

<<每天学点销售口才>>

图书基本信息

书名：<<每天学点销售口才>>

13位ISBN编号：9787506487030

10位ISBN编号：7506487039

出版时间：2012-7

出版时间：中国纺织出版社

作者：李津

页数：267

字数：249000

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>

## <<每天学点销售口才>>

### 前言

在欧美一些发达国家，会说话一直被认为是世界上最有力量的一种表现。对于销售来讲，说话也是一件最有力量的武器。说话在销售中起的作用是非常大的，要想成为一位优秀的销售人员，不会说话是不行的。在竞争激烈的社会中，良好的口才与沟通能力，是销售成功的关键因素。可以说，不会说话就做不好销售。

说话，不仅是一种生理功能，更是一种综合能力。会说话的人，纵然口若悬河，滔滔不绝，听者也不以为苦；纵然只言片语，一字千金，也能绕梁三日。语言真是神奇，一句话说得好，就可能福从口入；一句话说得不好，也可以祸从口出。一句话可化友为敌，引发一场争论甚至导致一场战争；一句话也可以化敌为友，冰释前嫌，带来事业的成功。

美国的“超级推销大王”——弗兰克·贝特格总结30年推销生涯的经验，得出“交易的成功，往往是口才的产物”的结论。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，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。

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。

那么，销售员怎样才能会说话、练就一副好口才呢？口才并不是一种天赋的才能，它是靠刻苦训练得来的。

所以销售员需要充分了解自己的产品信息，把握客户的心理，然后通过适当的技巧，不断地在实践中锻炼，以提高自己的语言能力。

销售话语涵盖说话技巧、销售开场、介绍产品、向顾客提问、应对讨价还价、消除异议、应对不同客户、促成交易、电话销售以及售后用语等方面。

本书正是从这些方面入手，结合大量贴近实际的销售事例并总结出要点，为进入和正在从事销售职业的朋友提供切实可行的具体方法。

相信你读了本书之后，说服能力将会得到大幅度的提升，成为最棒的说服高手。

## <<每天学点销售口才>>

### 内容概要

说话在销售中起着巨大的作用，想成为一位优秀的销售员，不会说话是不行的。在竞争激烈的社会中，良好的销售口才与沟通能力，是成功的关键因素。销售涵盖说话技巧以及销售开场、介绍产品、向顾客提问、应对讨价还价、消除异议、应对不同客户、促成交易、电话销售、售后用语等方面。本书正是通过这些方面，结合了大量贴近销售实际的事例，为进入和正在从事销售工作的朋友提供切实可行的具体方法。相信你读了本书之后，说服能力将会得到大幅度的提升，成为最棒的说服高手。

## <<每天学点销售口才>>

### 书籍目录

#### 第一章

货卖一张嘴，全凭舌上功——销售员应该先懂说话再做销售

妙语一句财源滚滚，拙言一语前功尽弃

销售谈话的百分比——听65%，问20%，说15%

说“我们”比说“我”更有亲切感

会说话，卖鱼钩也能卖出轿车

口才对于销售工作举足轻重

临门一脚：助你拿下订单的5种武器

“能说会道”是修炼的结果

#### 第二章

声音要具有感染力——销售员用怎样的声音说话

有感染力的声音最受欢迎

如何把握好说话的节奏

谈话时的语气很重要

适当地应用停顿

熟练控制说话的语调

使用设问句时的语气

#### 第三章

赞美说得好，产品更畅销——销售员怎样赞美顾客

把客户夸高兴了再谈业务

用赞美体现客户的重要性

赞美要挠到客户的“痒处”

