

做销售 就要会沟通

大订单销售
训练手册

张晓玲◎著

讲对买点，客户才爱听；
说中痛点，客户才会买！



销售全凭一张嘴，好口才才能带来好业绩。
不会说话，就做不好销售，别让销售毁在不会说话上！

能说会说巧说，
每句话都能打动客户。
察言观色攻心，
每句话都能说到客户心坎上。



民主与建设出版社

做销售 就要会沟通

张晓玲◎著



民主与建设出版社

· 北京 ·

© 民主与建设出版社, 2019

图书在版编目(CIP) 数据

做销售就要会沟通 / 张晓玲著. —北京: 民主与建设出版社, 2019. 1

ISBN 978-7-5139-2408-5

I. ①做… II. ①张… III. ①销售—语言艺术 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 037850 号

做销售就要会沟通

ZUO XIAOSHOU JIUYAO HUI GOUTONG

出 版 人	李声笑
著 者	张晓玲
责任编辑	周佩芳
封面设计	尚世视觉
出版发行	民主与建设出版社有限责任公司
电 话	(010) 59417747 59419778
社 址	北京市海淀区西三环中路10号望海楼E座7层
邮 编	100142
印 刷	三河市长城印刷有限公司
版 次	2019 年6月第1版
印 次	2019 年6月第1次印刷
开 本	710 毫米×1000 毫米 1/16
印 张	15.5
字 数	230千字
书 号	ISBN 978-7-5139-2408-5
定 价	48.00元

注: 如有印、装质量问题, 请与出版社联系。

导言 能言善道——金牌销售的起点

为了研究销售过程中语言沟通的重要作用，IBM 公司曾经委托雷克汉姆研究 IBM 公司的产品在中国的销售情况。雷克汉姆是销售研究领域的老前辈，也是世界大名鼎鼎的销售大师，可想而知，他的研究结果是具有一定的权威性，也具有较强的说服力。经过长达半年多的考察，雷克汉姆最终得出结论，即从平均的角度来看，每一笔订单的实现，都需要销售员和客户之间进行将近 39 个小时的沟通。而在这么久的沟通之中，销售员和客户的正式沟通只占有大概十分之一的时间，也就是 3.9 个小时。此外，还有大概 10% 的时间，销售员用来向客户介绍产品的相关资料，如产品的性能、功效及应用情况等。除此之外，销售员与客户是在闲聊中度过的。比如，说一些关于兴趣爱好、工作、生活的情况，甚至说一些捕风捉影的事情，或者聊一聊娱乐新闻和八卦等。这意味着什么呢？这些经过雷克汉姆千辛万苦才得到的数据，告诉我们一个不容争辩的事实，那就是做销售就要会沟通，如果不懂沟通，就不能做好销售工作。

很多人误以为所有销售经营人才，都是能说会道、口吐莲花的，也要不顾面子与任何人都套近乎、攀关系。然而，说起话来滔滔不绝就能成为优秀的销售员吗？优秀的销售员还要具备很多方面的能力，更要深谙客户心理学，也懂得语言表达的技巧，如此才能打动客户的心。



很多人都会觉得聊天很简单，甚至以为“不就是随便说说话吗，谁不会呢。”

其实聊天和聊天是不一样的。有的销售员和客户聊天，聊着聊着谈崩了；有的销售员和客户聊天，聊着聊着让客户觉得销售员说的话合情合理，因而心花怒放，生意就成了。为何同为销售，对于聊天的理解和运用能力却迥异呢？因为销售员对聊天的理解不一样，每个人的语言表达能力也不一样。

当然，销售绝不是随随便便聊家常就能成功的。销售员在成为一个会聊天的人之前，首先要成为了解产品、熟悉产品，也能以语言和专业的演示展现产品的人。归根结底，销售要想成功，必须建立在优质产品的基础之上，而销售员要想促进交易达成，必须给予客户良好的消费体验。

