

<<这样说一定成交>>

图书基本信息

书名：<<这样说一定成交>>

13位ISBN编号：9787515903057

10位ISBN编号：7515903058

出版时间：2012-11

出版时间：中国宇航出版社

作者：国君

页数：232

字数：181000

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>

## <<这样说一定成交>>

### 前言

在当今社会，销售是一份很常见的工作，其中有人能够取得很好的业绩，有人却只能拿底薪。不管你是销售老手，还是新手，相信都有一个问题会缠绕着你，那就是：如何说，客户才会买。那么这本书告诉你，在销售中如何靠说话赢得订单。

首先，这里要搞清楚一个问题，那就是何为销售。

也许你马上就可以回答：不就是卖东西嘛！

很多人都会认同这个答案，但是这个答案并不是完全正确的。

销售是卖东西，这一点不错，但是并不是单纯的“卖东西”，这中间还有很多学问。

小王和小李是同一家公司的销售人员，但是他们的业绩却相差甚远。

其原因是小王口才好，会用不同的话术吸引客户的注意并得到他们的信任，而小李却拙于言辞，业绩迟迟上不去，情绪也日益低落。

有人说，销售就是耍嘴皮子的活儿，这话虽然有点偏激，但也有一定的道理。

销售中若是没有言语的交流，那就不是销售；销售中若是言语使用不当，那就称不上是成功的销售。

所以，说话的技巧在很多时候可以决定销售的成败。

说客户想听的，听客户想说的，只有双方充分沟通，销售成功的几率才会大大增加。

但是，优秀的口才并不是天生的，好的口才都是在掌握了一定的话术技巧之后，在实践中磨练出来的。

只要肯努力，每个人都可以拥有好口才，成为话术高手，进而成为一名成功的销售员。

或许有人会产生疑问：话术在销售中真的有那么重要吗？

客户如果需要的话，即使你不开口他也会买。

如果客户不需要，就算你说得天花乱坠也无济于事。

其实，在销售工作中，这种想法是非常错误的。

实际上，任何人在任何时候都是有需求的，只是有的时候，客户的需求是显而易见的，有的时候甚至连他本人都不清楚，需要你去挖掘。

所以，销售人员在销售过程中，要懂得利用话术让客户说出自己的需求，甚至帮助客户创造需求，达成自己的销售目的。

本书基于销售中经常出现的一些情况，结合大量事例总结归纳了销售话术的知识与技巧。

分阶段、细致地对销售话术进行了分类介绍，非常利于大家用于实战操作。

祝愿每一位销售人员都可以攀上自己事业的高峰。

作者 2012年9月

## <<这样说一定成交>>

### 内容概要

《这样说一定成交》基于销售中经常出现的一些情况，结合大量事例总结归纳了销售话术的知识与技巧，分阶段、细致地对销售话术进行了分类介绍，非常利于大家用于实战操作。全书共分为十章，对开场白、自我推销、客户沟通、客户关系维护、电话营销等各个领域进行了深入探讨，语言通俗易懂，结构清晰合理，是销售人员的入门必备书！

## <<这样说一定成交>>

### 书籍目录

- 第一章完美的开场白：开场话术
  - 吸引客户兴趣的开场白
  - 解除客户戒备的心态
  - 新颖独特的开场白
  - 诚心向客户求教
  - 准确称呼客户
  - 给客户一个见面的理由
  - 开场白话术须知
  - 让客户给你说话的机会
  - 以守为攻，以退为进的开场白
  - 直接告诉客户你的目的
  - 直接说：我是来推销钞票的
- 第二章自我推销：形象话术
  - 用语言塑造自己的品牌
  - 语言要有亲和力
  - 让客户记住你的姓名
  - 让对方接受你
  - “我们很骄傲”的话术
  - 说好每一句话
- 第三章恭维也讲究策略：赞美话术
  - 语言赞美不能吝啬
  - 恭维要适度
  - 赞美的语言要有新意
  - 七成真实，符合话题
  - 赞美要选对目标
  - “坏人”也需要赞美
  - 巧妙赞美赢得客户的好感
  - 赞美之词不可收
- 第四章面对顾客的不同沟通方式：沟通话术
  - 倾听的作用及方法
  - 巧用话术化解客户的心防
  - 长话短说，有话直说
  - 采取先同意客户的策略
  - 告诉客户，给他想要的
  - 给顾客提供选择
  - 用话术引导客户“捡便宜”
  - 让冲动为你带来收益
  - 用数据说话更有效
  - 沟通中需注意的话术
- 第五章如何处理客户的拒绝与异议：协调话术
  - 拒绝是销售的开始
  - 面对客户的拒绝
  - 语言温和地对待拒绝你的客户
  - 找出客户拒绝的真实意图
  - 避免客户的拒绝

## <<这样说一定成交>>

主动提出存在的缺点和异议  
重新拜访拒绝过你的客户  
让客户自己说服自己  
“二选一”应对客户拒绝  
少用“但是”，多用“当然”  
不被客户说服  
让客户说出自己的反对理由  
让客户无法拒绝你  
享受客户的拒绝  
第六章面对客户的讨价还价：价格话术  
如何让客户在砍价中拥有成就感  
不接受第一次的议价  
先强调价值，再谈价格  
说服杀价顾客成交  
如何回应客户的询价  
让降价帮助成交  
讨价还价中的原则  
“嫌货才是买货人”  
第七章维持与客户的关系：维持话术  
说出客户的名字  
让第三方为你说话  
“暗盘优惠”  
如何完美收尾  
客户诉怨的处理  
让客户介绍客户  
如何维护与客户的关系  
第八章如何向客户作出承诺：承诺话术  
情急情况不说错话  
别让承诺成为一种虚设  
告诉对方：对所卖出的产品负责  
把承诺当做原则  
适时给客户承诺  
运用收回承诺的策略  
“一诺千金”  
承诺的技巧  
第九章电话营销如何说：间接话术  
与挡架者搞好关系  
告诉对方足够的信息  
告诉对方通话的理由  
电话预约客户  
独一无二的电话脚本  
电话销售的过关话术  
绕开电话障碍的话术  
电话销售的潜伏话术  
电话销售的迂回话术  
电话销售中如何化解拒绝  
第十章成功的销售人员这样说服客户：成功话术