抓住机会去赞美，产品就畅销

赞美不是拍马屁

赞美言不由衷，容易适得其反

#### 第四章

倾听是种无言的说服——销售员怎样倾听

用倾听打开推销之门

乐于倾听客户说话，订单就会不请自来

别让客户插不上嘴

倾听，让客户息怒的最有效办法

适时适度地保持沉默

#### 第五章

幽默是销售成功的“金钥匙”——销售员怎样秀幽默

以轻松的幽默接近客户

修辞，给你的幽默加点料

幽默，助你应对各种情况

利用幽默营造愉快的沟通氛围

如此幽默要不得

不失时机地来一句幽默

#### 第六章

销售，从“心”开始——销售员怎样把握客户心理

千万不要带给客户丝毫的负面情绪

抓住任何客户都会有的心理特点

与客户情绪同步

## <<每天学点销售口才>>

察言观色，把握交流方向

言谈举止间，让客户感到备受重视

### 第七章

把话说到客户心坎儿上——销售员怎样运用语言艺术

说话不单纯是表达内容

尽量多用一些积极的措辞

会说话是一门艺术

向客户表达你的认同心

不要与客户争论

### 第八章

说话要有技巧——销售员怎样运用表达技巧

有时语气不妨强硬一些

推卸责任的话不能说

假设已经成交

不要强调自己不说假话

不要循规蹈矩地接近顾客

欲擒故纵的销售口才

### 第九章

好的开场白是销售成功的一半——销售员怎样开场

如何说好开场白的第一句话

初次见面，可以不谈销售

寒暄是开场白的开场白

一开始就激发客户的好奇心

用利益作为开场白

销售员的10种经典开场白

### 第十章

让客户对你的产品一见钟情——销售员怎样介绍产品

声情并茂地介绍产品

卖产品不如卖效果

不一定非要掩饰产品的缺点

切忌过分夸大产品优点

巧用参照物，让客户感觉真便宜

### 第十一章

找准池塘捞大鱼，问对问题挣大钱——销售员怎样向顾客提问

说服的最高境界是提问题

用问题表示你很关注对方的利益

马上助你业绩翻番的“选择题销售法”

引起客户的兴趣和认同

正确提问，才能把握客户的需求

这样问话不招顾客存戒心

提出的问题要专业

积极提问，赢得订单

### 第十二章

让客户明白“一分价钱一分货”——销售员怎样应对讨价还价

报价的时机要选对

不要在开始就报价过低

购买数量多，客户要求降价时的应对

## <<每天学点销售口才>>

客户已经来过几次，但因价格原因迟迟没买

让客户明白“一分价钱一分货”的道理

面对客户的一再砍价，如何保证最大利润

运用“金额细分法”报价

掌握客户的喜好程度，对价位进行弹性控制

### 第十三章

嫌货才是买货人，化解拒绝就成交——销售员怎样消除异议

弄清产生异议的原因

会恭维才能让客户主动说“是”

绝不与客户发生争执

巧妙应对客户的过激异议

客户异议有真有假

重视客户陪同者的意见

### 第十四章

每位客户都有自己的软肋——销售员应该如何应对不同客户

对爱争论型的客户需要让他三分

面对“话痨”型客户，借他一双耳朵

对多疑型的客户需要坦诚相待

如何面对冷漠型的客户

对挑剔型客户需理性应对

对待似懂非懂型客户的语言技巧

对事事皆通型的客户需要理顺自己的销售头绪

对谨慎型客户需要多给建议

### 第十五章

成交才是硬道理——销售员怎样促成交易

巧用激将法促成交易

与客户双赢方可成交

告诉客户产品的畅销情况，使其关注

敢于向客户要订单

告诉顾客这是“最后的机会”，促使其快速成交

考虑周全，适度让步促成交易

### 第十六章

会说话，电话沟通拿订单——销售员怎样进行电话销售

电话销售如何开口

跨越电话沟通的障碍

激发客户的购买欲望

如何拨打陌生拜访电话

电话中人和事的确认

### 第十七章

将销售进行到底——销售员怎样使用售后用语

发生意外事故，客户要求退货

向客户征询反馈信息

明明是客户误解了产品，他却说误导

由于有受骗的感觉，客户来找销售员吵架

由于客户使用不当，使产品出现问题

客户抱怨产品不好，要求退货

不做“一锤子买卖”，成交后说声“谢谢”

<<每天学点销售口才>>

.....

