

<<顶级销售员口才成交术>>

图书基本信息

书名：<<顶级销售员口才成交术>>

13位ISBN编号：9787506466530

10位ISBN编号：7506466538

出版时间：2010-10

出版时间：中国纺织出版社

作者：成果

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<顶级销售员口才成交术>>

前言

目前，“知识就是财富，口才就是资本”的理念，已深入人心。

人们越来越重视口才方面的知识能力。

卡耐基曾说过，“一个人的成功，约有15%取决于知识和技术，另外的85%则取决于沟通——发表自己意见的能力和激发他人热忱的能力。

”由此可见，一个没有相应口才技能的人，将无法适应这个飞速发展的时代，也很难在这个竞争激烈的社会中搏取自己的一席之地。

从本质上来说，销售工作就是要通过口才来说服客户，进而达成交易的目的。

作为一名销售员，如果欠缺相应口才技能的话，就不能与客户进行有效地沟通，从而达到说服客户，促成交易的目的。

美国的“超级推销大王”——弗兰克·贝特格通过对30年推销生涯的总结得出“交易的成功，往往是口才的产物”。

因此，不得不承认这样的事实：对于销售人员，哪里有声音，哪里就有了力量；哪里有口才，哪里也就吹响了战斗的号角，进而也就有了成功的希望。

作为一名销售人员，一旦具备了一流的口才，就能够顺利地发展客户；就能够争取到向对方推销的机会；能够在极短的时间里迅速地吸引客户的注意力，引起对方的兴趣，从而打开销售工作的局面；就能够一步一步地激起客户的购买欲望，并最终说服对方作出购买决定。

口才的影响力将会伴随着销售工作的整个过程，而销售口才的好坏，则会在销售工作的每一个环节上得以证实。

因此，可以毫不夸张地说，销售的成功在很大程度上可以归结为销售人员对口才的合理运用与发挥。

一位成功的销售大师曾经说过，只要你拥有成功销售的口才能力，你就能够拥有白手起家成为亿万富翁的机会。

由此可见，口才在销售中的重要地位是毋庸置疑的，拥有优秀的口才是每一个人都梦寐以求的，同样这也是成为一名优秀销售员所必备的前提条件。

那么，究竟该如何提升口才技能呢？

事实上是没有捷径可寻的，这是因为适合别人的东西未必适合自己。

所以，最好的方法就是要求大家在日常生活中，一点一滴地积累，去学习和探索那些切实可行的沟通与口才技巧，只有这样才能够练就自己的“伶牙俐齿”。

本书针对销售人员在口才上的现实需求，并且有针对性地对相关领域内的知识进行了设计、优化与重组，以力求在内容编排与语言表达上更适合他们的需要。

本书将理论与实践结合起来，以使广大读者在阅读中轻松愉快地达到提升口才技能的目的。

<<顶级销售员口才成交术>>

内容概要

交易的成功，往往是口才的产物。

由于口才的影响力贯穿手销售工作的整个过程，会在销售工作的每个环节上对销售成败产生决定性的影响，因此销售的成功在很大程度上可以归结为销售员对口才的合理运用与发挥。

本书理论结合实际案例，为销售员朋友们提供了切实可行的具体方法，希望可以帮助他们提高口才技巧与能力，从而提高销售业绩，早日成长为一名优秀的销售员。

<<顶级销售员口才成交术>>

书籍目录

第一章 会说话，得订单——缺乏口才注定做不好销售 口才对于销售工作的重要性 赞美是获得客户好感的“必杀技” 从客户的兴趣入手，成交就会变得容易 会说还要懂得“1=250”定律 与客户闲谈也有技巧 销售谈话的百分比——听65%，问20%，说15% 说“我们”比说“我”的效果好 不要忽视非语言的沟通手段 “能说会道”是修炼的结果

第二章 唱好销售的“第一出戏”——约访客户的口才 约访客户必须要有创意 约访前应做好准备 给客户传递极具吸引力的产品信息 冷场时要善于找话题 电话约访客户巧过秘书关 约访时不忘尊重客户 电话约访要掌握娴熟的语言技巧

第三章 开口是金，5秒打动客户心——与众不同的开场白 好的开场白是成功的一半 批评客户的开场白不能说 谨防自杀式开场白 富有吸引力的开场白 激发好奇心式开场白 热情洋溢的开场白 优秀销售员常用的开场白

第四章 让客户和你的产品“谈恋爱”——介绍产品的口才 对产品始终保持信心 销售员都应是自己产品的专家 介绍产品时要突出卖点 不一定非要掩饰产品的缺点 用具体利益向客户介绍产品 巧妙介绍客户认为“无所谓”的产品 夸大产品功能最终会失去客户 巧借第三方的嘴给自己“加分”

第五章 不要让价格成为销售的障碍——讨价还价的口才 报价说出口，客户转身走 购买数量多，客户要求降价 客户已经来过几次，但因价格原因迟迟没买 客户认可产品，却不认同价格 价格谈判中说“不”的艺术 与客户谈判中的“应声虫”策略 面对客户的一再砍价，如何保证最大利润 你同意降价，但客户依然没有购买 强调产品的优势，以获得价格的优势 掌握客户的喜好程度，对价位进行弹性控制

