

<<销售与口才知识全集>>

图书基本信息

书名：<<销售与口才知识全集>>

13位ISBN编号：9787506486262

10位ISBN编号：7506486261

出版时间：2012-7

出版时间：中国纺织出版社

作者：乔梁

页数：254

字数：248000

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>

## <<销售与口才知识全集>>

### 前言

前言提起销售，可能很多人会说，销售不就是卖商品吗？

不错，销售是卖商品，可它又不仅仅是卖商品那么简单。

销售是一门技术，也是一门艺术，同时它还是一个充满挑战、充满艰辛、更蕴涵着极大成功的职业，不管你信与不信，世界上80%的富翁都曾经做过推销员，推销员作为一种职业，既能充分锻炼个人能力，又能很好地实现个人价值。

如今，从事推销或与销售相关的人员是一个庞大的群体，据一项统计表明：这一群体的人数已接近5000万，也就是说，在中国每二十几个人中就有一名销售人员，并且这个数字还在上升。

随着推销人员队伍的不断壮大，很多销售人员都希望能找到成功推销的捷径。

在如今的市场经济条件下，推销员跟以往街头叫卖的小商贩截然不同，不能仅凭着漂亮的吆喝来招揽顾客。

怎样让客户购买？

良好的推销技巧是推销成功的前提，而口才无疑是推销技巧的核心。

著名成功学大师戴尔·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。

”可以说，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博取自己的一席之地。

口才越来越重要，已成为了适应现代社会的一种发展要求，而这种要求反映在那些需要经常性接触客户的销售人员身上，其意义也就更为重大了。

从本质上来说，销售工作就是要通过说服客户来达成交易。

如果销售人员欠缺相应的口才技巧，就无从与客户进行有效的沟通，也就谈不上对客户的说服，进而也就无法成功地达成交易。

“交易的成功，往往是口才的产物”，这是美国的“超级推销大师之王”——弗兰克·贝特格近30年推销生涯的经验总结。

因此，可以这样说，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。

作为一名优秀的销售人员，一定要做到能用绝妙的语言技巧去吸引客户，用精彩的示范表演赢得客户的信任，用热情的推销态度去打动客户。

本书正是针对销售人员的这种现实需求，有针对性地对相关领域内的知识进行了优化设计与重组，在内容编排与语言表达上也更适合销售人群的需要。

本书理论和实战相结合，让销售人员一看就懂，一学就会，以期帮助销售人员快速提升业绩。

编著者2012年3月

## <<销售与口才知识全集>>

### 内容概要

口才是销售人员梦想成真的基石。

拥有好口才，不愁商品销售不出；拥有好口才，不怕市场拓展不开。

一名优秀的销售人员就像是一位无所不能的魔术师，他能用绝妙的语言技巧吸引住客户，用精彩的示范表演赢得客户的信任，用热情的推销态度打动客户。

?

本书正是针对销售人员的口才上的现实需求，有针对性地对相关领域内的知识进行了优化设计与重组，在内容编排与语言表达上也更适合销售人员的需要。

全书共分销售口才的必备基本功与销售口才的实战攻略两大部分，理论中包含着实战，实战中又不乏理论的支撑，希望它能你的销售业绩倍增，职位直线上升，成为你的精明助手、得力秘书和高级参谋。

<<销售与口才知识全集>>

作者简介

乔梁

社会学博士，现在是河南大学副教授，是情绪管理、压力管理、沟通管理、生涯规划专家，同时还是杰出的培训师，经常受邀到全国各地进行讲座，帮助了許多人、家庭和企业公司。经常在各大报纸和核心期刊发表学术论文。