## &lt;&lt;每天学点销售口才&gt;&gt;

## 章节摘录

临门一脚：助你拿下订单的5种武器 不论销售员们采用什么方法与客户沟通，都是为了拿下订单，成功销售。

如果把与客户沟通比喻成踢足球的话，那么促成成交拿下订单的瞬间就是“临门一脚”。无论我们在成交阶段之前的工作做得如何成功，假如没有这“临门一脚”，一切努力都是白费。

为了让我们的一切努力都能有所回报，针对这最为关键的“一脚”，我们通过研究和实践总结了助你拿下订单的5种武器，希望你在“临门一脚”时，能够直捣龙门，破网得分。

1.制造紧迫感 针对一些畅销的产品，销售员故意说一些不确定的话，令客户产生紧迫感，并最终下定决心购买，这就是“制造紧迫感成交法”。

一天，阿里纳去逛商场，看上了一件十分心仪的西服，但价格有些贵。于是，他问商场销售员可不可以便宜一些。

没想到销售员居然这样说：“先生，您真有眼光，那套西服的面料、款式都很好，是我们这里最畅销的产品，都快要脱销了。

我们仓库里可能都没有现货了，我先给你查一下。

”听到这里，阿里纳害怕一会儿衣服就会被别人买走了，所以顾不上还价便连忙对销售员说：“赶紧查，价格不是问题，只要有，我马上就买！”

”这位销售员真是一位制造紧迫感的高手，如果你是销售员，就必须学会在适当的时候，给客户制造制造紧迫感。

2.价格对比 把两个不同时间、不同地点、不同前提条件下的合作方式同时列举出来，进行对比，最后让对方选择一个对其更有利的条件进行促成，这就是“对比成交法”。

例如，“今天是三八妇女节，这些保健品面向妇女特价优惠，您刚才看中的口服液，平时每盒都要500元，现在才200元。

您看来几盒？”

”听到这样的话，客户可能会觉得很实惠，说不定一下子就会买上个三五盒。

3.回马枪 “回马枪”是指在客户最后放弃成交之前，销售员要求对方提供帮助，希望获得机会后再伺机而动的成交方法。

当我们想尽各种办法，对方依然一口回绝而无法成交时，不妨使用这一办法。

罗恩向一位客户推销，谈了很久依然没有办法成交，最后搞得双方都有些不耐烦了。

好在罗恩还算经验丰富，主动对客户说：“看来咱们今天是无法达成一致了。

不过没关系，买卖不成仁义在嘛！

今天交了您这个朋友我非常开心，希望以后我们有机会合作，那我就先告辞了。

”说完，罗恩就起身往外走。

即将走出门外时，罗恩突然转身折了回来，走到客户面前诚恳地说：“今天没有达成合作没有关系，我从事这个行业时间还不是太久，能不能给我提点意见，看我哪里还做得不够好，以便以后我能做得更好。

帮帮我，你看好不好？”

”客户看到罗恩虔诚的样子，于是说道：“你的产品也不是不好，说实在的，主要是……”针对罗恩的产品，客户提出了自己最为担心的一个问题。

罗恩一听心想：“原来是这么回事啊！”

”然后，他故意夸张地说：“原来是这个问题啊。

刚才怪我没有说清楚，来，我给您再说一遍……” 最后，罗恩拿下了这笔订单，而且赢得了一个长期客户。

“回马枪”成交法实际上是再创造一次和客户沟通交流的机会。

当推销看似已经结束，而你又转身折回时，客户已经放下了戒心，他这时说出来的话可能才是他真正抗拒的原因，也是先前未能成交的最大障碍。

当推销员正好又能解决这个问题时，成交自然水到渠成。



## <<每天学点销售口才>>

4.解疑反问 “解疑反问”就是认真地倾听客户在购买产品前的所有疑问，并一一进行解答，排除客户的所有疑问，最后，你再用一个问题进行反问来结尾，从而直接促成交易的成交方法。

例如：“杰克先生，交货期限是不是您关心的最后一个问题？”

如果我们能够保证在约定的时间内完成订单，那我们现在是不是就可以签订合同？”

5.施危机，给动机 所谓“施危机，给动机”，就是指在推销产品时，不只是强调产品的质量与服务，以及强调产品的好处，还要强调如果不买产品会有什么样的损失，让顾客产生危机感，从而产生购买的欲望，最终下定决心购买产品。

