

《十种谈单话术及顾客异议化解》

(2—3天、每天6小时)

课程描述：一直以来，对于怎样谈单的专业课程总是讲很多的大道理，而对于一个很想提高自己的实战销售技能技巧的业务员来讲，就有些听得云里雾里的，听了后不知道判别自己以前做过的，是对还是不对，是继续发扬还是要抛弃。所以我们针对这种学和用严重脱节的培训方式，做了许多改变，把实践中可以借鉴的理性归结讲清楚，谈单的基本原理讲清楚的同时，运用大量的实践案例，谈单中容易出现的对话场景做案例，逐一分析成功的谈单对于一个一线销售员的重要性和必要性。同时，也深入浅出地把这一门课程的精髓灌输给每一位学员。我们秉承的教学理念是同样一篇文章，不同水平，不同阅历，不同境界的人来读，应该会得出不同的结论。所以，务必请学员不要看了标题或简单的提纲就觉得自己已经听过，学过，已经懂得。

主要授课内容：

- ①“我要考虑一下”成交法；
- ②“鲍威尔”成交法；
- ③“不景气”成交法；
- ④“不在预算内”成交法；
- ⑤“杀价客户”成交法
- ⑥“no close”成交法；
- ⑦“不可抗拒”成交法；
- ⑧“经济的真理”成交法；
- ⑨“十倍测试”成交法；

⑩ 绝对成交法

①“我要考虑一下”成交法——客户怕上当的心理障碍

一般在我们提议成交时，一定会有客户作出拖延购买的决定，常常会说：“我会考虑一下”、“我们要研究一下”、“我们不会冒然下决定”、“让我想一想”等等话语。

??? ——客户怕上当吃亏！

客户的心理帐户往往是矛盾的，经常面临两难的选择：

为何人们在第二中情况下，普遍要的价格会高过第一种情况？——这是顾客的自相矛盾的心理作出的错误判断。

以上测试是两个等价的问题：一是花钱买健康：二是用健康换金钱。都是五年内万分之一的死亡和金钱的权衡，是完全等价的问题。既然等价，人们理性的回答结果应该是一致的。但是为什么每个人的回答却不一致，甚至差距还那么大呢？

带出的问题：顾客在成交时是不是真的处于理性？

“我要考虑一下”是不是真实购买心理呢？

如果你的客户说出了这样的话，这个客户可能已经是你的了。

小结：买卖都怕吃大亏，点头摇头该问谁？心理想要偏说不，揣摩清楚定是非。

看到价格都嫌贵，不问就买没几回，消除顾客心障碍，抓住是谁就是谁。

②“鲍威尔”成交法——顾客故意拖延

前美国国务卿鲍威尔说过一句话：“拖延一项决定比做错误决定浪费更多美国人民、企业、政府的金钱和时间。”

总有办事很拖沓、犹豫的顾客，他们明明相信你的产品质量和服务非常好，也相信如果作出购买决定的好处。但他们就是迟迟不作出购买决定，总是前怕狼，后怕虎。

主导他们作决定的因素不是购买的好处，而是万一出现的失误。"万一的失误"使他们不敢承担购买责任。

购买心理测试：

实践证明：第一种情况大多都放弃了音乐会；第二种情况大多会继续买票听音乐会。

经济学上讲：不管是丢票还是丢钱，只要是绝对数量相同，人们的购买决定和行为就是一样的。不同的就是人们的心理帐户在做怪。

不理性的顾客：在心理帐户上有误区，对每消费的一个硬币不是一视同仁的，而是视它们来自何方、去往何处而采取不同的态度；

理性的客户：会避免人为地设置心理帐户，把不同用途和来源的钱割裂开来，让你的财务在各个心理帐户中自由流通。 例：信用卡和现金

霍普金斯（美、销售专家）说：“销售就是用感性的手段达到理性的目的。”