第六章 其实，让客户说“是”并不难——处理客户异议的口才 通过沟通探寻客户异议的“潜台词” 与客户发生争吵是彻底的失败 客户的有些异议不必当真 主动请求反感你的客户给予批评 在任何时候都要言行一致 巧妙应对客户的过激异议 会恭维才能让客户主动说“是” 客户的异议是改进工作的契机

第七章 每位客户都有自己的软肋——应对难缠客户的口才 对内向型的客户不能“强攻” 对多疑型的客户需要坦诚相待 对节约型的客户需要注意其潜台词 对事事皆通型的客户需要理顺自己的销售头绪 对追根究底型的客户需要层层铺垫 对性急型的客户需要吊其“胃口” 对爱争论型的客户需要让他三分 对挑剔型的客户有时不需要理会 对谨慎型的客户需要多给建议 对待似懂非懂型客户的口才技巧

第八章 把话说出去，把钱收回来——促成交易的口才 巧用激将法促成交易 自己掌握主动权的“二选一”成交法 用欲擒故纵法促成交易 推销时的语气要坚定 沉默是一种最好的说服术 利用客户的“最后”意识来促成交易 客户处于疲惫状态时是切入主题的好时机 犹豫不决型客户需要适度地“逼迫” 找准时机提出成交要求

第九章 祸从口出，有些话绝对不能对客户说——销售的语言禁忌 轻视客户的话不能说 推卸责任的话不能说 面对客户永远不要说“我忙” 自作主张只会得罪客户 不要强调自己不说假话 不能揭客户的短处 与“上帝”叫板是没有好果子吃的 销售中常见的语言禁忌

第十章 好心态，好口才——打好销售口才的心理基础 点燃自己的激情 自信的语言是送给客户的定心丸 不要急于求成 克服与客户沟通时的恐惧心理 尊重客户的选择，不要引起他们的反感 即使自己的情绪再差，也要微笑面对客户 用积极心态回应客户的抱怨 正确对待客户的“拒约” 参考文献

<<顶级销售员口才成交术>>

章节摘录

不要忽视非语言的沟通手段通常情况下，作为一名销售人员最终能否实现预期的销售目标，在一定程度上还要取决于非语言的沟通手段。

著名人类学家雷·伯德威斯特尔曾经指出，在两个人的谈话或交流过程中，口头传递的信号实际上还不到全部表达意思的35%，而其余65%的信号必须要通过一些非语言信号的沟通来传递的。

非语言的沟通手段通常被称为“体态语言”、“身体语言”、“动作语言”或“肢体语言”等。

它是作为口头交流之外的又一种沟通方式，这种沟通方式是需要借助于表情、动作或体态等来进行的，比如手势传递和眼神的交流的信息。

当有了身体语言的配合后，将会使整个沟通过程显得更加充实和活跃起来。

试想一下，当销售人员和客户两眼无神、动作僵硬地坐在那里你一言我一语地搭话时，那种情景显的是多么的呆板和无聊啊。

除了口头交流之外，销售人员和客户双方的身体语言交流是可以互相传递很多信息的。

比如，当客户身体前倾、不住点头时，表明他对销售人员的观点表示支持和认同的；当客户身体挺直、不住摇头时，那么这很可能是表明客户对销售人员的观点表示不支持或不满意的。

1.身体语言的分类如果具体按照不同的身体部位划分的话，身体语言可以分为肢体动作语、表情语及手势语三大类的。

(1) 表情语。

在日常生活中，人们是通过面部的眼神动作和微笑、愤怒及悲伤等表情来互相传递信息的。

尤其，眼神的动作和变化是能够反映出人们内心的思想和情绪变化的，而大家常说的“眼睛是心灵的窗户”就是这个道理的。

因此，销售人员一定要学会通过眼睛这扇窗户来观察客户的内心想法，同时也要学会利用眼神的交流向客户传递自己的真诚和关心。

(2) 手势语。

顾名思义，手势语主要是指包括人的手臂、手掌、手指及双手发出的各种动作。

比如，相互握手时传递的信息和伸出某个手指的具体的含义等。

很多时候，还可以通过自己手部的特定动作向交流的另一方表达特定的意义。

当把手轻轻地搭在对方肩上或胳膊上时，就表示一种亲密感；当伸开双臂拥抱对方时，就表示喜欢或安慰等。

手势语在与客户沟通的过程中通常会起到吸引双方注意力的作用。

所以，销售人员在与客户沟通的时候最好注意自己的每一个手势，千万不要因为一个不经意的手部动作而引起客户的不满。

(3) 肢体动作语。

肢体动作语通常是包括人们在坐卧、行走及站立过程中的所有动作姿态。

比如，在行走的过程中，速度是快还是慢，是蹦蹦跳跳还是一步一步向前挪动的；当站立时，双臂是交叉于胸前还是放在背后的；坐在椅子上时，是双腿平放还是跷起二郎腿等。

尽管不同的人在不同情况下的肢体动作各有所不同，而事实上，即便是同样的动作，所反映的信息也是不尽相同的。

但是，经过认真观察和分析后，还是可以发现一定规律的。

通过了解这些规律，既有助于销售人员更准确地把握客户的心理，又有助于销售人员有意识地运用肢体语言来引起客户的重视的。

比如，当你介绍产品时，客户双手抱在胸前的动作，通常表示他们对你的推销是具有防范心里的；当你在聆听客户谈话时，要做到身体前倾、双脚平放，这通常会使得客户感到被尊重。