## <<销售与口才知识全集>>

### 书籍目录

#### 上篇 销售口才之功力必备

口才是销售人员最基本、最重要的武器。

好口才是打开顾客心扉，快速实现成交的通道，是实现销售目标的保证和推动力。

好口才并不是一种天赋的才能，它是可以锻炼出来的，通过最基本的训练，可以做到吐字清楚、语速适中、逻辑清晰、饱含感情。

想要妙笔生花，就要准备好上乘的笔墨纸砚；想要口吐莲花，就要掌握最优秀的口才基本功。

只有掌握好基本功，才能进一步完善口才技巧，提高口才水平，让口才从技术升华为艺术。

#### 第一章 一流的销售离不开一流的口才

做销售，不仅需要精明的头脑，还需要有不错的口才。

俗话说：“买卖不成话不到，话语一到卖三俏。

”好口才不仅是成功销售的助推器，也是你施展个人魅力的制胜法宝。

一个销售员拥有好口才，就是为自己步入辉煌的职业人生加上了一个优质筹码。

一流的口才是销售成功的有力保证

一流的口才是有效沟通的基础

一流的口才能激发客户购买的欲望

一流的口才能促使客户做出购买的决定

一流的口才促进成功销售

一流的口才为你赢得客户

一流的口才使你“步步为赢”

#### 第二章 说话心理：摆正心态

心态决定命运。

心态不同，精神状态就不一样，展现在客户面前的气质和信心也不一样，取得的成效自然也有所不同。

所以说销售人员销售商品，首先是推销自己，而后才是销售产品。

一个销售人员的成长离不开对心态的修炼，只有具备良好的心态，在与客户交谈时才会游刃有余、收放自如。

#### 克服销售中的恐惧心理

自信是成功销售的基石

不达目的绝不罢休

诚信让你的销售之路走得更远

遭“拒绝”是成功销售的开始

销售员的字典里没有“放弃”二字

生意不成礼仪在

#### 第三章 推销自己：让客户对你产生浓厚兴趣

美国推销大王乔·吉拉德曾说：“推销前先推销自己。

”所以，一个成功的营销员首先应该懂得如何推销自己，只有把自己放在一个适当的位置作为推销商品的前奏，取得客户的信任与认可，客户才会放心接受你，才会对你所推销的产品感兴趣，从而促成销售。

#### 推销产品前先推销自己

会说话是一门艺术

## <<销售与口才知识全集>>

在微笑中完成销售

让客户感受到你的关心

激发客户的交谈兴趣

与客户争论是销售的大忌

第四章 会说的同时还要会听

在销售过程中，雄辩是银（而且永远是银），倾听是金。

真正成功、卓越的销售总是从倾听开始的。

倾听不仅是一种美德，而且是一种获取信息的技巧，越懂得倾听，我们就越能越过客户的心理防线，与客户建立起有利于销售的关系。

要学会倾听

全神贯注地去倾听

不要随意打断客户的话

用心“聆听”对方的肢体语言

第五章 用赞美打动客户

赞美是世界上最动听的语言，这种语言如果运用得当，往往能起到意想不到的效果。

很多时候，一句不经意的赞美，就会触动对方最敏感的心弦，令对方感动莫名，心花怒放。

但赞美也要注意技巧，如果运用不当，则会弄巧成拙、令人生厌。

赞美客户会助销售一臂之力

赞美要恰到好处

真诚的赞美没有人会拒绝

借用第三方力量进行赞美

赞美客户要有的放矢

赞美客户的技巧

称赞对手更易赢得信任

第六章 幽默是销售成功的“金钥匙”

幽默可以说是销售成功的金钥匙，它具有很强的感染力和吸引力，能迅速打开顾客的心灵之门，让顾客在会心一笑后，对你、对产品或者是服务产生好感，从而诱发购买的动机，促成交易的迅速达成。

所以，一个具有语言魅力的人对于客户的吸引力可以说是你想象不到的。

推销中的幽默艺术

幽默是最好的促销方式

利用幽默打开客户的心扉

不失时机的幽默

第七章 成功销售的口才诀窍

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？

世界成功学大师戴尔·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。

”

