

# 电话销售用语

- 一、寻求客源的电话推销用语！
- 二、有助于把握销售全局的电话推销用语！
- 三、消释顾客异议的电话推销用语！
- 四、对付顾客迟疑的电话推销用语！
- 五、助你胜利成交的电话推销用语！
- 六、寻觅推荐人的电话推销用语！

## 寻求客源的推销用语

### 事先未打招呼就拨打电话给新顾客

#### 基本用语 (Basic)

“喂，×××（对方姓名）先生（女士）吗？您好！我是××公司[你所在公司名]的×××（你的姓名）。我打电话是向您介绍我们的[你所推销的产品或服务项目]。要是我有办法帮助您达到甚至超过您的目标和希求，您一定想听听我的意见是不是？”

（停两秒钟再说话，但不要指望对方会在口头上回答你）

×××先生（女士），我想与您当面谈谈这件事。可不可以定在×月×日，是否×月×日对您更合适？上午×点钟好不好？或者在下午×点钟对您更方便？我盼望着能与您见面。”

#### 更好的办法 (Better Way)

“喂，×××先生（女士）吗？您好！我是××公司的×××。”

（激动地说话）

“我打电话给您，是想给您提供做生意的一个更好的办法。我们见面时，我会向您说明我们的××产品（服务项目）会给您带来您希望看到的结果。我们在×月×日碰一次面好不好？或者在×月×日对您更合适？”

#### 曾向另一家出售 (Sold to Another)

（下面这种讲法有一点风险。请注意，不少公司想由单独一家公司为它们供货，而且销售量不大）

“喂，×××先生（女士）吗？您好！我是××公司的×××。我想让您知道，上星期我们将我们的××产品（服务项目）出售给××公司[另一家公司名]。鉴于那家公司与贵公司有相同的业务，我想贵公司在竞争中也希望能享受到同样的优惠（益处）。享受同样的优惠（益处）对贵公司很重要，是不是？”

“在×月×日×点钟我想同您见面。×月×日×点钟是否更方便？”

### 还企求什么呢？（What do You Look for?）

“喂，×××先生（女士），您好！我是××公司×××。您有时间和我说几句话吗？”

（对方同意或不说话，就是允许你说下去）

“×××先生（女士），您是否考虑过，使用我们的××产品（服务项目）好处很多呢？对于这种产品（服务项目），您还企求什么呢？要是我能向您表明我们的××产品（服务产品），能够满足甚至超过您的要求，您一定很感兴趣吧，是不是？”

（有可能的话，应尽量约一个时间见面）

“×月×日×点钟我们见一次面，好不好？或者定在×月×日×点钟是否更合适？”

### 增大营业额（Add to Your Business）

“喂，×××先生（女士），您好！我是××公司×××。您是否想到过，使用我们的××产品（服务项目）可能会增大您现有的营业额？我希望向您说明的就是这一点。”

“我们可以在×月×日×碰一次头吗？×月×日×时是否更方便？”

### 领先产品（Leader）

“喂，×××先生（女士）吗？您好，我是××公司×××。您好！”

“我们的××产品（服务项目）公认是领先的，我想您一定有兴趣了解，我们的××产品（服务项目）一定也能进一步增强贵公司享有的领先形象的。”

（用权威口气接着说）

“在贵公司的领域内保持领先地位，这对贵公司很重要，×××先生（女士）您说对不起？”

以下几条推销用语需要填上购买者或用户用了你的产品或服务项目省了多少钱。

### 重要的数据（Important Facts）

“喂，×××先生（女士）吗？您好，我是××公司的×××。”

“我有几个重要的数据想让您知道。”

（接着往下说）

“我们的××产品（服务项目）每年可以省下您×××元。我要向您说明怎样能做到这一点。×××先生（女士），您一定对明年节省××元有兴趣，对不对？这只要花你××分钟的时间就会弄清楚的，是不是？”

“查日历，×月×日×时我们见面是一个好时间，也许×月×日×时见面是一个好时间，也许×月×日×时更合适？”

