

<<销售要有好口才>>

图书基本信息

书名：<<销售要有好口才>>

13位ISBN编号：9787115225382

10位ISBN编号：7115225389

出版时间：2010-5

出版时间：邹华英、方华明 人民邮电出版社 (2010-05出版)

作者：邹华英，方华明 著

页数：227

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>

## <<销售要有好口才>>

### 前言

“一人之辩，重于九鼎之宝；三寸之舌，强于百万之师。

”从古至今，口才在人类的文明发展史上起着举足轻重的作用。

随着销售行业的迅速发展，口才在销售活动中的作用越来越突出。

一位世界推销大师一针见血地指出：发生在金牌销售人员身上的奇迹，有80%是由口才创造的。

一流的口才是金牌销售人员建功立业的法宝！

做销售，不仅需要精明的头脑，也需要有好的口才。

好口才可以吸引客户的注意力，可以激发客户的兴趣和购买欲，可以缓解销售气氛，可以帮助销售人员掌握洽谈的主动权，可以给客户带来愉悦的享受，可以推动交易的达成……俗话说：“买卖不成话不到，话语一到卖三俏。

”要成为出色的销售人员一定要拥有出色的口才，因为只有拥有出色的口才，才能够让客户感受到你的魅力并乐于购买你的产品和服务。

口才的影响力贯穿于销售工作的整个过程，对销售的成败具有决定性的影响。

销售活动实质上就是销售人员说服和引导潜在客户接受其观点并购买其产品和服务的过程。

无论是接近客户、引起注意、培养兴趣，还是示范产品、激发购买欲望、克服各种成交障碍，销售的每一个阶段、每一个环节几乎都在考验着销售人员的口才。

因此，销售人员熟练掌握和运用各种语言艺术，是提高销售业绩的关键所在。

那么，销售人员怎样才能练就一副好口才呢？

世界推销大师戴尔·卡耐基说：“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。

”出色的口才完全可以通过学习和训练获得。

基于此，本书从实用性出发，针对销售工作中最常见的口才问题，结合实际案例，为刚刚进入销售行业和正在从事销售工作的朋友提供了切实可行的提高方法，希望可以帮助你提高说话的水平，进而提高销售业绩，成为一名优秀的销售人员。

一本书的完成需要很多人的默默支持与奉献，闪耀的是集体智慧的光芒，其中铭刻着许多艰辛的努力，凝结着许多辛勤的劳动和汗水。

本书在编写过程中，得到了十多位营销总监和各行各业金牌销售人员的支持和帮助，他们是邹华英、董全才、谷桂琴、张书兰、王零雁、彭素英、彭易生、周静、吕三元、吕梅英、陈霖、曾建华、邓珠江、肖志勇、蒋伟民、王春红、唐锦群、刘兴国、高君、张旭东。

在此向他们致以诚挚的谢意。

由于编写和出版时间仓促，以及编者水平所限，书中不足之处在所难免，诚请广大读者批评指正。

## <<销售要有好口才>>

### 内容概要

《销售要有好口才》从实用性出发，针对销售工作中最常见的口才问题，结合实际案例，为刚刚进入销售行业和正在从事销售工作的朋友提供了切实可行的具体方法，实用性强，随学随用。

