

如何说客户才会听,怎样听客户才肯说



[如何说客户才会听,怎样听客户才肯说 下载链接1](#)

著者:章岩

出版者:现代出版社

出版时间:2013-9-1

装帧:平装

isbn:9787514315097

说话就是生产力！销售不是凭力气挣钱，而是用舌头挣钱，能否让客户心甘情愿地把钱给你，就看你是否有说服客户的本领。销售的每一个环节都离不开嘴，每一次交易都是一场外交活动。不要等客户主动告诉你他的需求，所有的商机都藏在与客户的交流之中

!

先询问，再倾听，是发掘客户需求的两个步骤！倾听胜过夸夸其谈！客户的话就是一张藏宝图，只要顺着它就可以找到宝藏。一名优秀的销售人员，要善于聆听客户的需要、渴望和理想；还要善于倾听客户的抱怨、异议和投诉；更要善于听出客户没有表达的意思——没说出来的需求。

作者介绍：

章岩，本名张兵，致力于成功心理学、教育心理学的研究。结合自己的实践和体悟对人类精神世界进行了深刻的剖析和阐释，针对目前大众所面临的现实困惑，提出了一系列切实有效的解决方案。目前已出版《人脉圈》、《每天懂一点人情世故》、《销售中的心理学诡计》、《13岁前，妈妈一定要懂的那些心理学》等精品图书，畅销全国各大书城。

目录：上

说话就是生产力

第一章 销售就是见什么人，说什么话

成功靠腿，销售靠嘴。对销售来说，每一个环节都离不开嘴，每一次交易都是一场外交活动。用你的舌头引导客户从你这里购买尽可能多的产品。

好胳膊好腿，不如一张好嘴

销售高手懂得像医生那样对客户“望、闻、问、切”

用好销售的“七把刷子”：说、学、逗、唱、喊、叫、专

用善意的谎言打动客户

学着用客户的说话方式说话

天下没有绝对的事情，不要把自己的话说得太绝对

第二章 磨刀不误砍柴工：

谈话前尽可能多地了解你的客户

《孙子兵法》说：“知己知彼，百战不殆。”在进入谈话的正题之前，可以谈一些客户感兴趣的话题，以此来了解客户的爱好、兴趣和习惯，这个过程就如同投石问路。在谈话时，对客户恰到好处的提问，可以让你触摸到客户的需求，以及心理的蛛丝马迹，这样你就可以在销售的过程中做到有的放矢，达到磨刀不误砍柴工的效果。

开谈前，明白你销售的到底是什么

心急吃不到热豆腐，在没有发现客户的购买信号时请不要销售

设计一个客户不得不购买你产品的完美理由

销售需要知己知彼：销售前摸清客户的“底细”

第三章 成功销售，请一定要和陌生人说话

从立志做销售那天起，你就应该让自己一定和陌生人说话。在和陌生人说话的时候，不要急于求成，而是先把陌生人变成朋友，然后再由朋友变成你的客户，这样你的销售就会水到渠成。销售是一个慢工出细活的工作，切忌急功近利、操之过急！

为自己制定目标，每天至少和四个陌生人认识倾谈

初次见面，必须说好第一句话

第一次见面，最好不要谈销售

让陌生人开口的确很难，但你一定要想办法让客户张嘴说话

用一些小优惠来拉近与陌生人之间的感情

第四章 “语言笨拙”有时胜过口齿伶俐

真正的销售高手，他们并不是口才冠军，甚至是一些语言笨拙、不善言辞的人，正是因为他们的不善言辞，才让客户对他们产生了信任感，用他们的真诚征服了客户的心。而那些口若悬河、夸夸其谈的人，因为他们过于夸张的口才，埋葬了他们的前程，让很多客户对他们避而远之，从而使自己的道路越走越窄！

销售就该和客户说得天花乱坠吗？

真正的销售高手并不是“铁齿铜牙”，而是“貌似猪相，心中明亮”

闭嘴——在特殊情境下是最聪明的选择

无论客户说什么，你只要点头、微笑，不要与客户争辩

销售的最高境界是将销售成为多余

第五章 销售中打死都不能说的6种话，

说了就可能被打死

我们常说“好话一句，做牛做马都乐意”，这句话告诉我们每一个人都喜欢听对方赞美、肯定自己的话。作为销售人员，在和客户沟通的时候，更要有所避讳。很多时候，我们仅仅因为对客户说了一句不该说的话，从而毁了一单生意，丢掉了一个客户，你后悔莫及，但覆水难收！所以，对于一些不能够对客户说的话，打死都不能对客户说！