### 增大营业额（Increase the Bottom Line）

“喂，×××先生（女士），您好！我是××公司×××。”

“只需要几分钟我就能向您说明您怎样就能将贵公司的营业额至少提高××%。”

“增大营业额正是您想做的事，是不是？”

### **给您送钱（Give You Dollars）**

“您好，×××先生（女士）。我是××公司××。”

“很高兴我有可能给您××元钱。”

（此时，对方会问你是怎么回事，您就有了接下去讲话的话头）

### **日子会过得更潇洒（Make Life Easier）**

“您好，××先生（女士）。我是××公司的×××。”

“很乐意能和您谈一次（见一次面）。提高贵公司的营业额对您一定很重要，是不是？”

（很少有人会说无所谓）

“好！我想向您介绍我们的××产品（服务项目）。这将有助于您达到您的目标，日子会过得更潇洒。您很想达到自己的目标，对不对？”

### **和你们一样的公司（Companies like Yours）**

“喂，×××先生（女士），您好！我是××公司的×××。”

“你一定有兴趣知道，我们的××产品（服务项目）已为××家和你们一样的公司所采用。您会发现，采用这种产品（服务项目），您和贵公司同样会得益。”

“查日历得知我们可以在×月×日×时见一次面，×月×日×时是否对您更方便？”

下一种用语很好记，客户不会说个“不”字。

### **更大的利润（Higher Profits）**

（下面这个电话的确会引起对方的兴趣）

“喂，×××先生（女士），您好！我是××公司的×××。”

“明年贵公司有可能赚到更大的利润，对此您感不感兴趣？如果我们能碰一次面，我就能告诉您几种增加利润的办法。”

“让我们在×月×日×时见见面，或者×月×日×时是不是对您更合适？”

### **在今天，节约影响到各行各业（Economy Is Impacting All Business Today）**

“喂，我是在××公司工作的××。经济形势是否已经冲击到贵公司经营的业务，因而绝对有必要少投入多办事？我希望能有一个机会与您见见面，向您说明我们的××产品（服务项目）怎样能帮助您达到贵公司的目标。”

## **经别人介绍而拨打的电话**

### **我们曾为他人服务过（We've Worked for）**

（颇有自信地说）

“喂，×××先生（女士）。××公司的×××先生（女士）[介绍人姓名]建议我向您打一个电话。我们曾向他们提供过许多服务，×××先生（女士）[介绍人]和他（她）所在的公司感到我们的工作对他们很有帮助，认为我们同样也可以为贵公司服务。”

### **我们的客户（Client of Mine）**

（很有把握地说）

“×××先生（女士），今天我特意打电话给您是××先生（女士）[介绍人]的建议，他（她）从×××年起就是我们的客户。他们对我们专门为他们公司提出的计划（程序）的确感到很高兴。”

“据他（她）[介绍人]的看法，这些计划（程序）有助于提高他（她）的公司的利润（产量或士气）。他（她）认为您也一定会考虑我们提供的帮助，您说呢？”

## **打电话给以前的客户**

### **业务主管（In Charge）**

“您好，××先生（女士）[以前的客户]。我是××公司的×××。现在我是本公司本地区的业务主管。我知道贵公司以前曾经用过我们的产品，对不对？”

“你们为什么改向别家订货呢？”

（等一下对方回答）

“我们新近对我们公司××产品（服务项目）作了许多改进，我想您会感兴趣的。什么时候我们可以见见面，让我向您介绍一下目前情况？”

### **很高兴找到了您（Glad I Found You）**

“您好，×××先生（女士）[以前的客户]。我很高兴今天找到了您。我了解到贵公司现在采用了我们竞争者的产品（服务项目），情况确实吗？”

（说明你打算为对方效劳）

“我们对本公司的生产线作了重大的改进，对此您应当清楚。我会高兴地向您介绍这方面情况，使您及时了解我们这个行业采用的现代化技术。我们今天下午可否见面谈谈？”

