

# 销售就要 会沟通

袁邵俊◎著



销售说到底，其实就是一种沟通的艺术！

**销售，就是要会提问，  
销售更要会倾听！**

电话销售、产品介绍、销售跟进、销售谈判、促进成交、售后服务……  
每一个销售动作都离不开沟通，甚至可以说沟通到位了，销售就成了！

 中华工商联合出版社

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

销售就要会沟通 / 袁邵俊著

— 北京: 中华工商联合出版社, 2021.12

ISBN 978-7-5158-3258-6

I. ①销… II. ①袁… III. ①销售学 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2021) 第 252524 号

## 销售就要会沟通

---

作 者: 袁邵俊

出 品 人: 李 梁

图书策划: 陈龙海

责任编辑: 胡小英

装帧设计: 王玉美

责任审读: 李 征

责任印制: 迈致红

出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷: 北京毅峰迅捷印刷有限公司

版 次: 2022 年 4 月第 1 版

印 次: 2022 年 4 月第 1 次印刷

开 本: 710mm×1000mm 1/16

字 数: 234 千字

印 张: 15.25

书 号: ISBN 978-7-5158-3258-6

定 价: 58.00 元

---

服务热线: 010—58301130—0 (前台)

销售热线: 010—58302977 (网店部)

010—58302166 (门店部)

010—58302837 (馆配部、新媒体部)

010—58302813 (团购部)

地址邮编: 北京市西城区西环广场 A 座

19—20 层, 100044

<http://www.chgslcbs.cn>

投稿热线: 010—58302907 (总编部)

投稿邮箱: 1621239583@qq.com

工商联版图书

版权所有 侵权必究

凡本社图书出现印装质量问题, 请与印务部联系

联系电话: 0—58302915

# 前言 PREFACE

如今的网络信息时代，销售再也不是坐等客户上门的时代，反而成了主动出击、讲求技巧的时代。面对消费者消费需求和消费心理的变化，如今的销售员怎样才能成为一名优秀的销售员，做出骄人的业绩呢？这是每个销售员都迫切需要解决的问题。

当今的销售工作极富挑战性，而销售员也面临着新的挑战。做好销售，绝非易事。销售员需要具备一定的专业知识、促成技巧、攻心策略、口才艺术，而口才更是展现销售员个人魅力与销售能力的关键所在。

有的销售员一开口就让客户觉得舒服、靠谱，愿意继续了解销售员及其介绍的产品，即使他的产品并不完美，也并不影响最终的成交。而有的销售员，即使绞尽脑汁、费劲口舌，客户也未必买账。这两种销售员的业绩自然是天壤之别，这其中的关键就是口才。

好口才并非天生的。世界成功学大师卡耐基曾经说过：“口才并不是一种天赋的才能，它是靠刻苦训练得来的，销售口才也是如此。”对销售员来说，唯有勤奋学习、勤加练习，方能练就卓越的口才，不断创造销售佳绩。

人们都说做销售的都是能说会道的，的确如此，好口才是好业绩的基石。在销售过程中，销售人员必须与客户沟通和交流才能达成交易。销售就是一场口才和心理的博弈，要想获得好的销售业绩，销售员就必须在把握客户心理的基础上，用良好的口才说服客户，让客户买得放心、买得开心、买得舒心。

有人说，人人都会说话，我们每天都在说话。的确如此，但如何说客户才愿意听，如何说客户才会被打动，未必每个销售员都懂得其中的玄机和道理。

如果你不知道如何从陌生人中发掘客户，如果你在与客户通话之前会发怵，如果你面对客户的拒绝只能任其离开，如果你面对客户的讨价还价无从应对，如果你在客户交款成交后就与之无话可说，那么你确实需要大量的口才学习和训练，而本书会为您提供切实的指导和参考。

本书分为两大部分：上篇——销售口才艺术，下篇——销售场景实战。上篇重在让读者体会销售口才的神奇之处和艺术魅力，引起读者对于销售口才的重视，下篇重在讲授在各销售环节和销售场景中的销售口才实战要诀，帮助读者提升自己的口才水平，教会读者应对各种销售难题。

在下篇中，本书以整个销售环节为主线，将销售环节归纳为电话销售、拓展客户、精彩开场、产品介绍、销售跟进、化解疑虑、客户拒绝、讨价还价、促进成交、售后服务等场景，通过案例和口才要点阐述，使读者领会面对某种场景时为什么要这么说，怎样说才能更有效地促进成交。

希望读者阅读本书后，能在一定程度上领会销售口才的艺术性和重要性，同时通过本书内容得到一定的启示，能够面对销售过程中的种种难题，能够化解销售场景中的尴尬和危机，甚至让看似无望的销售起死回生、反败为胜。