做销售，不仅需要有精明的头脑，也需要有好的口才。

俗话说：“买卖不成话不到，话语一到卖三俏。

”出色的口才是销售成功的有力保证。

众多销售大师的实战经验告诉我们，销售口才是完全可以通过学习和训练逐渐获得并提高的。

《销售要有好口才》适合销售从业人员、培训师使用。

## &lt;&lt;销售要有好口才&gt;&gt;

## 书籍目录

- 第一章 说好开场白，就是销售成功的一半 11. 好的开场白是成功的一半 12. 以“特殊的名片”介绍作为开场白 23. 一开始就激发客户的好奇心 44. 寒暄是开场白的开场白 75. 用利益作为开场白 106. 与众不同的开场白 127. 销售人员的10种经典开场白 19
- 第二章 积极提问，赢得订单 25. 1. 掌握提问技巧的好处 25 2. 销售人员10种正确的提问方式 26 3. 问得越多，成功的可能性就越大 30 4. 用“二选一法”提问 31 5. 多做开放性的提问 34 6. 用提问接近客户 35 7. 在假定客户已经决定购买的基础上提问 36 8. 站在帮助客户解决问题的角度来提问题 39 9. 站在关爱的角度去问 41 10. 问出你的热情 42 11. 问出客户的需求 44 12. 多问客户几个“为什么” 46 13. 多问客户“除此之外” 48 14. 巧妙提问，让对方自己回答问题 51
- 第三章 用赞美打动客户 55 1. 每个人都渴望被赞美 55 2. 用赞美法接近客户 57 3. 赞美要恰到好处 60 4. 找到客户的可赞美之处 63 5. 赞美，要善于找到对方的亮点 66 6. 赞美要建立在真诚的基础之上 68 7. 用赞美获得客户的好感和信任 71 8. 用赞美堵住客户的口 72 9. 用赞美激励你的客户 74 10. 赞美竞争对手更易赢得信任 76 11. 借用第三方的口来赞美 77
- 第四章 幽默是销售成功的“金钥匙” 81 1. 以轻松的幽默接近客户 81 2. 用幽默的语言来讲解 83 3. 不失时机的幽默 85 4. 在客户面前保持幽默感 86 5. 掌握幽默的语言与技巧 88
- 第五章 以谦虚的姿态向客户请教 91 1. 以“请教接近法”接近客户 91 2. 以谦虚的姿态向客户请教 93 3. 通过请教可以赢得客户的信任 95 4. “我今天不是来推销东西，是来请您帮忙的” 97 5. 满足客户的自尊心 100
- 第六章 会说的同时还要会听 103 1. 对销售而言，会说的同时还要会听 103 2. 用倾听打开你的推销之门 105 3. 认真倾听胜过一味地推销 108 4. 善听比善辩更重要 110 5. 不要随意打断客户的话 112 6. 用倾听来化解客户的抱怨 113 7. 善于倾听客户的意见和建议 117 8. 耐心地倾听是平息客户怒气的好方法 120 9. 沉默是无言的口才 122 10. 沉默是金，喋喋不休的销售人员会令人反感 124
- 第七章 以饱含深情的小故事打动客户 129 1. 故事的力量 129 2. 讲一些动人的故事去点醒客户 131 3. 用形象的比喻打动客户 134 4. 以故事的作用力促成交易 137 5. 让客户自己说服自己 138
- 第八章 介绍产品的口才艺术 141 1. 介绍产品的方法与技巧 141 2. 介绍产品时要突出卖点 142 3. 站在客户的角度去考虑问题并介绍产品 146 4. 介绍产品能给客户带来的好处 149 5. 充分调动客户的想像力 153 6. 以专家的身份介绍产品 155 7. 对自己销售的产品要有信心 157 8. 用讲故事的方法来介绍 159 9. 用列举数字法介绍产品 161 10. 用客户听得懂的语言来介绍 162 11. 让第三方为你说话 164 12. 介绍产品不一定非要回避缺点 166 13. 尽可能地让客户亲身参与，感受产品 169
- 第九章 讨价还价有学问 173 1. 等时机成熟时再报价 173 2. 运用“金额细分法”报价 174 3. 说实话实说报价法 177 4. “利益共有法”谈价法 178 5. “以退为进”谈价法 179 6. “避直就曲”谈价法 180 7. “先紧后松”谈价法 181 8. 让客户明白“一分价钱一分货”的道理 183 9. 如何处理客户对价格的抱怨 185 10. 如何处理价格异议 187
- 第十章 巧用激将法，激起客户的购买欲望 191 1. 巧用激将法 191 2. 用激将法帮助客户下决心 194 3. 运用激将法时要避免伤害客户的自尊心 196 4. 制造适当的紧张气氛 197 5. 不失时机地刺激客户的购买欲望 201 6. 刺激客户的欲望时要多说 203 7. 激起客户的需求要多提示 204 8. 运用暗示推销法激发客户的需求 206 9. 运用从众成交法，激发客户攀比心理 208
- 第十一章 这样说话，客户没法拒绝你 213 1. 客户说“我要好好考虑”时怎么办 213 2. 客户说“没带钱”时怎么办 216 3. 客户说“对不起，我没有时间”时怎么办 217 4. 客户说“我不需要这东西”时怎么办 219 5. 客户说“过段时间再来吧”时怎么办 221 6. 客户说“我需要得到总公司同意”时怎么办 222
- 参考书目 225

## &lt;&lt;销售要有好口才&gt;&gt;

## 章节摘录

产品展示式开场白销售人员利用夸张的动作来展示产品的特点，是最能引起客户注意的。一名消防用品销售人员见到客户后，并不急于开口说话，而是从提包里拿出一件防火衣，将其装入一个大纸袋，随即用火点燃纸袋，等纸袋烧尽后，里面的衣服仍完好无损。这样的展示使客户产生了极大的兴趣。