在客户面前，销售员既要承担起专业人士的角色，给予客户切实有效的指导和建议，也不能自以为是业内人士，就对客户提出的很多外行问题表示质疑。尤其是当客户提起销售中的棘手问题——价格时，销售员更要站在客户的角度，为客户着想，理解客户总想花最少的钱买最好的产品，而不要因为客户纠结于价格，就对客户各种鄙夷。销售员唯有尊重客户，才能得到客户的尊重；唯有真心地为客户考虑和解决问题，才能得到客户的托付。

总之，聊天的学问很大，销售员只有在销售工作中不断地积累经验，多多反思自己，才能不断进步，在销售的道路上越走越远！

目 录

第一章 舌尖功夫：销售一张嘴，功夫不可少

1. 销售人员口才的基本作用 / 2
2. 说话出彩就是你的最大资本 / 6
3. 妙语搭建起与顾客的内心之桥 / 9
4. 以热情的表达燃爆客户，才有一流的业绩 / 12
5. 销售人员必须遵循的沟通原则 / 15
6. 沟通五忌：争辩、质问、命令、炫耀、直白 / 19

第二章 学会赞美：好话一讲，黄金万两

1. 真诚的赞美语言最能打动人 / 24
2. 赞赏既不能吝啬，也不能滥施 / 27
3. 要使你的赞美不流于庸俗 / 30
4. 赞美要有新意，挠痒也要恰到好处 / 33
5. 附和对方也是一种赞美 / 36
6. 销售过程中，你须知的赞美原则 / 39

第三章 善于倾听：会做不如会说，会说不如会听

1. 倾听就是一种尊重 / 44
2. 倾听顾客的需求和心声 / 47
3. 领会顾客的每一句话 / 50



4. 认真聆听顾客的抱怨 / 54
5. 保持你的专心致志 / 57
6. 销售圣经：成为合格倾听者的技巧 / 60

第四章 说话专业：先做行家，再做卖家

1. 销售员必须说专业的话 / 64
2. 销售人员应该是个产品行家 / 68
3. 专业的话一定要说得清楚 / 71
4. 让数字说话更显得专业 / 74
5. 帮顾客做选择也要表现出专业 / 77
6. “演”“说”结合，销售员更显专业 / 81

第五章 拓客口才：做销售从做朋友开始

1. 先交朋友再谈生意，让顾客成为自己人 / 86
2. 要想钓到鱼，就要像鱼那样思考 / 89
3. 准顾客具备的条件及寻找方法 / 92
4. 开拓顾客的主要途径及方法 / 95
5. 选对池塘钓大鱼：如何做顾客筛选 / 98
6. 销售即生活，随时随地寻找准顾客 / 101

第六章 产品介绍：让销售口才为产品加分

1. 让自己成为顾客心中的权威顾问 / 106
2. 介绍产品要掌握报价的技巧 / 109
3. 展示产品优势，让产品提升客户的生活品质 / 114
4. 讲好产品故事，将品牌发扬光大 / 118
5. 不掩饰产品缺陷，但需要解释清楚 / 121

6. 消除顾客疑虑，时时处处为客户着想 / 124

第七章 谈判口才：销售谈判更需要好口才

1. 销售谈判前一定要确定好目标 / 128
2. 销售谈判的基本原则——双赢 / 131
3. 良好的沟通氛围可助你一臂之力 / 134
4. 委婉含蓄，商业谈判中的金科玉律 / 137
5. 抓住对方的软肋，掌握谈判主动权 / 140
6. 合作细节，在谈判时一定要双方确认 / 143

第八章 交易口才：成交往往决定于一两句话

1. 把握成交信号，找到合适瞬间 / 148
2. 面对犹豫顾客，语言促成交易 / 152
3. 巧妙运用交易让步的技巧 / 156
4. 如何让对方来适应你的价格 / 161
5. 欲擒故纵，让客户主动成交 / 164