销售是一项神奇的事业，销售是一种讲求艺术的事业，销售更是让一个人光芒四射的事业。练好口才，做好销售，将成就一个人的辉煌人生。愿广大读者都成为销售领域的璀璨之星！

# 目录 CONTENTS

## 上篇

销售口才艺术：  
用话语打动客户



### 前言 / 1

### 第一章 销售靠口才，好口才成就好业绩 / 3

1. 好口才才是销售事业的敲门砖 / 4
2. 好口才才能赢得客户信任 / 5
3. 好口才更易说服客户 / 7
4. 好口才并非天生，勤奋修炼才是王道 / 8
5. 好口才不只是会说，还要会听 / 10
6. 好口才让销售步步为营 / 11

### 第二章 礼貌先行：用礼貌打动客户 / 15

1. 礼貌可以融化客户内心的冰山 / 16
2. 礼貌以真诚为贵 / 17
3. 用在合适的场合，礼貌才有效 / 19
4. 自然的礼貌礼节，不做作 / 20
5. 礼貌用语还要与礼貌的举止相协调 / 22
6. 注意：客套话不可太随意 / 24

### 第三章 话语攻心：牢牢抓住客户 / 27

1. 开口之前先摸清客户的心理 / 28
2. 话语直指客户痛点 / 30
3. 强化客户关注的关键点 / 31
4. 抓住客户最在意的去说 / 33
5. 为客户描绘美好蓝图 / 35
6. 大胆地说，坚持正确的 / 37



# 目录 CONTENTS

## 上

篇

销售口才艺术：  
用话语打动客户



7. 注意：话语攻心不能伤害客户 / 39

### 第四章 真诚赞美：拉近与客户的距离 / 41

1. 真诚的赞美让客户无从拒绝 / 42

2. 赞美也要掌握时机 / 43

3. 寻找赞美的突破口 / 45

4. 赞美客户有目共睹的优点 / 47

5. 赞美不能过分夸张 / 48

6. 注意：赞美不是阿谀奉承 / 50

### 第五章 专业制胜：像专家一样讲话更可信 / 53

1. 做好销售首先要做产品行家 / 54

2. 行为专业 + 口才专业，让销售员  
看上去就靠谱 / 55

3. 尽量用肯定的词语，少用模糊的描述 / 57

4. 产品介绍专业化，不出纰漏 / 59

5. 注意：专业不等于客户听不懂的术语 / 61

### 第六章 幽默救场：幽默让客户放松和停留 / 65

1. 幽默是化解尴尬的“金钥匙” / 66

2. 幽默要与产品活动有关联 / 67

3. 幽默带点启发，威力无穷大 / 69

4. 笑点要低，轻松传递快乐 / 71

5. 分清场合，别让幽默起到反作用 / 73

6. 注意：把握好度，不是任何幽默都好笑 / 74



# 上篇

销售口才艺术：  
用话语打动客户



## 第七章 谦虚客气：客户更愿意说出自己的想法 / 77

1. 谦虚点，让客户找到发挥的空间 / 78
2. 谦虚就是给客户面子 / 79
3. 谦虚不是一无所知，别让客户看低了你 / 81
4. 注意：谦虚不是妥协 / 83

## 第八章 话语巧妙：赢得客户的心 / 85

1. 巧妙话也得说得自然才行 / 86
2. 配合行动，让话语更巧妙 / 87
3. 说不通了，可以做个假设 / 89
4. 真话太直接，可以绕个弯 / 91
5. 客户热情不高，不妨适度激将 / 93
6. 制造惊喜，客户更愿意听下去 / 95
7. 注意：说巧妙话千万不能耍小聪明 / 97

## 第九章 发问技巧：增大成功的可能性 / 99

1. 多问才能得到更多的收获 / 100
2. 发问要掌握逻辑顺序 / 102
3. 开放性问题能得到更准确的答案 / 103
4. 巧妙设问，把答案都掌握在自己手中 / 105
5. 提问也要适度，把握尺度是关键 / 107
6. 提问不能咄咄逼人 / 109
7. 注意：提问不能只顾自己的疑惑，  
不顾客户的感受 / 110



# 目录 CONTENTS

## 下

篇

销售场景实战：  
用话语征服客户



### 第十章 电话销售：让销售不畏空间距离 / 115

1. 电话陌访，不让客户一听就挂的秘密 / 116
2. 礼貌与尊重让客户更愿意听 / 118
3. 巧妙自报家门，让客户感兴趣 / 120
4. 讲话有逻辑，客户才不会反感 / 123
5. 单刀直入，快速进入重点 / 124
6. 注意：完全照搬话术，你的销售只会是一次无聊的“骚扰电话” / 127

