

摇摇摇摇新世纪口语实用丛书

尖商厚语

——经商口才通

黄金言摇编著

陕西旅游出版社

(陕) 新登字 000000号

责任编辑：李群宝

封面设计：谭雄军

版式设计：黄建逊

责任监制：刘青海

新世纪口语实用丛书
尖商厚语——经商口才通

黄金言编著

陕西旅游出版社出版发行

(西安市长安北路 000000号 邮政编码：000000)

新华书店经销 印刷厂印刷

开本 毫米 印张 千字

0000年 00月第 00版 0000年 00月第 00次印刷

印数：00000册

0000年 00月第 00版 0000年 00月第 00次印刷

(全套三册) 定价：00.00元

前摇摇言

国际风云中，一场舌战，可免刀兵相见；
领导会议上，几句妙语，令人热血沸腾；
口才，即说话的本领。具有一副好口才使你商运亨通。

商海搏浪时，一段利辞，可得资财亿万；

美国钢铁大王卡内基曾说过，“一个人的成功，约有百分之十五取决于技术知识，百分之八十五取决于口才技艺、发表自己意见的能力和激发他人热忱的能力。”可见口才的重要作用，为此，你将不得不精心打磨你的舌头。何时寒暄冷暖；何时花言巧语；何时装聋作哑；何时察言观色，总之你要练就一副好口才，你要成为一个全面的人才。一个人的口才是他事业上成长的重要部分，它将为你减轻阻力，使你在商场畅通无阻。

本书从经商、谈判、推销、公关、讨债等多方向多角度地介绍如何掌握运用口才这种本领，能使你在经商中如鱼得水，它将是你在现实世界中拼搏奋争的有力武器。或许它不能帮你由渺小变得伟岸，却能为你招财进宝。

目 录

▼第一章摇经商口才篇

圆贴石圈套 (猿
圆贼恩赞扬 (远
圆权衡利弊 (苑
圆反败为胜 (怨
圆察颜观色 (员
圆有理让人 (猿
圆以情服人 (缘
圆出奇制胜 (苑
圆巧用激将 (苑
圆倨而骄之 (怨
圆以退为进 (圆
圆实事求是 (圆

圆讨价还价 (圆
圆软硬兼施 (圆
圆刺激欲望 (圆
圆精打细算 (猿
圆设身处地 (猿
圆顾客至上 (猿
圆诱其深入 (猿
圆以柔克刚 (猿
圆逛街串巷 (源
圆激将效应 (源
圆漫天要价 (源
圆童叟无欺 (源

▼第二章摇推销口才篇

圆揣摩人心 (缘

圆无压推销 (缘

猿般其所好…… (猿
 猿同类意识…… (猿
 猿买卖易位…… (猿
 猿只顾左右…… (猿
 猿缓冲策略…… (猿
 猿幽默推销…… (猿
 猿讨人喜欢…… (猿
 猿欲擒故纵…… (猿
 猿多听少说…… (猿
 猿晓以大义…… (猿
 猿明星效应…… (猿
 猿缓和气氛…… (猿
 猿巧解借口…… (猿
 猿诱导购买…… (猿
 猿点燃欲望…… (猿
 猿货比三家…… (猿
 猿趣味相投…… (猿
 猿注意观察…… (猿
 猿以二择一…… (猿
 猿洗耳恭听…… (猿
 猿先发制人…… (猿
 猿见风使舵…… (猿
 猿一锤定音…… (猿
 猿补偿推销…… (猿

猿以退为进…… (猿
 猿转化处理…… (猿
 猿情重于理…… (猿
 猿高压政策…… (猿
 猿提供情报…… (猿
 猿假设推销…… (猿
 猿顺水推舟…… (猿
 猿反驳处理…… (猿
 猿与人方便…… (猿
 猿访问推销…… (猿
 猿独特个性…… (猿
 猿推销绝招…… (猿
 猿激将取胜…… (猿
 猿暴露缺点…… (猿
 猿绝妙表演…… (猿
 猿败而不馁…… (猿
 猿说服顾客…… (猿
 猿倾听推销…… (猿
 猿保持心静…… (猿
 猿错觉销售…… (猿
 猿苦苦哀求…… (猿
 猿“您”在口中
 摇…… (猿

第三章 谈判口才篇

谈判人选 (猿缘)

谈判技巧 (猿远)