第九章 售后服务：让好口才为售后服务扫清障碍

1. 真正对顾客负责，才能赢得信任 / 168
2. 有承诺，跟进才有效果 / 171
3. 有的放矢，区别对待客户 / 174
4. 跟进老顾客，创造再销售机会 / 177
5. 有事没事联系一下，送去你的关心 / 180
6. 把客户的异议转化为销售的卖点 / 182



第十章 回收货款：把话说出去，把钱收回来

1. 提高催收货款口才技巧的心理准备工作 / 186
2. 沟通到位，才能让拖欠款再无踪影 / 189
3. 销售人员催收货款的基本策略 / 193
4. 销售人员催收货款的有效方法 / 195
5. 催收货款需要动之以情，晓之以理 / 198
6. 如何应对违约付款顾客的各种说辞 / 201

第十一章 电话销售：销售好声音，提升语言感染力

1. 心态阳光，电话才能传递阳光 / 206
2. 寻找客户感兴趣的话题，在电话上畅聊 / 210
3. 打造魅力声音，紧紧吸引客户 / 214
4. 拉近距离，才能保持通话 / 217
5. 学会对客户提问，激发客户谈兴 / 219
6. 将错就错，投石问路把握客户 / 221

第十二章 口才精进：多用心才能练就销售好口才

1. 幽默，让销售水到渠成 / 224
2. 练习语速，注意语气，控制语调 / 227
3. 心态平和，不被情绪所左右 / 229
4. 借助肢体语言传情达意 / 231
5. 培养一流的销售语言礼仪 / 234
6. 良好的形象有助于语言的发挥 / 236

后 记 / 238

参考资料 / 240

》》》 第一章

舌尖功夫：销售一张嘴，功夫不可少

作为销售人员，面对一个个陌生的客户，难免心生胆怯。尤其是销售新手，一旦遭到客户的提问、质疑，就会马上把想好的话都忘到爪哇国去，而只剩下结结巴巴、语无伦次。众所周知，销售就是与人打交道，人际沟通少不了语言交流，所以说销售也是嘴上功夫，必须把话说得恰到好处，才能让交易顺利达成。



1. 销售人员口才的基本作用

众所周知，销售就是要每天面对不同的客户，与不同的客户交流，进行语言沟通。正因为如此，有些人对于销售产生误解，觉得销售就是要会说话。其实，说话人人都会，只要不是有语言障碍的人，都能说出话来。然而，从本质上来说，销售可绝不仅仅是说话那么简单，真正优秀的销售员不但会说话，而且会聊天。

曾经有人专门对销售工作展开调查，发现大多数销售员在推销过程中，都要与客户进行长达几十个小时的沟通。而在这几十个小时的沟通中，正式针对产品或者服务进行交流，只占用大概 10% 的时间，那么剩下的 90% 的时间呢，销售员都在干什么？

在剩下的时间里，销售员都在与客户说些无关紧要的话。例如，卖电脑的销售员，也许在和客户沟通如何把家里装修得漂漂亮亮的；卖装修材料的销售员，也许在和客户沟通怎样重装电脑系统；卖保险的销售员，也许在和客户沟通婆媳之间的相处难题；推销培训课程的销售员，则在向客户取经，请教客户如何让孩子变得优秀……总而言之，很少有销售员自始至终都在一本正经地与客户说专业领域内的事情，大多数销售员除了花很少的时间说专业的事情，都在和客户闲聊天，甚至和客户攀谈的话题与销售的正题风马牛

不相及。当销售员把销售的重心如此偏移，似乎销售的成功也变得遥不可及。然而，细心的朋友们会发现，这些总能与客户聊得非常开心的销售员，销售业绩都很不错，有些还是公司里的销售冠军呢！这充分证明，真正优秀的销售员一定会聊天，而且能够令客户心花怒放，心甘情愿地掏腰包购买。

不得不说，这样的会聊天达到了销售的至高境界，就像很多武侠小说里所说的，武林高手把绝招化为无形，看起来动作缓慢、笨拙，实际上却能一招制敌，这就是高手过招的特点：兵不血刃。同样的道理，在销售员与客户之间进行心理博弈的过程中，高明的销售员也会征服客户于无形，这样才能保证销售工作顺利进行下去。