人的行为都是为了追求快乐和逃避痛苦。

因此在销售产品时，你一定要强调，产品的价值就是产品给他带来的快乐，而不购买产品带来的损失就是痛苦。

当他想逃离痛苦的时候，购买的动力将会马上增大。

以上五种武器威力强大，都是属于“临门一脚”的实在功夫，如果能配合以妥帖的说话技巧，拿下订单的成功率将会大大增强。

“能说会道”是修炼的结果 人类通过语言这一种交际工具进行感情和思想交流，并且还通过语言的交流保持了和谐的关系。

对于一名销售员来说，语言就成为了与客户沟通的媒介，一切销售活动都是通过语言来建立起最初联系的，并且使销售活动不断展开，最终达到销售的目的。

1.销售员的语言修炼 (1) 注意语言的礼貌性。

销售员的语言礼貌性主要表现在敬语的使用上。

敬语的最大特点是彬彬有礼、热情庄重。

销售员常用答询用语。

当回答顾客的询问时，要做到热情有礼貌，口齿清晰，语气委婉。

无论是顾客提出什么样的问题和要求，都不允许销售员表情冷漠、有气无力，或不懂装懂、答非所问。

回答客户的询问时，常用的礼貌语言如下。

“对不起，您想要的商品暂时缺货，如果方便的话，请您留下联系方式，一有货我会马上通知您，好吗？”

“对不起，目前我们不经营这种商品，请您到别的地方去看看吧。”

“对不起，您说的方言我听不懂，请写在便条上，好吗？”

“请您放心，我们一定会想办法解决的，办好后我会立刻打电话通知您。”

销售员常用道歉用语。

在使用道歉用语时，应做到态度诚恳、语气温和，用自己的诚心实意取得客户的谅解。

不能推脱责任，也不能得理不让人，更不能有戏弄客户的行为。

道歉时，常用的礼貌语言如下。

“请稍等一会儿，我给您换一个。”

“对不起，是我拿错了，您需要的是哪一种，我再拿给您。”

“非常抱歉，刚才是我说错了，请原谅。”

“真不好意思，让您多跑一趟。”

销售员常用解释用语。

当客户提出的一些要求无法满足，或者是在工作中出现了某些问题时，就应该对客户进行解释。

解释时，态度要耐心、细致、诚恳及和蔼，语言得体委婉、以理服人，不能用刺激、生硬、过分的语言伤害客户，更不能漫不经心，对顾客不负责任。

解释时，常用的礼貌语言如下。

“请原谅，按规定这种商品是不能试用的，如果试用的话，将会影响再出售的。”

“先生（小姐），请您放心好了，如确属质量问题，包退包换。”

“对不起，让您久等了，经过反复的核实，我们没有少找您钱。”

(2) 注意措辞的修饰性。

## &lt;&lt;每天学点销售口才&gt;&gt;

销售员应充分尊重客户的人格和习惯，不能讲有损客户自尊心的话，这就要求销售员必须注意语言的措辞。

措辞的修饰性主要表现在谦恭语和委婉语两方面。

谦恭语是谦虚、友善的语言，表现对对方的尊重，常用征询和商量式的语气；委婉语是用含蓄、好听、使人少受刺激的代词，代替禁忌的词语，用曲折的方式来表达双方都知道的、但不愿点破的事物。

(3) 注意语言的生动形象性。

销售员的语言不该是呆板的，不能总是机械地回答问题，要懂得幽默。

这是因为生动幽默的语言能使气氛和谐、感情融洽，自然就会给顾客留下深刻的印象。

有位销售员在市场上推销一种灭蚊剂，他滔滔不绝的演讲吸引了一大堆客户。

突然有人向他提出一个问题，说：“你敢保证这种灭蚊剂能把所有的蚊子都杀死吗？”

这位销售员机智地回答，说：“不敢，在你没打药的地方，蚊子照样活得很好。”

这句玩笑话让客户愉快地接受了他的推销宣传，几大箱灭蚊剂很快就销售一空。

(4) 注意表达的随机性。

要想让客户感到高兴和满意，销售员在使用服务用语时还要注意学会察言观色，善于观察顾客的反应，并针对不同的场合、对象，说不同的话，这样是很有利于沟通和理解的，并且这样就能够避免可能出现的矛盾或使矛盾得到缓和。

掌握辨别客户身份和应对客户的不同情况的技巧是很有必要的。

要通过客户的服饰、语言、肤色及气质等方面的特点去辨别客人的身份；通过客户的面部表情，语调的轻重、快慢，走路姿态和手势等行为举止去领悟顾客的心境；遇到语言激动、动作急躁、举止不安的顾客，要特别注意使用温柔的语调和委婉的措辞；对待客户投诉，说话要特别耐心，有礼貌；要设身处地替客户着想，投其所好，善于揣摩顾客的心理，以灵活的语言应对客人。

