

<<每天一堂销售口才课>>

图书基本信息

书名：<<每天一堂销售口才课>>

13位ISBN编号：9787564063566

10位ISBN编号：7564063564

出版时间：2013-1

出版时间：墨墨 北京理工大学出版社 (2013-02出版)

作者：墨墨

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>

<<每天一堂销售口才课>>

前言

销售人员要想成功地实现销售，一个至关重要的环节就是先要用语言吸引客户的注意力，使客户对你推销的产品产生兴趣，进而才有可能说服客户，让他最终作出购买的决定。

在推销的过程中，要充分展示自己的口才魅力，想方设法通过短暂的接触和谈话博取对方的好感，这是进行成功销售的一个必要前提。

要想成为一个出色的销售人员，就要懂得如何把语言的艺术融八到产品的销售中。

也就是说，一个成功的销售人员必须学会培养自己的语言魅力。

有了语言魅力，就有了成功的可能。

第二次世界大战时期，美国军方推出了一个保险：如果每个士兵每个月交10美元，那么万一在战场上牺牲了，他就会得到1万美元。

军方认为这个保险只要一推出来，大家肯定会踊跃购买。

于是他们就把命令下到各连，要求每个连的连长向大家宣布这种保险已经出现了，希望大家购买。

其中个连的连长按照上级的命令，把战士们召集到一起，向大家宣布了这个事情，可是过了很久都没人站出来购买。

连长很纳闷：“怎么会是这个样子呢？”

”仔细想想，就知道大家的心理其实很简单，在战场上连命都快没有了，过了今天都不知道明天会在哪里，还买这个保险有什么用呀？

这些钱还不如买两瓶酒喝呢！所以大家都不愿意购买。

正当连长无计可施时，一个老兵站起来说：“连长，我来帮你解释一下这个保险的事情吧。”

”连长听了，很不以为然：“我都说服不了，你能有什么办法呀？”

但是既然你愿意说，那就试试吧。

”老兵对大家说“弟兄们，我对军方推出的这个保险是这样看的 战争打响了，我们大家都将会被派到前线上，假如你买了这个保险，上战场时你被打死了，那么政府就会赔给你的家属1万美元；但如果你没有买这个保险，你在前线被打死了，政府一分钱也不会给你，也就相当于你白死了。

大家可以想一想，政府是会先派战死了需要赔偿1万美元的士兵上战场，还是先派战死了也不用赔一分钱的士兵上战场呢？”老兵说完这番话后，全连的士兵纷纷投保，因为大家都不愿成为那个被第个派上战场的人。

从这个故事，我们可以看出语言话术对于销售的重要性。

一个销售人员要想让产品介绍富有闪光点，以此来激发客户的兴趣，刺激其购买欲望，那么就要讲究语言的艺术，向客户展示你的语言魅力。

销售口才的好坏和得当与否，在很大程度上决定着销售工作的成败。

一个人要想在人际交往中占据有利地位，获得成功，就必须拥有一副好口才，而销售工作尤为如此。

销售人员销售过程中，如果连话都说不清楚，词不达意，就很难把话说到客户的心坎里，也就很难打动客户，甚至会让客户感觉别扭，又何谈销售的成功呢？

作为一名销售人员，口才的好坏直接关系到销售事业的成败。

拥有一副好口才，你的销售之路就会越走越平坦、越走越宽阔。

<<每天一堂销售口才课>>

内容概要

《每天一堂销售口才课》由墨墨编著。

销售是一个靠嘴吃饭的职业，不会说话就做不好销售。

良好的口才与沟通能力，是一名顶尖销售员成功的关键因素。

口才是训练出来的，一分天资，九分努力。

《每天一堂销售口才课》从如何开场、提问、处理客户异议、讨价还价、说服购买、促成成交等几个方面进行技巧性讲解，卓有成效地提高销售人员与客户沟通时的说话技巧。

《每天一堂销售口才课》综合借鉴成功学和销售心理学等方面的知识，引用大量销售案例，富有很强的针对性和实用性，是不可多得的销售人员提升自身能力的工具书和销售培训的指导书。