擒折服对手 (猿苑)

提示妙法 (猿愿)

适时幽默 (猿怨)

坦白战略 (猿园)

注重形象 (猿园)

劝导诱谈判 (猿员)

满意谈判 (猿圆)

假痴不癫 (猿猿)

真诚赞美 (猿缘)

以小促大 (猿远)

失而复得 (猿苑)

不亢不卑 (猿怨)

不动声色 (猿园)

把握分寸 (猿员)

即兴回敬 (猿圆)

侧面赞美 (猿猿)

妙传信息 (猿缘)

旁敲侧击 (猿苑)

自投罗网 (猿愿)

以毒攻毒 (猿怨)

模糊应对 (猿园)

当众讨价 (猿圆)

知己知彼 (猿猿)

迂回入题 (猿苑)

投石问路 (猿怨)

叙述技巧 (猿圆)

提问技巧 (猿猿)

答复技巧 (猿怨)

说服技巧 (猿圆)

学会说不 (猿愿)

激将之法 (猿源)

吹毛求疵 (猿远)

以退为进 (猿怨)

狮子开口 (猿圆)

诱敌上钩 (猿猿)

打破僵局 (猿远)

察颜观色 (猿愿)

▼第四章摇公关口才篇

忍一忍百忍 …… (忍缘)
最高智慧 …… (忍缘)
巧解尴尬 …… (忍愿)
打破冷场 …… (忍员)
学会寒暄 …… (忍猿)
适者生存 …… (忍缘)
社交应酬 …… (忍苑)
阻留一手 …… (忍愿)
猪吃老虎 …… (忍怨)
公关法则 …… (圆园)
兵不厌诈 …… (圆员)
公关骗局 …… (圆猿)
稀有之物 …… (圆源)

客套威力 …… (圆源)
说服对手 …… (圆缘)
小小高帽 …… (圆苑)
恩威并施 …… (圆苑)
来点怪招 …… (圆愿)
贼喊捉贼 …… (圆怨)
印象广告 …… (圆园)
谨言慎语 …… (圆员)
聚众法则 …… (圆圆)
花言巧语 …… (圆猿)
利用好奇 …… (圆源)
请君上钩 …… (圆缘)
破子优势 …… (圆苑)

▼第五章摇领导口才篇

慢慢开导 …… (圆怨)
心理诱导 …… (圆园)
动之以情 …… (圆员)
以理服人 …… (圆圆)
允许申述 …… (圆圆)
保护部下 …… (圆猿)
好意规劝 …… (圆源)

妙用柔言 …… (圆缘)
声东击西 …… (圆苑)
巧用幽默 …… (圆员)
后发制人 …… (圆源)
妙语巧用 …… (圆缘)
外交语言 …… (圆苑)
以退为进 …… (圆苑)

员鄹消除嫉妒…… (圆鄹
员鄹畅所欲言…… (圆鄹
员鄹相互信赖…… (圆鄹

员鄹悲喜效应…… (圆鄹
员鄹系列效果”…… (圆鄹
圆鄹赏其先得…… (圆鄹

▽第六章摇厚黑口才篇

员鄹商场柔术…… (圆鄹
圆鄹花言巧语…… (圆鄹
猿鄹相信口碑…… (圆鄹
鄹一点无情…… (圆鄹
缘鄹瞬间万变…… (圆鄹
远鄹斤斤计较…… (圆鄹
苑鄹花招怪招…… (圆鄹
愿鄹投机取巧…… (圆鄹
鄹普遍撒网”… (圆鄹

员鄹得意忘形…… (圆鄹
员鄹语弹如珠…… (圆鄹
员鄹抓住机会…… (圆鄹
员鄹一鸣惊人…… (圆鄹
员鄹戮敌尽兴”…… (圆鄹
员鄹三思而行…… (圆鄹
员鄹诱敌举债…… (圆鄹
员鄹诱敌下注…… (圆鄹
员鄹诱敌自杀…… (圆鄹

▽第七章摇尖商口才篇

员鄹锤子买卖…… (圆鄹
圆鄹胆大心黑…… (圆鄹
猿鄹精明刻薄…… (圆鄹
鄹宁死不屈…… (圆鄹
缘鄹铁血手段…… (圆鄹
远鄹硬汉’生意…… (圆鄹
苑鄹唯利是图”…… (圆鄹

