫秀英 责任印制:邹树群

汇鑫印务有限公司印刷·各地新华书店经售

2013 年 7 月第 1 版·2013 年 7 月北京第 1 次印刷

700mm×1000mm 16 开本·14 印张·200 千字·4 彩页

定价:36.80 元

敬告读者

本书封底贴有防伪标签,刮开涂层可查询真伪

本书如有印装质量问题,我社发行部负责退换

版 权 专 有 翻 印 必 究



贾扶栋与汇源集团董事长朱新礼在一起合影



贾扶栋与全国工商联副主席保育钧亲切合影



贾扶栋与力帆集团董事长尹明善合影留念



贾扶栋与远东控股集团董事长蒋锡培合影留念



2009年8月贾扶栋导师在“清华大学EMBA总裁研修班”上的激情演讲



贾扶栋与亚洲顶尖演说家陈安之同台演讲合影留念



贾扶栋与亚洲超级演说家林伟贤同台演讲后合影留念



贾扶栋与伊利集团营销副总经理路长全合影



贾扶栋与国家统计局总经济师姚景源在一起合影





10年来贾扶栋老师做过 2000 场以上的演讲，成功举办“清华大学 EMBA 总裁研修班”“闪电富翁博士班”“总裁公众行销班”“卓越团队潜能特训营”等系列课程超过 300 期，他亲自咨询辅导过的企业已超过 1200 多家



2008 年 7 月在中国·太原“闪电富翁大型演讲会”现场，贾扶栋老师与 1000 多名学员分享闪电富翁创富秘诀



贾扶栋的授课与咨询注重“实战、实效、实操”，拒绝空洞、说教和浮华，接受他培训的学员已超过 6 万人，97% 的企业绩效递增，其中 75% 的企业绩效递增 30%-200%



第316期《绝对赢销》合影留念



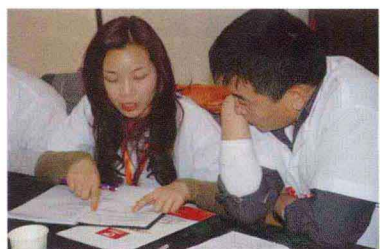
诚铭源教育集团

全国统一客服热线：400-1144-888

绝对赢销

营客户·赢市场·盈利润





前言

这是一个情感营销的时代，越来越多的人认识到，如果不具备好的口才，是很难赢得订单的。面对客户，难道你不希望通过交流将客户心中最真实的需求提炼出来吗？面对商品，怎样用富有创意的语言，才能将它们描述成客户心中的“必需品”？面对客户的价格疑义，你怎样介绍，才能让客户看到价格背后的价值？

好口才就像润滑剂，将每一个可能产生分歧和摩擦的环节都巧妙地带过，最终顺利达成交易。

由此看来，好口才真的是销售道路上不可或缺的重要环节，我更是将其视为打开销售之门的钥匙，同时也帮我开启了成功之门。

我来自农村，家里4个孩子中，我是老大，父亲常年在外打工，母亲在家种地，他们微薄的收入只够勉强维持家里的生计。自幼家境贫寒的我，在周围亲戚、邻居的帮助下好不容易读完了中专。毕业那年，我觉得只有销售才能让我翻身，只有销售才能让我出人头地，只有销售才可能让我成为成功的企业家，于是毅然决然地加入销售大军。刚步入销售界的几年里，因为口才不好，做不出业绩，被别人看不起、被同事耻笑、被客户侮辱、被老板炒鱿鱼一直伴随着我。在人生最低谷的时候，我曾经问过自己：为什么付出了比别人多好几倍的努力，却没有一个好结果，业绩上不去，收入上不去，月月被债主逼得无处可逃，为什么要活着？好几次甚至产生了轻生的念头。

直到有一天，我遇到了生命中的贵人，他就是我的师傅，也是我当时所在公司的销售冠军。在我下定决心要离开销售行业的时候，老板说：“既然要离开公司了，我看你态度还是不错的，就安排你和咱们公司的销售冠军聊一聊，或许可以受到启发，找到你的突破点到底在哪里！”