<<每天一堂销售口才课>>

作者简介

墨墨，北京树国际图书公司签约作者，橡树国际图书公司为资深大众社科类畅销书出版公司，作品涉及女性、心理学、经管、励志等多个方面内容。

主要出版物有《不打不骂教男孩100招》、《不娇不惯教女孩100招》、《不生气》、《修心》、《淡定》、《做自己的心理咨询师》、《男人要懂心理学》、《女人要懂心理学》、《推销要懂心理学》、《哈佛家训大全集》、《活学妙用厚黑学》、《低调做人厚黑处世》等百余品种。

<<每天一堂销售口才课>>

书籍目录

第一章销售话语忌——丑话说在前头，切记莫犯 客户永远是对的，不要和客户争执和辩论 即便不愿称赞对手，也不能说他的坏话 尽量长话短说，没人愿听喋喋不休的废话 无论是什么情况，都不要欺骗你的客户 过度推销等于骚扰，请尊重客户的自由 销售不是为了卖弄口才，管好自己的嘴巴 在平时的交际，要注意磨练自己的口才 注意提高言语的表达能力，避免词不达意 测试：你说话有分寸吗？

第二章赞美征服人心——让客户如沐春风 提升客户的优越感，赞美打开客户的心门 从欣赏的角度去赞美，能拉近彼此的距离 客户犹豫不决，适时赞美让客户下定决心 赞美不是浮夸，应该抓住客户的闪光点 具体化的赞美会让人的心情更加愉快 间接地赞美要比直接地恭维效果好得多 赞美要恰到好处，不能太多也不能太少 如果可能，尽量让赞美多一点新意 向顾客请教是一种效果极佳的侧面赞扬 赞美是一把双刃剑，注意使用它的原则 测试：你善于赞美别人吗？

第三章幽默销售风——把快乐带给你的客户 用幽默化解双方的疏离，征服客户的心 营造愉快轻松的气氛，巩固客情关系 幽默的话语可以安抚客户的不良情绪 处于僵持的局面，幽默可以化解坚冰 幽默有时比智慧的辩论更有说服力 培养幽默感，为我们的口才锦上添花 用幽默做盾牌，消除彼此之间的尴尬 测试：你的幽默细胞有多少？

第四章聊天讲故事——让销售变得更简单 有时说一箩筐话，还不如讲一个故事 增进信任度，让客户讲讲他的故事 找准支点，以故事的作用力促成交易 带入客户情感，为客户编织一个美梦 讲故事不简单，把握销售故事的原则 要讲好销售故事，就要懂讲故事的诀窍 不要忽视寒暄，寒暄是不错的敲门砖 测试：你的想象力有多强？

第五章了解客户需求——打好销售的心理战 站在客户的角度思考，说客户想听的话 最伟大推销员的成功秘诀：投其所好 迂回引导，打破客户的心理“防火墙” 谈论客户的兴趣所在，迅速接近客户 唤起客户的好奇心，引起客户的注意 欲擒故纵法，引发客户浓厚的兴趣 激将法，让客户为自己的颜面埋单 别太着急签单，谈判应保留余地 反客为主，主动引导客户的需求 “不说话”有时也能让人心服口服 测试：你的情商指数有多高？

第六章设计开场白——好的开始是成功的一半 自来熟与人“一见如故”的开场白 随时随地迅速准确地说出客户的名字 不要只顾自己说，应尽量调动客户 初次与客户见面时，最好不要谈销售 用开场白抓住客户，第一印象很重要 经典开场白，好的开始是成功的一半 巧设悬念语留白，引起顾客的兴趣 顾客不感兴趣，就赶快换一种说法 测试：你的创新能力怎样？

第七章做好产品介绍——让客户对你的产品一见钟情 基本的东西很重要，口才不是胡说八道 用数据说话，能够让你的语言更具权威 买卖不成话不到，话语一到卖三俏 做产品介绍时，尽量突出产品的特点 把握销售环节，让你的介绍更有条理 “技”多不压身——做一个“杂家” 最好的宣传效果，就是一鸣惊人的轰动 测试：你当前的销售能力有多强？

第八章销售提问——机会就在“问号”里 提问是一把打开彼此间隔膜的金钥匙 认识问题的力量，利用提问引导客户 通过提问，发掘出客户的潜在需求 把握提问的诀窍，让你的问题更有效 针对不同情况，采用不同的提问方法 巧妙连环问，不要让顾客说“NO” 提问要慎重，注意提问的一些避忌 提问之后，要认真倾听客户的回答 测试：你具备优秀的表达能力吗？