愿鄹巧用不二价”… (圆鄹
鄹阮知不惧…… (猿鄹
员鄹顽固追求…… (猿鄹
员鄹战胜顾客…… (猿鄹
圆鄹做笔好买卖…… (猿鄹
员鄹黑字赤字…… (猿鄹
员鄹撩拨欲火…… (猿鄹

“市场空隙”…… (猿员)

“无孔不钻”…… (猿猿)

▼第八章 摇实战口才篇

“搜集情报”…… (猿苑)

“明争暗斗”…… (猿愿)

“商场间谍”…… (猿员)

“开拓创新”…… (猿猿)

“广结‘善缘’”…… (猿缘)

“漫不经心”…… (猿苑)

“佳妙‘厚黑’”…… (猿愿)

“谋事在人”…… (猿怨)

“鸣谢顾客”…… (猿园)

“隐功近利”…… (猿园)

“发财在天”…… (猿猿)

“地利必争”…… (猿源)

“稳扎稳打”…… (猿苑)

“攻守平衡”…… (猿苑)

“见微知著”…… (猿怨)

“随机应变”…… (猿员)

“积极竞争”…… (猿圆)

“进而求胜”…… (猿源)

▼第九章 摇讨债口才篇

“复印证据”…… (猿怨)

“院兵后礼”…… (猿园)

“双亏讨债法”…… (猿员)

“红娘讨债法”…… (猿源)

“映诉讨债法”…… (猿缘)

“冷面讨债法”…… (猿苑)

“影子讨债法”…… (猿怨)

“深情讨债法”…… (猿员)

“救人讨债法”…… (猿圆)

“冷嘲讨债法”…… (猿源)

“劳务讨债法”…… (猿苑)

“帮工讨债法”…… (猿愿)

“转圈讨债法”…… (猿园)

“损誉讨债法”…… (猿员)

“迂回讨债法”…… (猿猿)

“苦行讨债法”…… (猿缘)

“叩门讨债法”…… (猿苑)

“求助讨债法”…… (猿怨)

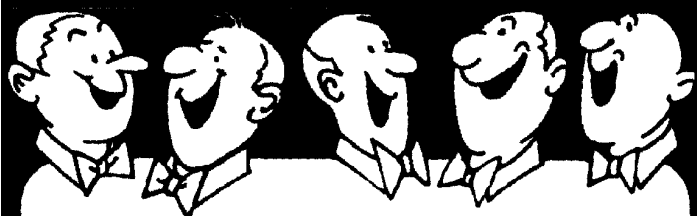
猿和懈讨债法……(猿园
 圆圆免子讨债法……(猿园
 圆圆俱内讨债法……(猿猿
 圆圆度业讨债法……(猿猿

圆圆堵财路讨债法
 摇……………(猿苑
 圆圆雕虫小技……(猿怨

▼第十章摇广告金语篇

圆承诺广告……(猿猿
 圆新书广告……(猿猿
 猿咖啡广告……(猿猿
 圆形象广告……(猿苑
 猿唯美原则……(猿苑
 圆幽默广告……(猿苑
 猿悬念广告……(猿愿
 圆揽储广告……(猿怨
 圆酱油广告……(猿怨
 圆大胆联想……(源园
 圆铺垫手法……(源园
 圆广告起家……(源园
 圆妙趣横生……(源猿
 圆一击中的……(源猿
 圆滑稽广告……(源原
 圆订阅广告……(源原
 圆泰勒来了……(源猿
 圆摸准脉搏……(源苑

圆陈述广告……(源苑
 圆清新明快……(源苑
 圆先声夺人……(源愿
 圆服装广告金句
 摇……………(源怨
 圆家电广告金句
 摇……………(源猿
 圆阵行广告金句
 摇……………(源苑
 圆化妆品广告金句
 摇……………(源苑
 圆厨房用品广告
 摇摇金句……(源愿
 圆文化娱乐品广
 摇摇告金句……(源愿
 圆建筑装潢材料
 摇摇广告金句…(源怨



摇摇

第一章

经商口才篇

摇摇

无商不奸 摇摇商场如战场

摇摇

智慧摇摇涵养摇摇高超的语言技巧

将是商场上无坚不摧的核武器



鑽石圈套

有商场中，诈的手法多种多样，有人以哄骗，有人以巧取，目的只有一个，那就是通过诈来获得钱财。有一种人喜欢假借身份蒙骗他人，或大吹大擂，或装腔作势，骗取信任，以此来诈取钱物。