那次聊天彻底改变了我的一生，我发现销售冠军和销售菜鸟之间最大的差别就是他们与客户的沟通能力——我将这称为销售口才。

从那一天开始，我开始有针对性地提升自己的销售口才。随着我的销售

口才不断提升，效果非常显著，短短几年时间，我注册了自己的公司，现在在全国有 20 多家分公司，每年营业额上亿元，我和我的爱人任芳进女士带领 1000 多位销售家人，在不断地打破一个又一个的销售纪录。写这本书的时候，我坐在马来西亚的私人别墅里，对着大海感慨万千。没有好口才，就做不好销售。没有口才，就没有未来。

生命在于奉献，幸福在于分享。我决定将我的经验与同业者分享，帮助像我一样有梦的人走向成功。于是，我举办了《绝对赢销》的销售课程，结果深受学员欢迎，场场爆满！上课的学员每次都要提前半年预约。为了能够让更多的人受益，今天我就将这么多年我个人如何提升销售口才的心得写下来，与所有人共享，希望有更多的奇迹出现！

为了使广大同仁能够更好地分享我的一些体会，我刻意在以下几个方面下了些功夫，尽量使本书具有以下几个特点：

一是精彩的案例，让您在实践中体会好口才

书中的每一小节都准备了经典案例，希望大家从中体会销售口才在日常工作中的运用，这些直观的场景可能在实际工作中就遇到过。如何通过学习好口才来达到销售的目的，案例中也给了非常精彩的解决方案。

二是系统的分析，指出前行的路

文中不仅对案例有所分析，还为读者详细列出很多训练好口才的具体方法，思路清晰，让读者在阅读的过程中能够更快地掌握。在分析中，也穿插了很多例子，便于读者记忆。此外，注重方法的实际操作和运用，通过具体的场景模拟，便于读者迅速运用到实践中。

三是将案例中的要点提炼出来

这是本书一大亮点，用条例式的文字，将要表达的方法，用简短的语言进行了总结。

在我的销售口才课上，我经常用这句话鼓励学员：“是人才不一定有口才，有口才一定是人才。口才就是生产力，口才就是财富。拥有好口才，成功随我来！”希望每一位读者都能从本书中找到开启成功大门的钥匙，成为销售行业中的佼佼者。

目录

前 言

第一章 销售金口才，说出好业绩 1

摸清客户需求，让客户送单上门	2
利用客户的好奇心，打开做单局面	6
巧妙传达产品优势，销售稳拿大单	10
“看人下菜单”，激起客户购买欲望	14
趁热打铁，说服客户做出下单决定	18
练就金口才，销售之路步步为“赢”	21

第二章 打动客户：把客户“说”进门 25

语露真诚，第一时间赢得信任	26
客套话是一种情感投资	30
用好语调、语气，营造良好沟通氛围	33
控制节奏，与客户保持一致	37
主动提问，掌握主动权	41
及时赞美，让客户乐意带上你的“高帽”	45
适时建议，做客户的专业顾问	49

第三章 推介产品：把品质“说”进客户心里 53

客户想听什么话？	54
----------	----

介绍产品卖点要找准切入点	57
想打动客户，先要打动自己	61
不隐瞒和回避产品的缺点	65
以“权威”口吻介绍产品	69
从专家立场评价竞争对手的产品	73
第四章 处理异议：把疑问“说”回去	77
言简意赅，锁定异议背后的需求信息	78
站在客户的立场回应异议	82
从客户的核心需求突破异议	86
找准时机排除异议	90
处理异议也要坚守原则	94
对答如流的五种技巧	98
第五章 促成交易：把订单“说”下来	103
从问答中捕捉成交信号	104
虚实结合，诱发好奇心	107
重点强调优势，让客户欲罢不能	111
摆明利弊，让客户自己作选择	115
“请将”不如“激将”，适当时候“将一军”	118
折扣和促销要用到刀刃上	121
提问是门技术活儿	125
爽快交友，“勉强”成交	128
第六章 催收货款：把钱“说”回来	131
把丑话说在前头，制造紧迫感	132
主动把对方不回款的理由说出来	136
用数字说话，帮客户算算账	139

引导客户说出“难言之隐”	142
将计就计，委婉避开拖延回款的托辞	145
适时透露优惠信息，吸引客户付款	148
借助法律法规适当施压	151
巧用结束语，确保客户主动付款	154

