

# 2022



说话说到客户心里

**职业销售说服术：30745说话模型**

帝王将相，村野民夫，皆可说服



倪建伟



- 大客户销售专家，23年大客户销售经验。原美国Tuthill销售总经理，原德国西门子销售总监，原日本荏原机械销售总经理。
- -2009 年在天涯发表销售类实战帖《销售无冬天》，点击率过亿；
- -2011 年出版《抢单手记：销售就是要搞定人》，为中国销售界最畅销书籍，总销量逾百万册；
- -2016-2019 年，连续 4 年被评为：当当影响力财经作家（为所属领域唯一一人连续 4 年获此殊荣）；
- -年签单6亿金牌销售，培训学员中有单笔签单额5个亿；



**中国： 吃了吗？**

**国外： How are you ?**



**重要的不是说话内容，而是调控对方的心情**

**认知1：你说什么，做什么都会忘记，但永远不会忘记你给他的感受**

2018年，民调机构YouGov在美国发起了一项调查：  
你认为地球是圆的还是平的？  
在被调查的8000名美国成年人中，  
竟有1400余人认为地球是平的，超过了**六分之一**

## 认知2：人们只愿意接受自己想听的信息

2018年，巴西媒体《Datafolha Institute》调查了2000名巴西人，有300余人认为地球是平的  
比例约为**七分之一**





# 见到客户不知道说什么？





# 没精心做准备





## 沟通前30分钟准备



# 客户会见准备

销售：	陪同拜访人员：
<b>POPSA</b>	Specific : clearly defined, cannot lead to confusion; Measurable : quantitative, qualitative indicators, reporting; Ambitious : you find them ambitious; Realistic : you believe you can achieve them; Timed : include deadlines