第九章讨价还价——保障利润最大化 价格要合理，学会同客户商谈价格 向客户说明，消除价格的负面效应 价格谈判，掌握报价的原则和技巧 金额细分法，淡化客户价格敏感度 灵活处理价格异议，消除客户的质疑 掌握基本的价格异议的应对策略 学会巧妙应对老客户的降价要求 另类杀价方法：用真情打动对方 测试：你的人际交往能力有多强？

第十章处理异议——要“灭火”，切勿“点火” 了解客户异议的基本类型，区别对待 认真分析，找出异议背后的真实意图 客户异议有真伪，要学会判断和辨别 处理异议时，保持良好的态度和形象 尽量认可客户，避免客户产生逆反心理 尊重客户的意见，永远是首要的任务 掌握处理客户异议的技巧，灵活运用 催款有招，应对客户拖欠的借口 处理客户抱怨时，要注意一些忌语 测试：看看你的情绪控制能力如何

<<每天一堂销售口才课>>

章节摘录

版权页：“是人才未必有口才，有口才必定是人才”中国著名演讲家、“新中国演讲事业的开拓者”、中国第一位演讲学教授邵守义说：“是人才未必有口才，有口才必定是人才。”

事实也的确如此，我国古代有孔明舌战群儒和苏季子游说六国，凭借三寸不烂之舌，化干戈为玉帛；今天则有李敖妙语清华，连珠北大，借满腹经纶，笑谈古今天下。

口才已经成为人际交往、思想交流、自我销售的重要手段之一。

在现实生活中，不乏拥有高明智慧、卓越才华的人，但他们就是因为不善言辞而错失了人生中的很多机会。

今天已经不再是“酒香不怕巷子深”的时代，有实力就要拿出来“晒晒”，否则很难让人信服，而口才正好可以用来阐述自我思想，表达自我观念，以赢得与他人的良性沟通，从而达到共赢。

因此，口才成了现代人最重要的生存技能之一。

人才和口才，虽然只有一字之差，但要想成为好人才，就一定要练就一副好口才！

在激烈的商业竞争中，拥有好口才往往能让你事半功倍，获得意想不到的收获。

18岁那年，乔·库尔曼成了一名职业棒球手。

后来由于手臂受伤，他回到家中做了一名寿险推销员。

29岁那年，他成了当时美国薪水最高的推销员之一。

至今，在他25年的推销生涯中，销售了整整40000份寿险，平均每天5份，这样的销售成绩使他成了美国的金牌推销员。

库尔曼之所以如此成功，是因为他常常用一句具有魔力的话来改变糟糕的局面，这句话就是：“您是怎么开始您的事业的？”

库尔曼在自己的传记中这样总结道：“这句话似乎有很大魔力，你看那些人似乎忙得不可开交，但是只要你提出这个问题，他们总是能挤出时间来跟你聊。”

其中，库尔曼举了一个最典型的例子来讨论这种魔力。

刚开始做推销时，库尔曼的第一个客户是罗斯——一家工厂的老板，由于他工作繁忙，很多推销员在他面前都没有成功。

库尔曼说：“您好，我叫乔·库尔曼，保险公司的推销员。”

罗斯说：“又是一个推销员。”

你已经是今天的第十个推销员了，我还有很多事要做，没时间听你说，别烦我了。”

库尔曼说：“请允许我做一个自我介绍，只要10分钟就好。”

罗斯不耐烦地说：“我根本没有时间。”

库尔曼低下头，沉思了整整一分钟的时间，然后，他抬起头问罗斯：“您做这行多长时间了？”

“哦，22年了。”

库尔曼接着问：“您是怎么开始干这一行的？”

这句话在罗斯身上发挥了作用。

他开始滔滔不绝地谈起来，从自己的早年不幸到创业成功，一口气谈了一个多小时。

最后，罗斯还热情地邀请库尔曼参观自己的工厂。

那一次见面，库尔曼虽然没有卖出保险，却和罗斯成了朋友。

在接下来的3年里，罗斯从库尔曼手里买走了4份保险。

<<每天一堂销售口才课>>

编辑推荐

《每天一堂销售口才课》编辑推荐：汽车、房产、保险、电话等销售人员培训读本！
好业绩是说出来的！
写给一线销售员的实战情景式对话训练手册。

<<每天一堂销售口才课>>

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>