立普顿先生起初是个地地道道的农民，但是，他很想发家致富，为此开始做一些小生意。后来，他意识到民以食为天，关于食品的生意是个不会赔本的买卖，因而开了一家食品批发店。眼看着圣诞节就要到了，立普顿先生想把自己囤积的大量奶酪全部出售。

正当为了促销而绞尽脑汁时，他突然想起在欧美国家，人们喜欢在苹果中藏入六便士的硬币，而吃到的人在未来一年里都会好运相随。这与中国传统习俗中，每到春节吃饺子，会把钱币包在饺子里的做法类似，都是为了讨个好彩头。立普顿灵机一动，决定按照比例在奶酪里藏入金币，并且告诉每一个前来购买奶酪的客户：“祝您有好运气，从奶酪里吃到金币。”客户们口耳相传，这个消息很快就被散播出去，前来购买奶酪的人越来越多。

看到立普顿生意火爆，很多同行不乐意了，当即联名向相关部门举报，指责立普顿在引诱消费者赌博。接到举报后，相关部门马上对立普顿的食品批发店展开整顿，并且禁止立普顿以涉嫌赌博的行为诱使客户购买。立



普顿马上主动反思错误，虚心改进，转为对客户说：“感谢各位光临，请你们在奶酪里吃到金币之后，将金币归还回来。谢谢合作，万分感谢！”

显而易见，立普顿的行为是典型的此地无银三百两，原本有些人还很怀疑奶酪里是否真的有金币，此时都深信不疑。为此，人们络绎不绝地赶来购买奶酪，都抱着侥幸心理：万一真的吃到金币呢？当然，他们是不会归还的。

看到立普顿的生意还是这么火爆，同行们再次联名举报，让相关部门彻底禁止立普顿的促销行为。无奈之下，立普顿只好告诉每一个前来购买奶酪的客户：“政府部门责令我停止促销活动，所以在食用奶酪时请一定小心，不要被奶酪里的金币卡到。等到这一批带有金币的奶酪售卖完，我的奶酪就再也没有金币了，可以放心食用。”听到政府部门都开始介入这次金币促销活动，客户们居然开始抢购奶酪，就这样，立普顿积压的奶酪很快被抢购一空。

立普顿好不容易才想出好主意来促销，却被同行们前来破坏。但是立普顿深谙语言表达的艺术，从表面来看是在按照相关部门的要求整改，实际上却以巧妙的表达更加刺激了客户的购买热情，最终在相关部门的责令下，还成功激发了客户的恐慌性购买，也让自己囤积的奶酪被抢购一空。

不得不说，立普顿的应变能力很强，尤其是语言表达能力，更是让人无比佩服。同样的意思表达，在他口中接连说了三次，居然取得了一次比一次更好的效果。立普顿的成功销售，完全得益于他超强的语言表达能力。

销售人员必须有口才，因为在销售过程中，口才既能起到基本的表达和沟通作用，也能在特定的销售情境中画龙点睛，推动销售的进行。很多销售人员之所

以陷入销售的困境，并非因为他们的专业能力和服务意识不够强，而是因为他们的语言表达能力欠缺，导致与客户沟通不顺畅、不到位。唯有重视语言的沟通作用，销售工作才能顺利进行。



2. 说话出彩就是你的最大资本

记得在某个电视台的一档节目中，如果嘉宾觉得参赛的选手表演可以过关，就选择“出彩”，这样选手就可以进入下一轮的比赛。记得宋丹丹、李连杰等影星，都担任过嘉宾，而且对于选手的选拔，他们都用心地去评判。也许对于嘉宾而言只是一次“出彩”或者“不出彩”的选择，但是对于选手而言，却关系到他们的前途和命运。