把话说到客户的心里

向客户提问的艺术

记住客户的名字

不可或缺的肢体语言

激将法--成交的撒手锏

第八章 销售人员不能说的话

## <<销售与口才知识全集>>

俗话说“祸从口出”，有些话在某些场合确实不该说。不知道所忌，就会造成失败；不知道所宜，就会造成停滞。这在销售行业也是一样，因一句话而毁了一笔业务的现象比比皆是。所以，销售人员如果能避免失言，业绩肯定会百尺竿头，更进一步。

销售过程中不要急于求成

避免使用专业术语

销售中不能喋喋不休

对产品的推销要客观

第九章 一线万金：来自电话销售的口才

成功的电话销售被戏称为“一线万金”，电话线在销售人员、企业和客户之间建立起一条更高效、方便、快捷的销售沟通渠道。

电话销售能极大提升成交率，再将更多的产品信息传递到目标市场，达成交易的同时降低企业的业务开发费用。

电话销售的流程及技巧

电话销售中的开场白

有效的提问很重要

成功绕过秘书的技巧

电话推销中的语言沟通技巧

电话销售中应注意的事项

第十章 怎样巧妙应对客户的口才

美国著名销售大师凯比特说：“每个人讲话的力量都是巨大的，它能把不可能变成可能，把不利变成有利。

”不同的人有不同的乐于接受的方式，所以要想使自己被别人接受，达到销售的目的，就必须先了解对方乐于接受什么样的方式，针对他们的不同，采取不同的沟通技巧，研究并熟悉他们，努力扩大应对的范围，优化应对方法。