客户名称：		联系人：	
客户状态：		联系电话：	
重要程度：		电子邮箱：	

**Purpose**拜访目的：指的是为什么要来拜访他？为什么一定要是拜访他？

**Objective**拜访目标：指的是本次拜访我们要达成的具体目标，在拜访结束后可以立刻衡量是否达成

**Premise**前提：指的是我们对该客户了解多少

**Strategy**拜访策略：指的是拜访中我们的步骤，每个人员的角色分工，怎样一步步地达到我们的拜访目标

**Anticipate**预期：指的是要提前准备一些客户可能会问起的问题，尤其是一些挑战性或者敌意的问题，需要提前准备答案和回答人

拜访结束后，我们要进行回顾，确认拜访的效果，并确定下一步行动计划





要素同步



一切从人性出发  
人都喜欢两种人



# 销售话术的定义

- 是老师与客户沟通的事先规划好的范文资料
- 销售的核心之一：销售的话术所描绘的象和比，能呈现价值，形成诱惑力，吸引对方想得到，想合作。

销售沟通，时间规划：

听 70%

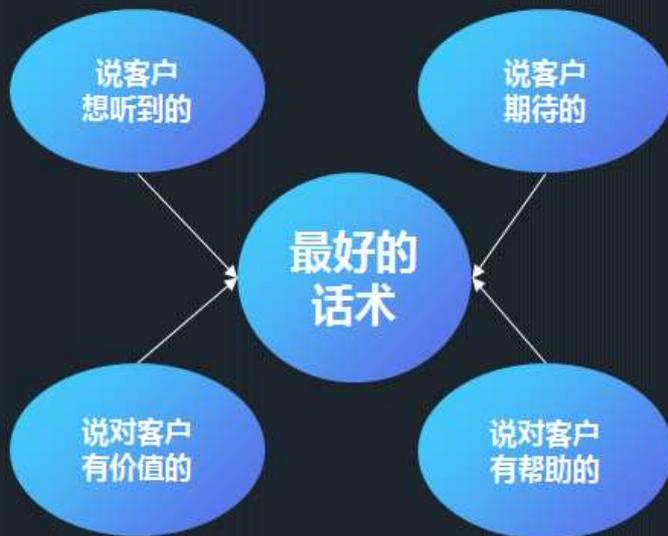
问 20%

说 10%

沟通黄金法则：

一听二问三说

话术怎么说？



话术说什么？

站在受众角度，讲一个故事，  
通过故事，把客户带入，故  
事提供客户需要的解决方案，  
呈现价值。

有技巧的说

FABE推销法

话术如何说？



## 7秒惊艳开场：语出惊人，瞬间抓心



如果你要得到仇人  
就表现的比你的朋友优越吧;如果你要得到朋友,就让朋友的表现比你优越越  
——法国哲学家 罗西法古



## 如何使对方产生重视的感觉?

关心对方的事

Step 01

欣赏对方的事

Step 02

请教对方擅长的事

Step 03



# 能说出一句惊艳的，直击人心的话





# 40秒共情控场：预判对方需求，类比法展示自己高价值





汉堡包沟通架构：主题—细分—总结 （主题升华）

更专业的说话技巧： **FABE**利益推销法

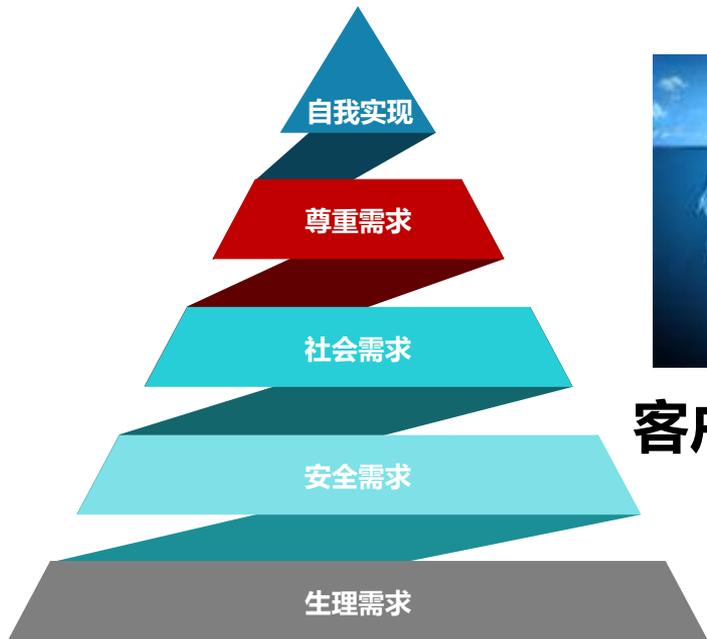
因为...特色，因此有.....优点，这个优点给你...好处，隔壁老王也在用（例证）

你说的，对方不一定想听，所以说之前一定要“共情”。

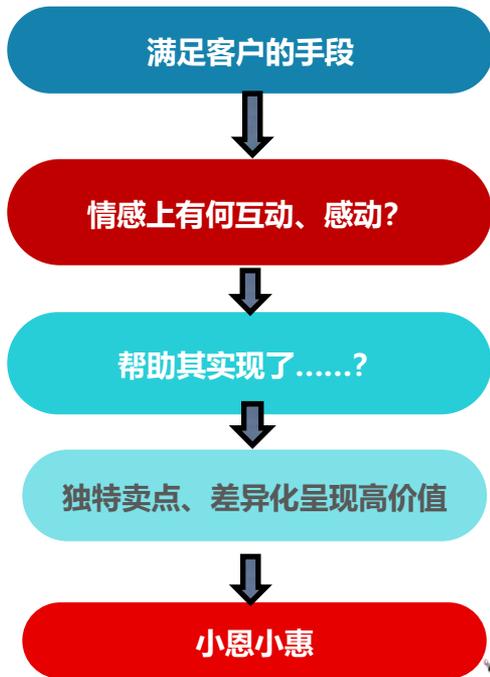
**同学，同乡，同好，同人，同遇**

共情——共鸣——惺惺相惜——自己人





### 客户需求模块





需求层次	需求描述	拓展手段	
5	成就需求	充分发挥自己才能、在事业上有所建树、完成理想	发言、顾问、职业发展、出版.....
4	尊重需求	尊重、被尊重、被他人承认	民族文化礼仪活动、高级礼遇、.....
3	社交需求	社会需要、友谊、结社	餐叙、宴会、俱乐部、引荐.....
2	安全需求	保证人身安全、避免对生命造成威胁	求医、体检、子女求学.....
1	生理需求	人类生存最基本的需求：衣食住行、睡眠、欲望等	娱乐、运动、独家、礼物.....