哈默先生来到以刁钻圆滑而负有盛名的“三得”珠宝古玩店。

“我想买一颗钻石”，他说，“就是在您的那个镏金盒里，那颗粉红色的，请报价。”

好眼力，一进门就识出那是个镏金品，来者不善，只好认真做这笔生意，店主心里想，忙招呼着：“说实在话，这颗钻石非常美丽。是送情人，还是送夫人？”

“送情人，明天急用。”

“好！有钱可赚了。”店主边在心里想着，高兴地说：“好吧，鄙人成人之美。能买这颗钻石的肯定是大富翁。我愿交个朋友，拉个老主顾。原本卖四千元，我让二千元，先生您付二千元算了。”

“那太感谢了。”哈默先生付了钱，心满意足地走了。不一会儿，他又返回店来，对店主说：“您是不是还有第二颗跟这一模一样的钻石？我想……干脆实说吧，怕万一让太太知道此事，再送她一颗。这样好叫她闭上那讨厌的嘴。”

“哎呀！本店没有第二颗了。”店主确实不是在作戏。“又白丢了一次捞钱的机会。”他在心里很惋惜地嘀咕。

“帮帮忙，我准备出15000美元。”哈默着急地说。

“那么，让我再想想办法。”店主点点头。

“非常感谢。”买主把散发着一种名贵香水味的名片递过去，
“一有确切消息，望赐告。”

过了半个月，那个珠宝商接待了一位脸上布满愁云的太太，她

想卖一颗跟哈默买走的完全一样的钻石。瞧她那神情，一准是急等钱用。

“夫人”，珠宝商兴奋得腔调都几乎要变了，“我现在手头拮据，没有五千元现款，请等几天再来吧。”他得意地冲小伙子眨眨眼：你们都学着点。

“可……可是……那就五千元吧。”太太紧追一句，无可奈何地耸耸肩。那是说，认倒霉吧，谁让自己急等钱用呢。

“好吧，请你稍候，我查一下钱。”店主进了里间，不一会儿，他手中举着钱返回，抱歉地说：“夫人，只有五千元，你看这……”

那位太太先是犹豫了一下，焦急地看看手表，又叹口气，“五千元就五千元吧。”

“成交了！是吗？夫人。”珠宝商麻利地验了货，办理完收购手续，等太太后脚刚迈出店门，就急不可耐地找出那位先生留下的名片，拨通电话。

“先生，本号码没有哈默先生。”电话里回答说。

店主一惊，冷汗从脑门沁了出来，“那您是哪里？”

“本号码是‘幸福离去’殡仪馆，本馆二十四小时忠实地为每一位客户服务……”

第二天，珠宝商收到一封散发着同哈默先生名片一样香水味的信，里面有两张单据：一张是销出那颗粉红色钻石的付款单据，一张是购进那颗粉红色钻石的付款单。

珠宝商之所以中了圈套，亏了五千元，主要是犯了以下几点错误：

当看到内行的有诚意的买主时，放松了警惕。买主放出烟幕，他却深信不疑。为了赚到一笔钱，有些忘乎所以。

买主又返回时，所说的要第二颗同样钻石的理由，可谓天衣无缝，令人深信不疑。但按常理，买主只会付同样的价钱来买第二

颗钻石，可他却主动加价，违反常规。

獠那位太太来卖钻石时，“脸上布满愁云”正是作戏让珠宝商看的。一般精明的卖主即使真想脱手钻石，一般会这样问：“贵店收钻石吗？”

“收。”

“我这一颗值多少钱？”

“员万。”

“员万？！别开玩笑。我买时可不是这个数！”这样卖主就有议价的实力了。

可那位太太一开始就摆出一副急于脱手的模样，而没有引起他的怀疑，这是他的失策之举。

灏珠宝商太急于求成，这是交易的大忌。如果他拿起哈默留下的名片，打一个电话，证实一下哈默其人，也就不会上当了。

哈默之所以能够得逞，主要是钻了珠宝商如下的空子：

灏阮以诚意的买主出现，小小的一张名片，还飘出一种名贵的香水味，暗示出有相当的身份。他知道有身份的人往往使人尊敬，进而产生好感。这是一种烟幕，也是一种战术。

灏读主对诚意的买主，而且是成交了的买主是相当信任的。哈默深谙此道，所以，敢于用 员圆园园 美元的抵押，也算是一种“风险投资”吧。即使此招不果，最多也不过是 员圆园园 美元买了颗钻石，吃不了什么亏。