欺骗和夸大其词是销售的天敌

不要以命令和指示的口吻与客户交谈

避谈隐私问题：“八卦”会让你错过好的销售机会

无礼质问，会让客户产生反感

人最忌讳的就是“丢脸”——说话直白让客户感到难堪

不在客户面前贬低竞争对手

第六章 95%的客户只相信“专家”

有95%的客户都相信专家，所以，和普通的销售人员相比，客户更愿意购买那些看起来专业的销售人员的产品。如果你还没有成为你所销售产品的“专家”，你就很难成为让客户相信的产品顾问。在销售自己的产品之前，先让自己成为客户心目中值得信赖的专家，这时，就会有越来越多的客户愿意购买你的产品。

客户喜欢专家、顾问式的销售人员

千万不要像“老鼠怕猫”那样逃避客户的异议

数字会让你的话变得更权威、更专业

让客户感觉到你不是以赚钱为目的，而是为了帮他解决问题

不要不懂装懂，更不要含糊不清地回答

先让自己成为专业人士，然后再来销售产品吧

第七章 学会讲故事让销售变得很简单

只会讲观点的销售人员无法生存，只会讲事实的销售人员也最多只是75分，而只有会讲故事的销售人员才是真正优秀的。很多表现活跃，业绩突出，善于打交道的销售者，他们都善于给客户讲故事，并且用讲故事的方法为客户插上想象的翅膀，从而激发客户购买产品的欲望。

为客户编一个“她”的故事

故事帮助客户从不同角度进行有利于购买的考虑

把你的故事讲得引人入胜的诀窍

每个销售员都一定会讲的五个经典故事

一天结束之后，一定要问问自己“我今天讲故事了吗”

下

倾听胜过夸夸其谈

第八章 客户的话是一张藏宝图，顺着它可以找到宝藏

客户的话就是一张藏宝图，只要顺着它就可以找到我们需要的宝藏。一名优秀的销售人员，要善于聆听。不仅要善于倾听客户的需要、渴望和理想；还要善于倾听客户的抱怨、异议和投诉；更要善于听出客户没有表达的意思——没说出来的需求。

销售失败并不是因为你说错了什么，而是因为你听得太少

客户不买你的东西，不是因为他不需要，而是因为你不明白他真正的需求

做个好听众，鼓励客户说出自己的需求吧

在倾听的过程中创造并寻找最好的成交时机

第九章 不要只听你想听的，更重要的是要听客户想说的

对于营销人员来说，倾听是最好的营销方式。我们在倾听的时候，不要只听你想听的，更重要的是要听客户想说的。

人人都有抒发自己见解和需求的欲望，而倾听成了我们对客户的最高恭维和尊重。一个十分挑剔的人，甚至是一名过于极端的评判者，他也能在一个能忍耐的倾听者面前屈服。

永远是“耳听为虚，眼见为实”吗？

不要只听你想听的，更重要的是要听客户想说的

我们需要得到的是客户原本的信息，而不是改造后的
如果听不懂对方的意思，一定要问一句：“您的意思是……”

从客户的谈话中掌握更多有用的信息

从倾听中找到一个可以牵客户“牛鼻子”走的方法

第十章 客户的反对意见不是恶魔，

而是了解客户的最佳时机

客户的拒绝不是打败我们的恶魔，而是了解客户内心需求的最佳时机。拒绝和成交一样，它们是一对分不开的恋人。

在这个世界上，并没有能够打击你的东西，只有那些容易被打击的人。在面对拒绝的时候，你一定要理清自己的头绪，正确地对待拒绝，并找到解决问题的办法。让自己勇敢地面对客户的拒绝，你最终就会抓住成交的机会！

“拒绝”和“成交”是一对分不开的恋人

拒绝才是了解客户内心最好的方法

如果没有客户拒绝的话，我想天下的销售人员早就都失业了

不要与客户争辩，就算你赢了其实也是输了

第十一章 倾听的核心就是努力做到暂时忘我

真正的倾听，是建立在对别人的尊重、关心和全身心投入之上的。我们绝不能表现出貌似在认真听客户说话，而把心思放在其他的事情上，倾听的最高境界不仅仅是认真倾听，更重要的是忘我地去倾听。