帮优柔寡断的客户做决定

如何应对疑虑重重的客户

应对喋喋不休的客户，直说问题的关键点

应对挑剔型客户的策略

面对寡言型客户，注意观察和引导

应对不同年龄段客户的口才技巧

应对不同性别客户的口才技巧

下篇 销售口才之实战攻略

纸上谈来终觉浅，绝知此事要躬行。

具备了口才知识后就要把这些纸上功夫转化为实战攻略。

好兵是练出来的，好口才也如此，要想成为一名销售精英，就必须经历一番磨练，拥有坚强的意志和不服输的劲头，方能成功。

这是一个循序渐进的过程，不要希望一蹴而就，急于求成，只有把自己置身于真正的销售战场才能练就一对过硬的翅膀！

第十一章 选准池塘钓大鱼--开发客户的口才攻略

客户是企业利润的来源，也是销售人员获得收入的源泉，因此，开发客户是销售人员的重要工作之一。

客户无处不在，就像江海里面的鱼，但鱼是游动的，机会也是在变化的，销售员必须不断变化位置来

## <<销售与口才知识全集>>

寻找“大鱼”，并且在其饥饿的时候投下“鱼饵”，将其“钓”上来。

如何寻找潜在客户

想办法接近你的客户

有效收集客户的相关信息

让老客户做你兼职的推销员

让陌生人对您一见如故

把握好拜访客户的时间

预约客户之道

第十二章 善于与客户套近乎--接近客户的口才攻略

销售大师乔·吉拉德曾说：“如果不走出去与他们接触，你永远无法了解客户，销售是98%

对人的了解，加上2%对产品的认识。

”只有接近客户才能进一步博得客户的信任，这是销售中的重点环节，在销售过程中起着推波助澜的作用，也是双方长期合作的基础。

当面预约客户的方法

利用产品接近客户

利用好奇心接近客户

利用利益接近客户

接近客户时应注意的细节

有效地拜访客户

第十三章 说好开场白，就是销售成功的一半

有人说：“一个吸引人的开场白，就已经使一次销售实现了成功的一半。

”的确，一段精彩的开场白，不仅可以引起客户对自己的重视，还能引起客户对您接下来的言谈举止产生强烈的兴趣。

所以，销售员在与客户沟通的过程中，一段好的开场白能够起到的作用，不仅仅是成功地向客户介绍自己以及自己要推销的产品，还能为后来的良好沟通奠定坚实的基础。

好的开场白是成功的一半

与众不同的开场白

干净利索的开场白

运用有亲和力的开场白

让客户感到惊讶的开场白

用真诚的开场白打动客户

委婉的开场白更易接近客户

销售员常用的开场白

第十四章 产品介绍，让客户对你的产品一见钟情

著名诗人苏轼有首题为《题西林壁》的诗：“横看成岭侧成峰，远近高低各不同。

不识庐山真面目，只缘身在此山中。

”这首诗的寓意是：同样的事物，站在不同的角度去观察，得出的结论是截然不同的。

同样道理，同一件产品在不同客户的眼中也是千差万别的。

所以，一名优秀销售人员的产品介绍不应是死板的、一成不变的，而是要让同一件产品在不同的客户眼中都变成“自己最需要的”。

要熟悉自己的产品

对自己的产品要有绝对的信心

从客户的立场去介绍产品



## <<销售与口才知识全集>>

用“反其道而行之”的方法介绍产品

多塑造产品的价值

在销售的过程中进行产品介绍

产品介绍的五大技巧

第十五章 分析需求：消除客户对产品异议的口才攻略

客户对商品提出异议是销售活动中的一种必然现象，它既是成交的障碍，又是客户有购买意向的征兆。

如果客户没有购买的兴趣和动机，也就不必在商品上多费心思和口舌了。

实际上，客户的反对意见说明他期望与销售人员进行沟通信息。

所以，准确把握并妥善处理客户的异议，是销售人员必须具备的一项基本业务素质。

客户异议的九大类型

应对客户异议的原则

消释客户异议的五大语言技巧

巧妙处理客户的异议

无道理的客户异议和拒绝方式

第十六章 应对借口：把拒绝变成销售机会的口才攻略

你有的时候成功，有的时候失败，有的时候甚至连参赛资格都没有。

无论如何你都会面对客户的拒绝，因为拒绝是客户的自由。

其实，拒绝并不可怕，相反，它正是客户认可的开始，是销售机会诞生的萌芽。

在面对客户拒绝的时候，只有抓住客户的心理，才可能顺利地跟他成交。

应对“我要考虑考虑”的借口

应对客户“别家更便宜”的借口

应对“我很忙，请改天再来”的借口

应对“我到别家再看看”的借口

应对“回家跟我老婆商量”的借口

第十七章 价格博弈：巧妙应对客户讨价还价的口才攻略

客户的讨价还价就像一支美丽却让人心碎的恋曲，永远伴随着自己的左右。

买方在货比三家后总是要求物美价亦廉，卖方则口干舌燥地宣称物超所值，以争取更高的成交价格；

买方动辄以价高为借口“移情别恋”向卖方说“再见”，卖方为了挽留客户“芳心”，最终还是忍痛割“利”……价格情结，是销售人员一种永远的痛。

要想有效地规避这种痛楚，就必须练就一副好口才，让客户们欲说还休。

物有所值，让客户明白这个道理

开始报价，给自己留有余地

让客户出价，把握主动权

适时咬定价格不放松

第十八章 就这样被你说服：说服客户的口才攻略

为什么同样是销售员，有的人业绩收入非常高？

这些顶尖销售员成功的秘诀是什么？

为什么他们能比别人的销售业绩好很多？

因为他们很善于说服客户。

说服，既是一门艺术，又是一门技巧。

世界著名成功学大师安东尼·罗宾曾说：“销售没有成功，不是顾客有问题，而是说服力有问题。

”从本质上说，销售工作就是要通过说服客户来达成交易。

销售员只有成功地说服客户，最后才能达成交易。

## <<销售与口才知识全集>>

说服性推销技巧的基本步骤

说服性语言要富有逻辑性

说服要循序渐进

给客户以优越感

正确使用语言诱导的技巧

找到客户的需求点进行说服

用提问去说服客户

第十九章 善于捕捉：与客户达成交易的口才攻略

每个客户在经过交流之后，都会有意无意地释放出他内心的一些信息，可能是语言，也可能是肢体动作或神态等。

客户一旦流露出这些信息，你就要在第一时间立即捕捉这些稍纵即逝的成交信号，并趁势诱导，促使成交。

关注购买信号，抓住成交时机

趁热打铁，巩固成交

用讲故事来达成交易

挖掘客户的潜在需求

成交的制胜秘诀

第二十章 售后服务：不可忽视口才技巧

售后服务不是销售的结束，而是销售的开始。

因为良好的售后服务对于加强客户的满意度、提高客户重复消费的次数以及推广企业品牌都非常有效，忠实的客户关系都是通过销售人员在成交后与客户不断联系沟通才逐步建立起来的。