## 投其所好你才能如愿

### 权威的调查报告指出,人们爱听的是:

提起TA的嗜好占72%

提起TA的工作占56%

提起时事问题占36%

提起孩子等家庭之事占34%

提起影艺运动占25%

提起对方故乡及所读学校占18%

提起健康占17%

理财及街头巷议占14%

72%

提起对方的嗜好

56%

提起对方的工作

36%

提起时事问题

34%

提起孩子等家庭之事

25%

提起影艺运动

18%

提起对方故乡及所读学校

17%

提起健康

14%

理财及街头巷议



一语惊人，一句金句，让对方感受你的绝绝子





## 5秒期待前置收尾：预判对方需求，展示自己高价值



## 和客户交流：话术

### 想要获得

健康、时间、金钱、安全感、赞赏、舒适  
青春与美丽、成就感、自信心、成长与进步、长寿

### 希望成为

好的父母、易亲近的、好客的、现代的、  
有创意的、拥有财产的、对他人有影响力  
的、有效率的、被认同的



### 希望拥有

别人有的东西  
别人没有的东西  
比别人更好的东西

### 希望去做

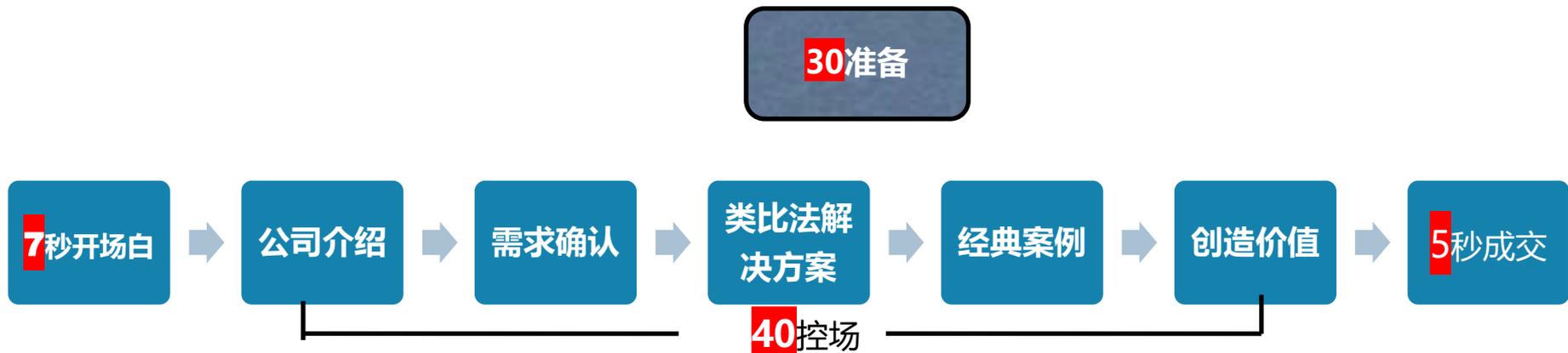
表达他们的人格特质、保有私人领域、满  
足好奇心、欣赏美好的人或事物、获得他  
人的情感、不断地改进和进步



无法拒绝的方案——可信的，必要的，占便宜的，独特的



## 一次“成功交流”的内容逻辑



## 其中:

流程中重点阐述“类比法”环节：既有权威第三方的**经典样板客户**带来从众效应，又有对解决问题问题的价值呈现，从而吸引和诱导对方，

## 需要了解信息:

- 1: 客户母校、年龄、籍贯、亲朋好友、同学、习惯、爱好
- 2: 客户所在单位口碑、权重、客户最关心的人和事



- 听明白客户在讲什么，要管住自己的嘴
- 不要试图回答用户的所有问题，更不要与用户争辩
- 想影响客户，要学会讲故事
- 对不同的人讲不同的话
- 做任何事情前都要准备
- 任何说法和方案都要变成双方认可的
- 答应任何一件事，必须要有回报
- 所有活动必须是双方同意的
- 先求同，然后强调你比别人强在什么地方
- 应问题方式引导客户
- 我们的技术特点要转换为通俗易懂的问题





# THANKS

## 感谢聆听



**扫码入群**  
**获取本场活动ppt**  
扫码获得更多活动、销售福利干货哦



**扫码关注导师**  
**学习更多销售技能**