第七章 售后服务：“说”出下一个订单 157

多说白话，把问题解释得通俗易懂	158
多用积极语言，化解客户的抱怨	161
多用问候和祝福对客户进行跟踪服务	165
多用常识，获取客户认可	169
多些耐心，先平复客户的坏情绪	173
多试探提问，弄清客户喜恶的原因	177
多用感恩，留住老客户	181

第八章 口才禁地：错失订单的十宗罪 185

木讷——客户的实际需求要主动挖掘	186
轻浮——没人愿和不靠谱的人合作	189
死板——客户不喜欢机械式服务	192
强硬——你凭什么要求客户下单	196
欺骗——诚信是销售人员从业的资格证	200
逞强——说赢客户，丢了生意	203
多嘴——客户没时间听“闲话”	206
心急——欲速则不达	209
草率——客户看不到你的诚意	212
喜形于色——客户把你的情绪尽收眼底	216

第一章

销售金口才，说出好业绩

摸清客户需求，让客户送单上门

✕ 不要说错

小李敲开了办公室的门，捧着文件夹走到了马总面前，因为早已预约，马总让小李直接谈谈产品。

小李将准备好的说辞说得滔滔不绝，对于产品的优点，他更是一再强调。马总听到这些并没有非常开心，随即开始询问：“这种产品好像目前在我们公司还没有多少用途。”小李一听急了：“马总，这款产品很多客户都买过，而且大家的反应都非常好，现在有优惠价，要不您买一套试试。”马总说道：“就算是优惠价，对我们来说还是贵了一些，更何况其中很多功能我们公司都用不上。”小李脱口而出：“马总，您公司规模小，工作人员也没有几个，如果用了我们的软件，肯定能大大提高工作效率。”

马总一听很生气，立刻打电话叫秘书将小李请了出去，此时的小李，还丈二和尚摸不着头脑呢……

◆ 失败的原因

1. 说服对方购买的产品并不是让他听话，如果只是想单纯通过“说服”而让其产生购买欲的话，是行不通的，而且客户会产生反感。
2. 销售产品不能总是你在说，特别在面对大客户的时候。
3. 对方购买产品的目的是为了弥补某些方面的缺憾，但是你不能将客户的缺点放在台面上说，这样只会起到相反效果。

👍 这样说对

销售员：您好，张女士，今天是您的生日，在此祝您生日快乐！

客户：谢谢！这段时间工作比较忙，我自己都快忘了。

销售员：那您今天得给自己放个假，一定要注意身体，渐渐进入冬季了，现在是皮肤补水保湿的最佳季节。（将话题引入到对方关注的事物上）

客户：就是因为最近太忙了，都忽视了皮肤护理，再加上天气变冷，脸上每天有很多皮屑，脸色也挺晦暗的。（让客户说出她的问题）

销售员：听您的情况，看来需要进行一些面部修护，我们美容院最近新增了一套秋冬季节特护套餐，非常适合您。（将产品的优势抛出来）

客户：那我这两天抽时间过去看看。（客户已经开始有购买倾向了）

销售员：女人更应该爱护自己的，您本身的皮肤底子很好，如果及时保养的话，效果会非常棒。我们美容院对生日期间来做保养的顾客都有一些礼物赠送，请问您今天可以过来吗？

客户：我很想过去，但是今天太忙了，实在脱不开身。

销售员：您是我们的老客户了，那我们把礼物先给您保留起来，礼品中的产品也是根据您的皮肤状况量身定制的，您近期什么时候有时间过来呢？（利用“礼品”吸引客户，进而与对方敲定见面时间）

客户：那就后天晚上吧，后天晚上我有时间过去。

销售员：好的，我马上帮您预约美容师，那后天晚上见。

客户：好的，再见。

◆ 成功的原因

1. 从对方感兴趣的地方入手，找到说话的突破口，一开始就要营造良好的谈话氛围。

2. 让客户说出自己的问题和顾虑，这样一来，你才能根据对方的需求推荐合适的产品。

3. 客户都有“占便宜”的心理，在对方已经产生购买需求的时候，抛出“优惠”、“礼物”等，更能巩固对方的购买心理。

4. 给客户一些选择的空间，巧妙地与客户约定时间。