### 第十一章 拓展客户：如何说才能让客户络绎不绝 / 131

1. 敢于开口告诉身边的人你在推销什么 / 132
2. 陌生拜访，话说对了闭门羹就少了 / 134
3. 巧妙搭讪，陌生人也不再陌生 / 136
4. 预约拜访，充分征求客户的意见 / 138
5. 注意：不要张口就推销你的产品 / 141

### 第十二章 精彩开场：激发客户的兴趣 / 143

1. 寒暄开场，用温情打动客户 / 144
2. 抛出悬念，引爆客户的好奇心 / 145
3. 拉家常，让客户快速入境 / 148
4. 随机幽默，客户愿意跟着你的思路走 / 149
5. 好问题，引发客户的思考和参与 / 151
6. 说得有创意，客户印象更深刻 / 152
7. 注意：开场点燃客户的兴趣是关键 / 154

# 下

篇

销售场景实战：  
用话语征服客户



## 第十三章 产品介绍：用专业创建信任 / 157

1. 专家一样渊博的知识，客户易懂的通俗语言 / 158
2. 抓住客户核心需求，着重介绍 / 159
4. 自曝其短，有缺陷才更真实 / 162
5. 逻辑清晰，优势突出，客户才会欲罢不能 / 164
6. 注意：产品介绍不是产品吹嘘 / 166

## 第十四章 销售跟进：用话语扫清销售障碍 / 169

1. 找到恰当的理由，与客户保持联系 / 170
2. 逢年过节，送上关心与祝福 / 171
3. 提问引导，寻找客户犹豫不决的原因 / 172
4. 仅剩一件，刺激客户拍板 / 173
5. 注意：一个老客户的故事比产品介绍更管用 / 175

## 第十五章 化解疑虑：专业 + 缜密，

### 让你的话术无懈可击 / 177

1. 不踩客户“雷区”，婉转给出建议 / 178
2. 话说七分，客户也会信任你 / 179
3. 说话留余地，变被动为主动 / 180
4. 和气生财，不要和客户争辩 / 182
5. 充分展示卖点，客户无从辩驳 / 183
6. 传递物超所值理念，获取客户信任 / 185
7. 注意：报价不能太早，  
适时报价才利于成交 / 186



# 目录 CONTENTS

## 下

篇

销售场景实战：  
用话语征服客户



### 第十六章 客户拒绝：巧用话语挽回 / 189

1. 价格拆分，客户更容易接受 / 190
2. 耐心包容，给足客户面子 / 191
3. 比客户更“专”，好货不等人 / 193
4. 限定时间，别给客户太长的犹豫期 / 194
5. 高冷客户面前，温情话语打破壁垒 / 196
6. 注意：客户需要安全感 / 197

### 第十七章 讨价还价：让客户感觉物超所值 / 199

1. 抬高客户，让客户不好意思再压价 / 200
2. 设立人脉账户，用人情打动客户 / 201
3. 让销售充满人情味 / 203
4. 价格细分，小数字更容易被客户接受 / 204
5. 赠品的价值不能忽略 / 206
6. 保护客户利益，让客户觉得值 / 207
7. 注意：让客户认同你比认同价格更重要 / 208

### 第十八章 促进成交：话说到位，成交水到渠成 / 211

1. 激起客户的“尝鲜欲”，激发其购买欲 / 212
2. 将客户心理作为销售策略制订依据 / 213
3. 假设成交后的美好及放弃购买的后果 / 214
4. 用激将法给客户添一把火 / 215
5. 满足客户的“攀比”心 / 217
6. 瘾式引导，让客户上瘾 / 218
7. 从众心理，让客户无法抗拒 / 219

# 下

篇

销售场景实战：  
用话语征服客户



8. 注意：大家都有的优惠不如个性化的优惠 / 221

## 第十九章 售后服务：让客户感受到

始终如一的温暖关怀 / 223

1. 人人渴望的 VIP 待遇 / 224

2. 同类产品对比，让客户吃下“定心丸” / 225

3. 定期回访有助于成为回头客 / 226

4. 给足承诺的售后服务 / 227

5. 客户投诉也要礼貌对待 / 229

6. 注意：收款前后大相径庭要不得 / 230

## 上 篇



### 销售口才艺术：用话语打动客户





## 第一章



### 销售靠口才，好口才成就好业绩

销售是一种高情商的商业活动，更是一门沟通的艺术。好口才是销售员的基本素质，是赢得销售成功的敲门砖。销售员口才好，才能快速赢得客户的信任，才能说服客户愉快成交。然而好口才并非天生，只有勤学苦练才有可能练就一副好口才。