对应话术：

举例：过去温州的皮鞋、现在的三鹿奶粉

《业务员谈单要注意 13 点个人修养》

嘴巴甜一点，微笑多一点，

脑子灵活一点，行动快一点，

心态平一点，手脚勤一点，

良心善一点，讲话轻一点，
度量大一点，脾气小一点，
毛病少一点，钞票有一点，运气好一点。

一个正直能干的人进入一个混乱的部门可能会被吞没，而一个人无德无才者会很快将一个高效的部门变成一盘散沙。

在柳传志的字典里，“规矩就是规矩，一旦形成就要坚决执行，并持续下去”。

小结：心理帐户不一样，女人更比男人强，逛遍商店不下手，反而一副满足相。

拖延成交盼下家，货比三家很自大，假如心理被看穿，推荐是啥就买啥。

③“不景气”成交法---强调暂时不买的原因

许多顾客都活在现实的恐惧中，少数顾客是乐观主义者，而大部分顾客在交易时都是摇摆不定的。甚至一分钟内可以作出决定，也要找许多客观原因而拖延。不景气成交法就是这样产生的。

给顾客讲道理、摆事实：

成功的人做决定很快，放弃决定却很慢；

失败的人做决定很快，放弃决定也很快！

案例：韩国三星手机怎样拉升自己的品牌？

这一法则最重要是灵活运用预假设式的谈话技巧：

事实上，只要预先假设运用得恰当、适宜，在许多销售场合都可以随心所欲地完成销售。

小结：经济景气不愁钱，购买产品易兑现，少花口舌就成交，水涨船高难改变。

买卖双方心相连，求同存异少偏见，不同顾客分清楚，口吐莲花不新鲜。

④“不在预算内”成交法——对你的产品装不在乎

你的产品很不错，但是我们没有采购或购买你公司产品的预算。

业务员怎么办呢？

我们玩一个游戏：

实验证明：赢的钱少于输的钱的三倍，一般人不愿意参与赌。所以许多人把钱存在银行，不愿意投在股票和房地产上。

对一般公司的对应话术：

“某某先生，

对非盈利性单位的成交话术：

关键词：拓宽客户的僵硬思维，让客户做比较的出结论。

小结：生意要生新主意，拓宽思维要积极，顾客容易被打动，全看是否很给力。

产品介绍有对比，价格空间有余地，人往利行是天性，掌握销售真规律。

⑤“杀价客户”成交法---先砍价再问产品

这种成交法的第一步就是确定你的产品价格与你的目标客户的预期价格的差额。现在我们假设你销售的产品是一种高速打印机，其价格 1000 元人民币而你的目标客户的预期价是 800 元，这时你必须弄清楚你们之间的价格差异是 200 元。

怎么谈？

案例：我给深圳某物流公司做的报价方案是这样的。

我们报价的策略是——算账给他看

算账的秒处：我们来玩个速算的游戏，看你的估计有多准。请不要用任何计算工具，在五秒钟内用心算下面这个算式，写下你的答案：

$$1 \times 2 \times 3 \times 4 \times 5 \times 6 \times 7 \times 8 =$$

正确答案是：40320

请你估计一下，一张纸折叠 100 次后的厚度是多少，请写下你的答案：-----

结论：人们受定位效应的影响，并且不能做出充分的调整。

顾客消费心理定位测试：

调查结果表明：一般人手机后面三位数字大的猜得大，小的则猜的小；本来风马牛不相及的两件事，怎么会有联系了呢？就是顾客的心理定位效应的原因。

西罗马帝国主义灭亡的时间是公元 476 年。

小结：模糊价格报高些，顾客心理没有底，人人贪图小便宜，螳螂捕蝉黄雀喜。

打乱顾客心理价，实事求是最好，有心栽花花不开，无意做成大生意。

⑥“NO CLOSE”成交法——借别家价格来打压你

交易中你可能经常会碰到客户对你说：“别家公司的产品比你的产品便宜”，“比你们质量好、服务好”之类的话，其实只是用这句话来跟你进行讨价还价。给你一个下马威，阻止你的销售行为。

不过无论客户是什么态度，你都需要有效地激发他们的购买欲望，除非他

们真的对你的产品和服务不感兴趣。但如果你的客户真的不感兴趣，他不会跟你在价格上纠缠的，你说对吗？他们不过是想以低价购买好产品和服务。

合算交易偏见是怎样产生的？

测试题：

交易行为中的比例偏见

测试：

对应话术：

“某某先生，

事实上，大公司的低层业务员都致力于从供应商那里尽量获得最低的价格。然而，有经验的业务主管却都了解，低价位产品产生的问题往往比它能够解决的问题还要多。”