由此可见，销售人员在产品销售出去之后工作并没有结束，做好售后服务同样是一个不容忽视的环节。

没有抱怨，就没有动力

耐心倾听客户的抱怨

真诚地向客户道歉

巧妙处理电话抱怨

应对“情绪高涨”的客户

减轻客户抱怨的语言技巧

客户抱怨处理的原则和忌语

第二十一章 催收货款：回款才是硬道理

回款既是销售人员平步青云的垫脚石，也是销售人员寝食难安的紧箍咒。

对于销售人员来说，销售成交并非代表任务完成，回款拿到手中才是根本。

销售人员面对的压力不仅是把产品销售出去，更重要的是能够把货款如期收回来。

所以，作为一个优秀的销售人员，不但要善于把产品推销出去，还应该懂得如何去催收货款。

树立正确的催款心态

催收货款有方法

选择好催收货款的时间

机智应对欠款人的借口

电话催款的注意事项

参考文献

## 章节摘录

电话销售的流程及技巧在打电话中与客户沟通的结果，与电话销售流程前的准备工作有很大关系。即使你有很强的沟通能力，如果准备工作做得不好，也可能达不到预期的最佳效果。

销售人员进行电话销售的流程，一般有以下几个步骤：1. 策划要分析客户、准备资料，然后准备电话脚本，并使自己始终保持精神饱满的状态和足够的自信心。

自信对于一个业务员来说是非常重要的，试想，如果我们对自己所说的话没有自信，那又怎样去打动客户？

我们只有用自信的言语才能感染客户，使其对我们的产品产生兴趣。

2. 绕障碍在打电话之前，我们一定会事先准备好许多资料，然而这些资料大多数都只有公司的一个联系电话，一般公司公布的咨询电话大都是总机或前台，那么怎样打电话才能直接找到企业负责人呢？

绕障碍的电话缘由有许多，譬如我们可以假设已和负责人联系过，是对方要求今天这个时候再联系的；或者以免费试用服务的说辞来吸引对方等。

需要注意的是，电话缘由不要花太长的时间，主要目的是为了找到决策者，同时初步了解该企业的情况。

3. 开场白现在假设你已经和客户联系上了，那么也就进入了电话的实质阶段，怎样让对方对你将要介绍的产品感兴趣，关键在于开场白的30秒中，销售人员的目的是要引起对方的注意，从而让他愿意继续听下去。