## 1. 好口才才是销售事业的敲门砖

都说做销售要能说会道。的确如此，好口才才是销售事业的敲门砖。倘若你一开口就让客户反感，客户都想躲着你，你的销售工作又怎么能取得成功呢？

好口才就是一开口就让人听着舒服，越听越想听。销售的好口才就是用语言打动客户，说到客户心坎里，说得客户愿意听。



### 案 例

小王是某中老年服装店的销售员。一天早上，一位中年女士走进店里，小王赶忙上前打招呼：“早上好，欢迎光临，里面请。”中年女士在一件色彩艳丽的毛呢大衣前驻足了，看了又看，摸了又摸。小王看出了客户的心思，赶忙走上前去，取下这件衣服，对客户说：“您看这件衣服多漂亮，非常适合您，可以上身试穿一下。”

对于小王的热情，中年女士并没有做出回应，冷冷地说了句：“不用了。”就径直走向其他款式的衣服。小王并没有气馁，而是远远地站在一边观察着客户的举动。

不一会儿，中年女士又回到那件毛呢大衣旁，又是一番“考量”。这个时候，小王微笑着说：“您的眼光真好，这件衣服可是今年的爆款，穿上又显年轻又显身材。”客户犹豫着说：“这个颜色会不会太艳了，我都六十了。”小王明白了客户的顾虑，说：“您放心，不会的。您保养得这么好，就像我姐姐一样，这个颜色很衬您的皮肤，看着很有朝气呢。”客户脸上终于有了隐隐的笑容，但还是有所顾虑：“我有肚子，这款会不会显胖？”小王征得客户的同意，轻轻取下衣服，披在客户的肩上，并为客户扣好扣子，看着镜子里的客户说：“您看，这件衣服是韩版的，专门为咱们这个年纪的人设计的，您瞧这条拼接，

把身材修饰得多好。”客户对着镜子，左看右看，上看下看，露出了满意的笑容。

毫无悬念，小王做成了这单。因为小王靠着好口才打破了与客户初遇的冰冷氛围，打消了客户的顾虑，并且把适合客户的衣服巧妙地展示给了客户。客户在小王的帮助下买到了满意的商品，自然开心。

不难发现，现实中做得好的销售员都能说会道，能把客户说得心花怒放，仿佛他们的工作就是哄客户开心。客户开心了、满意了，成交就是水到渠成的事。这便是好口才的强大力量。

好口才是销售事业的敲门砖，能帮助销售员打开客户的心门，与客户建立深厚的感情和信任，让销售员更有感召力和影响力，从而让销售顺利进行。

## 2. 好口才才能赢得客户信任

没有信任就没有成交，成交是建立在信任基础之上的。那么，销售员如何让客户从陌生人变成朋友，从而产生信任关系呢？靠口才！好口才可以帮助销售员赢得客户的信任。



### 案 例

小赵是某食品企业的销售人员，工作勤奋并且口才非常了得，客户都对小赵的服务特别满意，特别是经销商刘总更是逢人就夸小赵。小赵在开拓新市场的时候，请刘总帮自己介绍客户，刘总非常爽快地答应了，并向小赵介绍了同行经销商张总。小赵信心满满地去拜访张总。

小赵如约敲开了张总办公室的门。他衣着整齐，面带微笑，先向张总做了自我介绍，然后非常诚恳地说：“非常感谢张总在百忙中抽

出时间与我会面。”

张总：“不用客气，我也是给刘总个面子。”

小赵：“张总，我听汇源商贸刘总说，跟您做生意最痛快不过了。他总是说您是一位热心爽快的人。”

张总：“哦？你和刘总很熟吗？”

小赵：“是的，我们和刘总合作两年了，合作非常愉快。刘总常常不经意间流露出对您的钦佩……”

张总：“刘总可是我在这个行业的老大哥了，谈谈你们是怎么合作的。”

就这样，小赵对张总又是赞美又是靠着刘总的关系套近乎，很快就打破了张总的心理防线，让张总对其产生了好感和信任，赢得了与张总详谈合作的机会。

试想一下，如果小赵在张总面前都不敢开口说话，张总见到这么一位不自信的销售员，会开开心心与之谈业务吗？肯定不可能。客户看你这个销售员“不顺眼”，自然也不会立马对你的产品产生好感。如果你不能第一时间给客户好感，不能快速打动客户，事后要想弥补在客户心中的形象并建立信任关系，就会难上加难。

好口才能够让销售员一开口就收获客户的芳心，产生深入交谈的愿望，并且会成功打破销售员与客户之间的陌生感，让彼此觉得越说越投机。这便是信任的萌芽。

进而，通过销售员的好口才圆满回答客户的各种问题，消除客户心中的疑虑，扫清成交之路上的拦路虎，客户就会充分信任你，愿意相信你推荐的产品，愿意接受你提供的服务。到这一步，有了客户的充分信任，成交还难吗？成交还远吗？显然近在咫尺。

因此，好口才可以助你与客户快速产生信任。练好口才，你就不用再绞尽脑汁、费尽力气证明你的真心和善意。拥有好口才，一开口、一交谈，客户就充分信任你。