卖高级领带的售货员光说“这是××牌高级领带”，这是没有什么效果的。但是，如果把领带揉成一团，再轻易地拉平，说“这是××牌高级领带”，就能给人留下深刻的印象。

赠送礼品式开场白很少有人会拒绝免费的东西，用赠品作敲门砖，既新鲜又实用。

借用第三方作开场白销售人员在与客户洽谈时，不妨告诉客户，是第三方（客户的亲友）要你来找他的。

这是一种迂回战术，因为每个人都有“不看僧面看佛面”的心理，所以，大多数人对亲友介绍来的销售人员都很客气。

“马先生，您的好友××先生要我来找您，他认为您可能对我们的印刷机器感兴趣，因为这些产品为他的公司带来了很多好处与方便。

”打着别人的旗号来推荐自己的方法，虽然很管用，但要注意，一定要保证确有其人其事，绝不可以自己杜撰，否则，客户一旦查对起来，就要露出马脚了。

为了取信客户，若能出示引荐人的名片或介绍信，则效果更佳。

名人效应式开场白人们的购买行为常常容易受到其他人的影响，销售人员若能把握客户的这种心理，好好地加以利用，一定会收到很好的效果。

“李厂长，××公司的张总采纳了我们的建议后，公司的营业状况大有起色。

”以著名的公司或人为例，可以壮自己的声势，特别是，如果你举的例子正好是客户所景仰或性质相同的企业时，效果会更显著。

假设式开场白假设式开场白指的是将产品最终能带给客户的利益或好处，转换成一种提问的形式来询问客户，借此让客户在你一开始进行产品介绍时，就能产生好奇心和期待感。

举例来说，假设你的产品可以节省客户的某些成本开支和增加他们的利润，那么在你一开始接触客户时，你可以直接问：“先生，如果我有一种方法能够帮助您每月提高1000元的利润或节省1000元的开支，请问您会有兴趣抽出10分钟的时间来了解吗？”

”使用这种提问方式，让客户给你一个机会介绍你的产品。

而当你介绍完产品之后，只要你可以证明它能够达到你最初所承诺的效果，那么这个客户就一定会对你的产品或服务产生兴趣。

或者你可以问：“假设我有一种方法可以帮助你们公司提高20%~30%的业绩，而且这一方法经过验证之后真正有效，你愿不愿意花几百元钱来投资呢？”

”在这种情况下，如果客户的回答是肯定的，那么接下来你所要做的就是去验证你的产品和服务能否帮助客户提高他们的业绩，那么，他们自然就能够做出购买的决定了。

找出在你的产品销售过程中最常见的客户抗拒点，这样，在你销售时可以使用假设提问法来询问你的客户，促使他们下决心购买你的产品。

例如你所销售的是健康食品，而一般最常见的抗拒点是客户可能怀疑产品的有效性，那么你可以一开始就问他：“如果我能证明这一产品确实有效，您是不是会有兴趣购买呢？”

”使用这种假设提问法，让客户自己承诺说：“只要……，我就会买。

”这样，只要你能证明产品是有效的，客户购买的意愿自然就会增加。

任何一位客户都是不能被别人说服的，能够说服他的只有他自己。

## <<销售要有好口才>>

### 媒体关注与评论

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。

——推销大师戴尔·卡耐基 抓住人心的捷径，在于以对方最关心的问题为话题。

——卡耐基 要是你想达到你的目的，最好用温和的态度与对方讲话。

——莎士比亚 发生在成功人物身上的奇迹，至少有一半是由口才创造的。

——汤姆士

## <<销售要有好口才>>

### 编辑推荐

《销售要有好口才》：一位世界推销大师一针见血地指出：发生在金牌销售人员身上的奇迹，有80%是由口才创造的。

那么，销售人员怎样才能练就一副好口才呢？

世界推销大师戴尔·卡耐基说：“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。

”《销售要有好口才》从实用性出发，针对销售工作中最常见的口才问题，结合实际案例，为刚刚进入销售行业和正在从事销售工作的朋友提供了切实可行的提高方法，希望可以帮助你提高说话的水平，进而提高销售业绩，成为一名优秀的销售人员。

在竞争激烈的社会中，良好的推销口才与沟通能力是销售成功的关键因素。

著名推销大师戴尔·

卡耐基曾说：“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。

”现如今，随着销售行业的迅速发展，人们越来越重视口才方面的能力培养，越来越崇尚“知识就是财富，口才就是力量”的理念。

会说话，巧说话。

好口才不仅是你成功推销的助推器，也是你施展个人魅力的制胜法宝。

<<销售要有好口才>>

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>