开场白的基本原则是：使客户产生极大的认同感，从而购买你的产品。

为了不让产品成为你和消费者之间沟通的障碍，还可以适当地运用竞争对手的信息。

4. 需求确认在成功打开话题之后，销售人员就要开始进行产品介绍，在介绍的时候一般都会介绍其特性、功效、优势。

其中的关键是要介绍产品能给客户带来的利益，这才是客户真正关心的事情。

另外，倾听也很重要。

在与客户沟通的过程中，切记要注意倾听，听比说重要，销售人员需要通过倾听来了解客户的需求。

有很多销售人员非常能说，但是说来说去就是不能打动客户，为什么呢？

因为他说的东西不是客户真正需要的。

所以，得多提问、多听，针对客户所说的进行介绍才是有效的。

而且要养成边听边记的好习惯。

记录好客户的情况、谈话内容，做好沟通技巧的总结，找出问题所在。

每打一个电话，技巧都要有所提高。

放下电话后，不要急着打下一个电话，花一点儿时间回顾电话交流过程，总结这一次电话交流的经验。

5. 异议处理在与客户进行沟通的时候，销售人员会遇到客户提出的各种问题。

一个成功的销售人员应该把异议变成机会。

除了要对产品有深切全面的认识外，对于异议的处理也要掌握一定的技巧，要以客户为出发点，向其解释。

当销售人员向客户介绍产品之后，客户往往会提出一些疑问、质询或异议。

在此阶段销售人员可能难以接受客户的问题和态度，针对以下一些误区，销售员就要避免或注意以下一些细节：与客户争辩。

当销售人员认为客户的观点不对时，试图以辩论、质问、说教等方式使客户认识到并承认自己是不对的。

无论销售人员是否有理，同客户争辩都不会达到说服客户的目的，反而更加强了客户的抵触心理，使客户失去对销售人员的信任。

因此，销售人员无论在任何情况下都不要与客户争辩。

表示不屑。

当认为客户的观点不对或态度不良时，有些销售人员表示出一种不屑与客户计较的轻蔑态度。

## &lt;&lt;销售与口才知识全集&gt;&gt;

如果客户察觉到销售人员的不屑态度，会感到感情受到伤害，从而产生对销售人员乃至产品和公司的不满情绪，自然也不会购买。

不置可否。

对于客户的观点和态度，销售人员不置可否，采取放任的态度。

这样的结果，会使客户感到失望和不满，同时也加深了客户原来的不良印象或疑问。

显示悲观。

对于客户所提出的疑问或异议，特别是那些难以解答和处理的，总是显示出悲观的情绪。

销售人员的悲观情绪使工作业绩、产品的形象都受到了很大的负面影响，可能会失去真正想买你产品的客户。

哀求语气。

对于客户所提的难以解答和处理的疑问和异议，销售人员不是以积极的态度，而是纠缠、祈求客户购买。

哀求语气不但很少能达到让客户购买的目的，而且会影响销售人员自身的形象。

约定面谈或进一步约定下次电话拜访。

在销售人员澄清了异议，并提出了解决方案后，要不失时机地提出约见或进一步的约定。

如果这时提出开放式的问题，让客户自己作出决定，那么多半客户会说：“我最近没空，过几天再说吧！”

”所以，在这里销售人员一定要提封闭式的问题，用问题引导客户，让客户接受你的建议。

电话销售中的开场白或者问候是电话销售人员与客户通话时在前30秒钟要说的话，也就是要说的第一句话，这可以说是客户对电话销售人员的第一印象。

虽然我们经常说不要以第一印象来评判一个人，但客户经常用第一印象来对电话销售人员进行评价。

如果说对于大型的销售项目，第一印象相对而言并不太重要的话，那么在电话销售中，第一印象是决定这个电话能否进行下去的一个关键因素。

1. 电话营销开场白需吸引客户的注意力  
电话营销开场白要达到的主要目标之一就是吸引对方的注意，引起他的兴趣，以便他乐于与你在电话中继续交流，而在电话营销开场白中陈述价值是其中一个吸引客户注意力的常用方法。

所谓价值，就是你要让客户明白你在某些方面是可以帮助他的。

研究发现，再没有比价值更能吸引客户注意力的了。

陈述价值并不是一件容易的事情，你不仅要对你所营销的产品或服务的普遍价值有研究，还要研究对于某个具体客户而言其价值体现在哪里，因为同一产品或服务对于不同的人，价值体现是不同的。

例如，“最近有一个优惠活动……”、“免费获得……”、“您只需要7元钱就可以得到过去需要22元才能获得的服务……”等。

有一次，客户张先生在办公室接到一家电信运营商的营销代表打来的电话：“您好！”

张先生，我是××公司的×××，我知道您的长途话费比较高，如果我们能将您的长途话费降低一半的话，不知您有没有兴趣了解一下？”

”客户当时就说：“有啊，你有什么办法？”