## <<这样说一定成交>>

不同场合，对不同人说不同话  
以客户的语言介绍产品  
话说三分，为双方留有余地  
说话学会避实就虚  
卖出一份关爱  
坚持自己的原则

## &lt;&lt;这样说一定成交&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：完美的开场白：开场话术对于社会上的每个人来说，不论做什么工作或者做什么事情，好的开始都是成功的一半，这一点毋庸置疑。

对于销售人员来说，更是如此。

销售人员在与客户进行接触时，要先有一个开场白，进而才能与客户深度交谈。

所以，开场白在沟通交流中就显得尤为重要，那么开场白的好与坏就有可能决定这次销售的成功与否。

换一种说法就是，好的开场白，是销售人员成功的开始。

吸引客户兴趣的开场白 开场白的目的是要与客户继续沟通下去，以便促成交易。

好的开场白不但能够引起客户的兴趣，还能够控制客户的内心。

如果开场白不能引起客户的共鸣，那么往往会引起客户的反感。

所以，销售人员要在开场的时候，学会用不同的方式吸引客户的关注。

1.用问句引起客户的兴趣 用问句来吸引对方的注意力是个非常有效的方法。

一个好的提问方式，不但可以引起客户极大的兴趣，还可以使销售员占尽优势，变不利的被动为主动，掌控局势。

销售人员可以在与客户初次见面时，直接提出与客户利益有关的问题，通常客户不会拒绝回答。

比如说：“从贵公司发布的消息上看，贵公司每个月交纳的电费、水费等费用过万元。

那么，您是否有降低这方面花费的打算？”

”“李厂长，您认为公司人员流动性大的原因是什么？”

”（公司员工流动性大是李厂长最为关心的问题之一，显然这位销售员问到了点上）“不知您是否愿意给我5分钟左右的时间，向您介绍一种在短时间内赚取1000美元外快的方法，这能够快速提高您及您家人的生活质量。

这种方法已经有超过10000人实践过，切实可行。

”在运用这一方式来进行开场白时，需要注意，问的问题应该是客户所关心的问题，并且表达明确、清晰，不能模棱两可、似是而非。

只有这样才能引起客户的兴趣，进而促成销售。

2.接近客户的话术：赞美和感激 适当的赞美在任何场合都不会出现太大问题。

销售人员在与客户进行沟通交流之前，要先查找资料了解客户的特点，适当地夸奖客户。

实践中，通过赞美对方既能得到对方对自己的良好印象，也能适当引起对方的注意，以便更快地接近对方，完成销售。

但切忌言不由衷，过度赞美，招致客户的反感。

比如说：“王总，您的办公室如此简洁而有品位，可见您是一个做事干练的人。

”这样的赞美大方、得体、适度。

而如果说成：“王总，您这房子真漂亮！”

”就显然成了拍马屁。

“赵先生，我给您打电话是因为我们在和客户接触时，他们都多多少少会谈到您，这说明您在当地的电子行业中影响力很大，您做得何其成功。

现在，我们公司也在研究、开发各种可以帮助我们客户做生意的方法，所以，我是特意来向您请教和学习的。

”3.优惠法开场白 在开场白中可以运用优惠、赠送、免费等词语来引起客户的注意。

社会上几乎每个人都会关注赚钱及省钱的方法，所以在开场白中可以运用优惠法或者是金钱诱惑法引起他们的兴趣。

比如：“雷厂长，如果有一个方法可以帮您每年在设备维修上节约10万元，您一定很想知道是什么吧？”

”“您好，请问您有兴趣参加我们公司××产品免费试用的活动吗？”

”4.好奇心开场白 心理学研究表明，好奇是人类行为的基本动机之一。

## <<这样说一定成交>>

人们对不了解和不熟悉的事物都容易产生好奇心，有了好奇心就会有一探究竟的强烈愿望。在销售开始的时候，销售人员可以通过设置悬念等方式来引起客户的好奇心，从而使他们有进一步了解的欲望，进而达成销售目的。

比如：“您听说过一种坏了之后依然能用的锁吗？”

”××家电企业推销员对顾客说：“每天只花一毛六分钱就可以使您用上快捷方便又实用的电器。

”顾客对此感到惊奇。

推销员接着讲到：“这个家电需要297.6元。

我厂家电平均寿命为5年，每年365天，这样平均每天的花费只有一毛六分钱。

”



## <<这样说一定成交>>

### 编辑推荐

亲爱的朋友，你知道怎么说能赢得和客户的见面机会吗？

你知道怎样的开场白更吸引客户的兴趣吗？

你知道如何进行成功的自我推销吗？

别急，这本《这样说一定成交》统统会告诉你。

三大理由，让你不得不选择《这样说一定成交》： 1.简单。

语言通俗易懂，将晦涩深奥的话术娓娓道来。

2.实用。

大量真实的案例，让你拿来都可以用。

3.精辟。

本书只告诉你一个道理：要能说，更要会说。

如果你对销售感兴趣，或者你现在正在从事销售岗位，那么这本《这样说一定成交》就是你的从业宝典，是你的职场杀手锏！

<<这样说一定成交>>

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>