2. 销售员常见的语言问题 无论是刚入行的销售员，还是一名久经沙场的销售员，在面对顾客的过程中，难免会有一些不恰当的地方。

下面是一些在销售过程中的典型问题，以供大家参考。

(1) 语速过快、吐字不清晰。

有很多销售员在面对客户的时候，说话的速度会比平时快三分之一多。

可以想象，有很多客户一定是如坠云端、不知所云。

当你讲完的时候，他对产品的基本概念都没有形成，更不要奢望在他的脑海里留下深刻的印象了。

在顾客对你的产品还没有基本了解的时候，就希望他决定购买，这肯定是不可能的。

另外，刚入行的新人在这方面出现的问题较多。

出现这种问题的原因主要是他们面对客户时有些紧张，即其心理素质还未过关。

所以，如果想要成为一名优秀的销售员，首先要培养良好的心理素质，在任何情况下都要稳住心神，不能急躁。

给顾客作介绍的时候，语速应该比平时说话慢一点，并且在说不同方面的问题时，要做短暂停顿，重要的地方要重复强调几次，力求让客户听得清楚明白，另一方面，这样做也可以让他在你的展柜前多站几分钟，以使推销成功的概率增大。

(2) 没有条理性。

在向一位客户介绍商品的时候，要涉及很多方面的问题，比如品牌、性能、质量、价格及售后服务等。

那么，先说什么后说什么就很值得探讨了。

很多销售员在讲解时，语言没有章法，显得很混乱，甚至该说的没有说到，不重要的却在反复地说。

比如，在介绍电冰箱时，一般应该按照容量、特性、耗电量、服务及价格依次进行讲解，以及对该款电冰箱的卖点要作突出介绍，并且在说每一个不同方面时，要加上“第一”、“第二”的序列号，以使语言显得更加有层次。

这样让客户感到条理清楚，很容易明白整体情况。

如果发现客户有特别关心的问题，则要把这个问题放在第一位进行详细讲解。

(3) 抓不住重点。

## <<每天学点销售口才>>

不同的客户对商品关心的重点是有所不同的。

有的最关心价格，他希望你能够在价格方面多介绍一些，看看是否有适合他需求的价位，是否可以在标价上面有所折扣，以及是否有促销礼品等；有的人对价格并不敏感，他最关心的是产品的性能，他希望得到更多有关产品性能的信息，希望你告诉他产品有哪些独特之处；有的人最关心质量，他希望你能够多介绍产品的质量；有的人最关心服务，他希望知道在送货、维修等售后服务方面的政策。

如果销售员抓不住顾客关心的重点，而是按照自己的想法给客户讲解，那么就很难得到客户的认可和满意，也就无法激发客户购买的欲望。

总之，要从客户的言语中发现他关心的重点所在，然后对症下药，即在这一点上要作详细的讲解，充分展示出产品的优点。

(4) 不知道该怎样与别的品牌作比较。

出于某种心理，很多客户喜欢说“某某牌子的产品是如何的好”。

遇到这种情况，有的销售员会说，那是个水货牌子，他们的质量很差。

这样类似人身攻击的话语实在是不恰当的。

其实，这样贬低别人并不能抬高自己，并且还可能贬低了自己。

同时，一个明智的客户一定会对你的这种说法十分反感。

但是出于商业竞争的需要，不可避免地要打击对手。

那么，什么样的说法既不引起客户的反感，又能达到攻击对手的目的呢？

最重要的就是突出自己独特的卖点，拿自己的特长和对手的短处比较。

比较的时候要有理有据，要有较强的说服力。

此外，还要勇于承认对手的长处，并且可以说“这一点是我们学习的榜样”。

(5) 热情过度。

过度服务通常是指热情过度。

客户一进门就被拉住或团团围住，你一言我一语，不管客户愿不愿意，就向其喋喋不休地推销，惹人厌烦。

所以，这样做是不会有好结果的。

.....

## <<每天学点销售口才>>

### 编辑推荐

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。本书就是这样一本结合理论与实践的推销员口才实训书。

<<每天学点销售口才>>

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>