努力把自己当成海绵

请不要用你的感受来代替客户内心的真实感受

学会克制自己——特别是当你想发表高见的时候

即使对客户的话不感兴趣，也要耐心地听人家把话说完

做到听批评意见时不激动，冷静地吸取教训

即使你非常害怕即将要听到的事情，也要用心聆听

第十二章 锣鼓听音——读懂客户话语背后的潜台词

俗话说“嫌货才是买货人”。从事销售工作的人一定要学会识别客户挑剔、拒绝背后的真正意图。无论面对什么样的客户，我们一定要开动脑筋，发挥思辨精神，锣鼓听音——读懂客户话语背后的潜台词。

“我考虑考虑”是什么意思

“我和××商量一下”其实是在拒绝你

“寄一份资料给我吧”，说明他在应付你

“我没时间”，也许是他真的很忙，更可能他认为和你谈话没有意义

“太贵了”可能意味着价格超出了他的消费水平，也可能他是感觉根本不值这么多钱

客户如果说“没钱”怎么办

当客户告诉你“我不需要该产品”，表明他最近没有这方面的需求

第十三章 丢掉倾听中的7大恶习

倾听是每一位营销人员都必须具备的一种素质。但是，很多营销人员只是做出了倾听的动作，而并没有真正地把客户的话听进心里。

比如，你在听客户说话的时候，总是表现出不耐烦的表情；比如，你总是一边听客户说话，一边考虑自己的事情；比如，在和客户沟通的时候，你只是让自己假装在听，其实想趁机打岔说出自己的意见……

不要在客户说话时假装在听，其实是想趁机打岔说出你的意见

不要一边听对方说话，一边考虑自己的事

在没听完整个故事以前，请不要太早下结论

不要在听客户说话时表现出不耐烦的表情

要仔细听对方说什么，不要把精力放在思考怎样反驳对方的观点上

不要使你的思维跳跃得比客户还快，不要试图理解对方还没有说出来的意思

机密不可泄露：千万千万要对客户的秘密守口如瓶

第十四章 销售中80%的业绩都是靠耳朵来完成的

古希腊思想家苏格拉底说过：上天赐予人以两耳两目，但只有一口，就是使其多见多闻而少言。

在销售中，营销人员80%的业绩都是靠耳朵来完成的。倾听是营销人员对客户能做的一个最省钱的让步，更是订单不请自来的有效助力。只要营销人员能从客户的倾诉中感知

客户的内心，从客户的需求出发，抓住客户的“辫子”，适时出击，就必定能够在营销的道路上走得更远。

倾听是你对客户能做的一个最省钱的让步

如果你对客户的话感兴趣，并有急切听下去的愿望，那么订单就会不请自来

切忌“唱独角戏”，给客户说话的机会

让烦躁的客户慢慢平静下来的最好方法，就是聆听

察言观色，在倾听中准确无误地把握成交的时机

.....

· · · · · (收起)

[如何说客户才会听,怎样听客户才肯说](#) [下载链接1](#)

标签

销售口才

营销

客户心理

当当读书

人际沟通

自我完善

评论

说话就是生产力

销售高手懂得像医生那样对客户“望、闻、问、切

话就是生产力！销售不是凭力气挣钱，而是用舌头挣钱，能否让客户心甘情愿地把钱给你，就看你是否有说服客户的本领

先询问，再倾听，是发掘客户需求的两个步骤

为自己制定目标，每天至少和四个陌生人认识倾谈

成功靠腿，销售靠嘴。对销售来说，每一个环节都离不开嘴，每一次交易都是一场外交活动

只有会讲故事的销售人员才是真正优秀者

善于聆听客户的需要、渴望和理想 善于听出客户没有表达的意思——没说出来的需求

营销沟通实用读本，公司业务部人手一册，反应良好！

在和陌生人说话的时候，不要急于求成，而是先把陌生人变成朋友，然后再由朋友变成你的客户，这样你的销售就会水到渠成

[如何说客户才会听,怎样听客户才肯说](#) [下载链接1](#)

书评

[如何说客户才会听,怎样听客户才肯说](#) [下载链接1](#)