

销售对话要诀：听问说全攻略(1) PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/33/2021_2022__E9_94_80_E5_94_AE_E5_AF_B9_E8_c28_33602.htm 销售本质上是一种沟通，是销售者与客户的双向交流，通过开场切入、引发兴趣、产品说明、异议处理等流程，最终双方达成一致。在这其中，双方都在重复一个动作，那就是“对话”。目前很多的销售培训关注的是销售员一个人的行为，诸如如何开场、如何产品说明、如何处理疑问等，他们的出发点都是从个人主观的角度出发，而忽视了沟通的本质是对话，其效果可想而知。“销售不是一个人说话，而是两个人对话”，这是作好销售培训之前首先应该明确的概念。和戏剧一样，销售本身也具有开端、发展、高潮、结局的进程，而正是对话在不断推动着销售的进程。那么，对话是由那些部分所构成的呢？对话主体三部分：即说、听、问，这部分也是很多的销售类培训所重点强调的，但不论培训课程名称、形式如何，所要解决的问题无非归结为两个方面，即不但要know what与还要know how。听：听什么？怎么听？听是对话中所占比重最大的部分，根据Sellraise销售研究机构的对2000例销售谈话的调查，顶尖的销售人士通常花60%---70%的时间在倾听上。上帝造人的时候，就是2只耳朵，一张嘴巴，所以要求我们用2：1的比例来使用听和说。为什么倾听如此重要呢？因为了解对方的问题所在与真正需求是销售成功的前提。你想要客户说出你想要知道的答案，只要做一个好的听众就可以了。而从客户角度而言，客户说的越多，他越喜欢你。因为你的倾听给他带来的不仅仅是礼貌，更是一种尊重。你的倾听让你

的客户有了倾诉和发泄不满的渠道，你所要做的就是让客户感到安全和舒适，没有压力地说出他的痛与乐，他的苦恼，他最关注的问题等等。那么，在倾听的过程中，销售员到底应该听什么呢？

- 1) 问题点 笔者曾经在培训中向业务人员提问：“销售人员是做什么的？”，有的人说是把产品卖给客户；有的说是为客户提供解决方案；还有的说是为顾客服务；不论什么答案，归根到底，销售之所以成功，是因为产品或服务可以帮助客户解决他的问题。在实际的销售对话中，问题会出现很多种，真假难辨，无法预料。而你的任务是听出真正的问题所在，而且是最核心，最令客户头疼的问题，客户自己是不会向你坦白的，这一点你应该清楚，所以要配合提问来引导。
- 2) 兴奋点 顾客的购买都出于两个出发点：逃离痛苦和追求快乐。问题点就是让客户感到痛苦的“痛点”，兴奋点就是让客户感觉快乐的理由。记得有本书的书名叫《痛并快乐着》，其实做销售也是这个道理，也是既让客户感觉痛苦，同时让客户感觉快乐的过程。典型的销售流程通常是先让客户思考他所面临问题的严重性，然后再展望解决问题后的快乐感与满足感，而销售的产品正是解决难题，收获快乐的最佳载体与方案。听兴奋点，关键是听容易让客户感到敏感的条件和情绪性字眼，同时还要注意每个特定阶段的肢体语言配合。
- 3) 情绪性字眼 当客户感觉到痛苦或兴奋时，通常在对话中要通过一些字、词表现出来，如“太好了”、“真棒”、“怎么”可能，“非常”不满意等等，这些字眼都表现了客户的潜意识导向，表明了他们的深层看法，我们在倾听时要格外注意。一般而言，在成交的那一刻，客户做决定总是感性的。所以每当客户在对话中流露出有利

于购买成交的信号时，要抓住机会，及时促成。100Test 下载
频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com