”（这个营销代表一下子就吸引了客户的注意力）她说：“我们公司IP电话卡在促销，您买500元的IP电话卡，我们送您400元，基本上节省了一半。”

您看，如果您觉得对您有帮助，我什么时候安排人给您送过去？”

”（她还有很强的促成意识）后来，客户也有过拒绝，但她还是做成了生意。

这单生意的成功，至少有一半功劳来自于她成功的电话营销开场白，她的开场白就用了“利益法”，重点在于强调对客户的好处。

吸引对方注意力的办法还有：陈述企业的与众不同之处，如“最大”、“唯一”等。

谈及刚服务过他的同行业公司，如“最近我们刚刚为××提供过营销培训服务，他们对服务很满意，所以，我觉得可能对您也有帮助”。

谈他所熟悉的话题，如“最近我在报纸上看到一篇您写的文章”。

赞美他，如“我听您同事讲您在××领域很有研究，所以，也想同您交流一下”。

## &lt;&lt;销售与口才知识全集&gt;&gt;

引起他对某些事情的共鸣，如“很多人都认为电话营销是一种有效的营销方式，不知您如何看（假如知道他也认同这一点的话）”。

有时候电话营销人员的声音就可以吸引对方。

2. 站在给客户提供的价值的角度设计对话 即使你的头衔是销售代表，你也应该用客户更容易感觉价值的称呼。

比如，如果卖保险，称呼自己为财务顾问；如果你卖家具，称呼自己为室内设计顾问。

在介绍公司和产品时也是一样，如果你是一家彩色打印机制造商，强调“我们帮助企业在更短的时间与更低的成本下印制高质量的彩色目录”，而不是简单地说“我们生产品牌彩色打印机”。

如果你的产品或服务能解决一个业界存在的难题，或带来业务上的突破，就一定要强调这一点。

例如“我们新一代的手机已经彻底解决了长时间的通话引起手机发热的现象，而且通话质量丝毫不受影响……” 在开场白快结束时，如果你能帮助客户更多地了解产品给他带来的利益，通常对话能顺利进行下去。

例如“如果我向您展示贵公司如何将客户来电等待时间立即提高到业界平均水平以下，您会有兴趣和我讨论吗？”

” 总结电话开场白的过程：在彬彬有礼地问候后介绍你自己与你的公司，然后集中于客户的高度关注点与兴趣。

销售人员做好了这些，可以说已经突破了障碍，向成功迈进了一步。

此时，当务之急是立即通过解释致电目的并提及给客户的价值，将客户带入沟通的下一阶段。

有效的提问很重要电话营销过程中，没有哪位客户愿意主动在电话中和电话销售人员讲他的现状和期望，或者主动和电话销售人员讲他们的某些不满或者抱怨，相反，客户总是会告诉电话销售人员“我们现在一切都很好，没有任何问题”。

这里的关键地方在于电话销售人员要学会引导客户，而引导的最好方式就是通过有效的提问。

一位电话销售人员提问水平的高低直接决定了他业绩的好坏。

一部电脑，无论它的配置有多高、多么先进，但是如果我们不知道如何使用，它也只能是一堆废旧物而已，想要利用这部电脑找到自己想要的资讯，就一定要懂得如何输入正确的指令。

客户的头脑就像是一部电脑一样，在里面储藏着电话销售人员想要的任何答案和资料，如果你想要从客户的头脑中调出想要的任何资料，也要同样懂得输入正确指令的方法，而这种方法就是通过有效的提问。

但是令人感到非常奇怪的是，几乎所有的公司都花费了很大的气力去教电话销售人员怎么说，却很少有人去教他们应该怎样问。

即便现在再怎么去强调提问的重要意义，但是我们并不知道如何提出有效的问题，我们明明有许多的问题想要问客户，却又不知道从何说起。

这就好比你现在手中拿着一杆枪，你知道要射击，但是在目标面前却有一层浓雾，你根本搞不清楚该向哪个方向射击。

<<销售与口才知识全集>>

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>