人人都想出彩，都希望得到他人的认可和赏识。其实不仅比赛过程中有是否出彩的差别，在语言表达的过程中，也有出彩。尤其是对于销售员而言，说话出彩是他们最大的资本，否则如果说出去的话不能成功地打动他人，这些话就是毫无意义的，也无法起到预期的效果。因而要想成为一名优秀的销售员，必须先提升自己的语言表达能力，使说的每句话都能打动客户，这样销售工作才能顺利推进。

每一位销售员，最大的心愿就是将自己的产品成功推销出去，这也是销售的终极目标。然而，人与人之间的相处过程总是循序渐进的，如果在交往之初，销售员不能把话说到客户的心坎里，不能得到客户的认可，那么接下来的销售工作进展就会很艰难。日本的“销售之神”原一平在分享自己的销售经验时，直言不讳地说：“要想说话出彩，打动客户的心，就要学会说题外话。不要小看题外话，

对于成交它往往起到至关重要的作用，题外话说得好，成交事半功倍。如果说错了题外话，就会导致交易落空。”听到原一平的销售经验，相信很多销售员都会感到困惑：对于客户而言，最在乎的不应该是销售员的专业素养、服务水平吗？为何客户反而对题外话这么感兴趣呢？

题外话尽管看起来和销售无关，实际上恰到好处的题外话，能够让销售员说话出彩，既展现自己的魅力，也成功打动客户的心。有了题外话的铺垫，客户也能放松警惕，开始欣赏销售员的幽默风趣。正如人们常说的，语言是思想的外衣，其实不仅销售员想通过语言来了解客户，客户也想通过销售员的精彩言论，更深入地了解销售员。由此可见，题外话是可以让销售员出彩的。

作为一家高档皮包店的销售员，小司入职三个月了，始终没有卖出去任何包包。为此，她感到心灰意冷，也不想继续努力了。

有一天，一个时尚的年轻女孩走到店里，在一个新款包前徘徊。看到了客户，小司赶紧激动地走过去，热情地询问：“您好，请问您有什么需要？这款包是店里的最新款，价格特别高，才刚到货就已经卖出去好几个了。”听到小司的话，原本对包包很有兴趣的女孩，马上转身朝着门口走去。这时，正在一旁的店经理赶紧走过来，对女孩说：“您好，女士，这款包包不符合您的气质。我们店里有一款限量版的包包，刚刚到货，还没来得及摆出来呢，您有兴趣看一看吗？很符合您的气质，非常稀有。”听到店经理的话，女孩才不太情愿地折返回来。店经理把限量款包包拿出来，没有给女孩介绍包包，而是很感兴趣地问女孩：“女士，您的头发是在哪里做的？特别漂亮，就像那些大明星的专业发型师打理的一样，随意而又精致，略显凌乱，却别具一格，一看就是出自大师之手……”店经理的话还没说完，女孩就笑起来，说：“你的确很有眼光，这是我的御用发型设



计师为我量身打造的。”接下来，女孩主动了解包包，而且在确定自己很喜欢包包之后，随即掏腰包购买了包包。

小司不知道，因为她说话不出彩，才导致差点损失了这个客户。幸好店经理眼明嘴快，才及时挽回了客户，又给客户推荐了她中意的包包，让交易顺利达成。

小司说话没有第一时间打动客户的心，是因为她说展台上的包已经卖出去好几个了。殊不知，女孩年轻貌美，气质不俗，而且很时尚，根本不愿意和别人撞包。为此，当店经理说起店里有还没来得及摆出来的限量包包之后，女孩才心有所动，又因为接受了店经理真诚的赞美，女孩掏出钱包自然十分乐意。

说话出彩，对于销售员而言是最大的资本。正如人们常说的，同样的内容，有的人说出来让人心服口服，有的人说出来却让人心里不痛快，因而心生反感。对于销售员而言，也许可以慢慢地学习专业知识，提升服务水平，但是一定要把学会语言表达、提升语言表达能力放在首位，唯有如此，才能一张口就吸引客户，打动客户的心。