獠公然用这么昂贵的钻石来送情人，暗示了哈默的富有。只有上层社会和相当有钱的人才会有这种能力和财力。这就给人一种假象：这么有钱有身份的人还能是骗子？

钻石圈套告诉我们，商场中形形色色的诈骗案随时有可能发生，只要保持高度的警惕，越是容易做的生意，越要三思而后行。记住一点“得来容易失去也快”，“害人之心不可有，防人之心不可无”，把被人欺诈的可能性降到最小。

圆城恩赞扬

美国著名的柯达公司的创始人伊斯曼，捐赠巨款在罗彻斯特建造一座音乐堂、一座纪念馆和一座戏院。为了承接这批建筑物内的座椅，许多制造商展开了激烈的竞争，但是，找伊斯曼谈生意的商人们无不乘兴而来，败兴而去，一无所获。

正是这样的情况下，“优美座位公司”的经理亚当森，前来会见伊斯曼，希望能够得到这笔价值 怨万美元的生意。

亚当森被引进伊斯曼的办公室后，看见伊斯曼正埋头于桌子上的一堆文件，于是静静地站在那里仔细地打量起这间办公室来了。

过了一会，伊斯曼抬起头来，发现了亚当森，便问道：“先生有何见教？”

这时，亚当森没有谈生意，而是说：“伊斯曼先生，在我等人的时候，我仔细地观察了您的这间办公室。我本人长期从事室内的木工装修，但从来没见过装修得这么精致的办公室。”

伊斯曼回答说：“哎呀！您提醒了我差不多忘记了的事情，这间办公室是我亲自设计的，当初刚装修好的时候，我喜欢极了，但是后来一忙，一连几个星期都没机会仔细欣赏一下这个房间。”

亚当森走到墙边，用手在木板上一擦，说：“我想这是英国橡木，是不是？意大利的橡木的质地不是这样的。”

“是的。”伊斯曼高兴得站起身来回答说：“那是从英国进口的橡木，是我的一位专门研究室内细木的朋友专程去英国为我订的货。”

伊斯曼心绪极好，便带着亚当森仔细地参观起办公室来了，把办公室所有装饰一件一件地向亚当森作介绍，从木质谈到比例，又从比例谈到颜色，从手工艺谈到价格，然后又详细介绍了他的设计经过。这个时候，亚当森微笑着聆听，饶有兴趣。

直到亚当森告别的时候，俩人都未谈及生意。你想，这笔生意落到谁的手里，是亚当森还是亚当森的竞争者？

亚当森不但得到了大批的定单，而且和伊斯曼结下了终生的友谊。为什么伊斯曼把这笔大生意给了亚当森？这与亚当森的口才十分有关。如果他一进办公室就谈生意，十有八九便要赶出来。

獐又衡利弊

每件事情都有两面。每一次的交易都会有满足和不满足的因素在内，双方总会产生一些需要克服的反对意见。交易之能否成功，可能就在于你如何去面对并且削弱异议了。

买主和卖主可以采取同样的方法来处理异议。就卖主而言，常常因为怕触怒买主，所以问题比较棘手，而买主的问题就简单多了。

我曾和一位珠宝商交涉，他对于我提出的异议处理得非常好。他实在是这方面专家。我妻子的视力不太好，她使用的手表的指针，必须长短针分得清楚才行。但是这种手表非常难找，费尽了心力，总算找到了一只她能看得清楚的手表。坦白地说，那只手表的外观不雅，也许这缘故才一直卖不出去。就此而论，两百元的定价似乎太贵了点。

这个珠宝商告诉我，这个价格非常合理，并且一再推崇这个手表走时精确。我告诉她时间精确与否不重要，为了证明给他看，我还拿出我妻子的天美手表让他看：“她戴这只十块钱的天美表已经有七年了，这只表一直是很管用的。”他回答说：“喔！经过七年之后，她应该戴只名贵的表了。”议价时，我又指出这只手表的样式不好，她说：“我从来没有见过这么专门设计给人容易看的手表。”最后，我们以150元成交。

以下的九个步骤，是削弱异议法的要诀，掌握了它你明天的生