小结：比价为了价更低，想买产品假挑剔，摸准顾客的脉搏，销售保能出业绩。

换位思考暗中喜，顾客也贪小便宜，因小买大常有事，平时加强勤学习。

⑦“不可抗拒”成交法---学会让顾客对你说是

如果你推销的产品品质优良，而且产品优点正符合客得户的需要，在客户承认这些优点之前，你要先准备一些让客户只回答"是"的问题。

会开口要求的人才是赢家。要学习如何积极，愉快地，有礼貌，有所期待地要求，要求资讯，要求安排见面，要求别人告诉你他犹豫不决的理由，以及了解客户的言外之意。最重要的是，你得要求客户下订单。要在所有的解说完毕，进入销售活动。

在这一法则中，要避免的是销售人员过于自信

测试：

小结：敢于开口问需求，了解顾客做销售，滔滔不绝未必好，一语中的才优秀。

不可抗拒会捡漏，水能载舟也覆舟，几句好话暖人心，顾客跟你屁股走。

⑧“经济的真理”成交法---客观诚实的算账

顾客很少能以最少的钱买到最高品质的商品，这就是经济的真理；这些话永远是真理。

假如未来客户了解你是个绝对诚实而爽快的人，必定会也会了解你的价格无法减让。

顾客要求减低价格的心理是怎样形成的？

对未来利益的忽视：

测试：

顾客在购买时经常很注重现实的利益，比如砍价，却很少注意未来利益的计算。比如，上述例子中食客拖着不走，带来的餐厅的损失。

所以对开口就砍价的顾客，最好的方法就是一笔一笔地算帐给他听。让他明白你不随意降价的原因，也让他知道你是有根有据的。从而相信你的人品和产品。

对应话术：

“某某先生，

小结：顾客讲价树价值，点点滴滴很诚实，人格魅力传信息，贱买产品不

在此。

倘若顾客寸进尺，好言相劝要制止，生意不成仁义在，有缘无份不坏事。

⑨“十倍测试”成交法—善于列举产品的好处

当顾客对产品价值还没有完全认识，不敢贸然决定的时候，你的产品或服务又经的起十倍测试的考验，你可以用这个方法。

列举沃尔玛山姆会员店销售的 10 个特点：

新思维销售培训课程或培训方案的十个特点：

柳传志说：“确定过河目标是容易的，难的是解决船和桥的问题。在船和桥的问题没解决以前要游泳过河，要是不会游泳，一定会淹死。”贸易起家，正好比是没有船和桥以前的游泳。

对应话术：

小结：善于总结十优点，顾客也要循循诱，多看优点铆心锚，催眠客户有技术。

负面心态难销售，产品性能也不熟，囫囵吞枣讲不清，顾客见了就想走。

⑩绝对成交法---要善于暗示顾客

自我暗示：我可以在任何时间销售任何产品给任何人！

1、设想，设想再设想：

“农夫山泉有点甜……”的潜意识宣传广告；

2、巧妙的表达方式：

如：“我会按你的吩咐，直接把发票送到你的办公室去。”

3、不该问的外行话千万别问

学法律的人都知道一句名言：“如果你事先不知道答案，决不要轻易盘问对方的证人。”这句话同样适合做销售。

绝不要问那些只让别人回答“是”或“不是”的问题，除非你确认答案是“是”。

要多问一些顾客有选择性回答的问题：

比如：“你希望我们3月1号签约，还是3月3号签约？”

4、学会观察分析，得出结论。

老外的观察：你在中国生活太久的表现

小结：产品理念要讲透，顾客内心怕深入，细节意识要提升，不防偶尔做个秀。

顾客思维你清楚，旁敲侧击自有数，看准机会做对事，该出手时就出手。

本课总结

- 1 “我要考虑一下”成交法；
- 2 “鲍威尔”成交法；
- 3 “不景气”成交法；
- 4 “不在预算内”成交法；
- 5 “杀价客户”成交法
- 6 “no close”成交法；
- 7 “不可抗拒”成交法；
- 8 “经济的真理”成交法；
- 9 “十倍测试”成交法；
- 10 对成交法

心得：边实践边总结边运用边提高，量变到质变。