因此，学会利用身体语言与客户沟通是非常有必要的。

2.如何合理运用身体语言既然在一举手、一投足之间人们就可以发送或接受各种信息，那么销售人员完全可以利用不同的身体语言与顾客进行有效的沟通。

通常情况下，销售人员可以按如下几个方面来利用各种身体语言：(1)学会用热情的眼神感染客户

<<顶级销售员口才成交术>>

。当销售人员的眼睛炯炯有神地向客户介绍产品时，从眼神中透射出的那种热情、坦诚及执著通常会比口头说明更能让客户信服。

那种充满热情的眼神，还可以增加客户对产品的信心，以及对这场推销活动的好感。

当使在用眼神与客户交流时，销售人员要力求使自己的目光表现得更热情、更真诚。

当然要想做到这一点，销售人员还需要注意以下几点。

视线停留的位置。

销售人员与顾客对视时，最好勇敢地迎接客户的目光，不论这种目光表达的信息是肯定、赞许，还是疑惑、不满。

同时，客户的双眼之间的三角部位是销售人员停留视线的最佳位置，这样可以向客户传达一种礼貌和友好的信息。

注视客户的时间。

勇敢地与客户对视固然可以将你的自信和热情体现出来，但是关于停留的时间的需要掌握一定的度。

如果时间太短的话，客户会认为销售人员对这次谈话没有太大的兴趣；如果时间太长的话，则又会感到浑身不自在。

要避免两眼空洞无神。

用一双炯炯有神的眼睛来关注客户时，就表明在向顾客传递一种热情和执著；如果销售人员的两眼空洞无神的话，那么就会给客户留下一心不在焉的印象，并且顾客就会认为你是一个不值得信赖的人。

。

(2) 目光集中，不要游移不定。

当目光游移不定时，通常会被认为是轻浮或不诚实的一种表现，并且客户会对这种游移的销售人员格外警惕和防范。

这样结果显然会拉大彼此间的心理距离，从而会为良好的沟通设置了一道难以跨越的障碍。

(3) 学会用真诚的微笑打动客户。

微笑是销售人员与客户进行沟通的一种必需工具。

实际上，微笑是世界上的一种通用语，无论彼此在语言表达方式上，还是在生活习惯等方面上存在多大区别，彼此间的那种真诚的微笑常可以消除一切隔阂。

希尔顿饭店的创始人希尔顿先生在很早就对微笑的商业意义表示了极大地关注，即便是在全球经济大萧条时期，他也要求希尔顿饭店内的所有员工都对前来光顾的旅客献上最真诚、最温柔的微笑。

时至今日，他所创立的希尔顿酒店仍然蒸蒸日上。

每个人都会微笑，但微笑是有讲究的，并不是所有人的微笑都能轻易地打动客户。

首先，销售人员应该注意微笑并不是简单的一个脸部表情，它应该把整个人的精神面貌体现出来。

所以，销售人员必须要发自内心地微笑，不要空有一副“职业性微笑”，而内心却厌恶和排斥某一客户。

其次，在微笑的同时还要注意自己内在的涵养和素质的表现，既要让客户在彬彬有礼的微笑服务中感受被尊重和关爱，还不能让客户感到一种客气和生疏。

另外，在微笑时，尽量不要发出声音，也不要表现得过于夸张，否则客户会觉得很不舒服。

(4) 学会用得体的动作增加客户的好感。

无论是一次充满热情的握手；一次轻轻地点头，还是稳健的步伐，都可以达到增加客户好感的目的。

同样，如果销售人员的动作不够礼貌和得体的话，则会使客户感到不舒服。

由此可见，销售人员在与客户沟通时，一定要注意自己的一言一行。

比如，当你在销售汽车或家用电器等产品时，可以用手细心的进行触摸产品，以让客户能够感受到它的质感和价值。

为了防止无意间作出某种令客户感到不舒服的动作，销售人员需要在平时就要练习坐、立、行、走的端正姿势，并且身体各个部位的动作幅度不要太夸张等。

<<顶级销售员口才成交术>>

编辑推荐

《顶级销售员口才成交术(经典珍藏本)》：提示销售成交密码，掌握销售口才技巧，提升销售实战能力。

有好口才，让你迅速掌握与客户建立信赖感的谈话技巧；拥有好口才，让你能迅速赶走客户内心对产品的疑惑；拥有好口才，帮你巧妙处理和各种客户之间的冲突、矛盾，牢牢稳住新老客户的眼球；拥有好口才，让你快速成为具有超强说服力的顶尖销售人员，无往而不胜。

一切成交能源于语言善辩的销售口才！

<<顶级销售员口才成交术>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>