## **电话交谈要领**

### **了解看法（Share an Idea）**

“我之所以特别想见您，是想让您了解我公司一些客户的看法[使他们赚了更多的钱，降低了成本，减少了人员]。”

### **提高（Increasing）**

（向对方表达自己激动的心情）

“您对提高利润（士气或产量）一定有兴趣吧？”

### **提高很重要（Important to Increase）**

“提高利润（士气或产量）对您不是很重要吗？”

### **职工主动性（Employees Motivated）**

“保持职工的主动性和创造性对您不是很重要吗？”

### **有助于节约（Help Save）**

“我们一直在帮助像你们那样的公司节约时间和金钱，您想知道我们是怎么做的吗？”

### **您会赞赏的（You'll Appreciate）**

（自言自语）

“您的确赞赏我们的产品（服务项目）能够使贵公司得益。”

### **着迷（Intrigue）**

（在此，热情是关键）

“以下十五分钟会让您着迷的，我们的产品（服务项目）给贵公司可以带来的益处会使您吃惊的，我们尽快安排面谈，让我们探索一下这种可能性吧。”

### **想要节约（Like to Save）**

“您想要节约，是不是？那么我们需要尽早谈一谈！”

### **大多数人（Most People）**

“处于您这种地位的大多数人都感到，他们需要像我们公司生产的那种产品（服务项目）来达到他们的目标。”

### **我不敢肯定（I'm Not Certain）**

“×××先生（女士），我不敢肯定我的一些想法是否适合你们的情况，然而我希望得到一个问题的回答。如果您回答‘是’，那么我要向您说的事就不大可能适合你们的情况了。但要是您回答‘否’，那么抽一点时间让我们双方在一起，好好探讨一下我能给您什么帮助就大有裨益了。”

（停一下）

“我的问题是这样的：贵公司的营业额（贵公司职员完成定额花费的时间，你们单位赚得的利润，为购买××贵公司所支付的钱）您感到完全满意吗？”

## **由对方秘书接电话时用的推销用语**

## 希望了解 (Prospect Would Want Know)

(掌握主动!)

“我叫×××(你的名字)。我能与×××先生(女士)说几句话吗?我打电话是因为我敢肯定×××先生(女士)希望了解我们的××产品(服务项目)对你们公司能有什么益处。”

## 为公司出力 (You'd Be Helping)

(有礼貌地然而也是很坚定地说话)

“我是×××。我可以知道你的尊姓大名吗?我们希望与你们公司共享我们的××产品(服务项目),在像××公司(对方公司名)那样的许多公司里很受欢迎。我的确认为,如果您能安排让我向×××先生(女士)(对方公司的决策人)说明用这种产品(服务项目)有哪些好处,你就为你们公司出了大力了。”

“从日历上看,我们会面的一个合适的时间是×月×日×时,×月×日×时是否对您和×××先生(女士)更加方便呢?”

## 需要的材料 (Materials Needed)

(用权威性语言说)

“我是在××公司工作的×××。×××先生(女士)在家吗?我有他(她)需要的材料。”

## 尊姓大名 (First and Last Name)

(说话直截了当,但不急躁)

“我是××公司的×××。请告诉尊姓大名。”

## 公司的未来 (Company's Future)

(在此,某种紧迫感是关键)

“我是××公司的×××。我打这个电话关系到你们公司的未来,因此与贵公司经理赶紧要谈一谈,现在就请他来接一接电话。”

## 谢谢您关心 (Appreciate Your Interest)

(说话应有力,务必要表明你已不耐烦,但不要发火)

“我是××公司的×××。请问您是谁?”

“谢谢您关心我为什么打个电话。难道是老板要你设法不让他(她)知道有一个可以提高盈利的重要机会吗?要是您现在让我和他(她)通话的话,我肯定(她)会感到喜悦的。”

## 打电话来了 (On the Line)

“您好!劳驾您告诉×××先生(女士),××公司的×××打电话来了。”

## 特殊理由 (Special Reason)

(和善而又开门见山地说话)

“我名叫×××，在××公司工作。我今天打电话(来访)有一个特殊理由，就是要拜会×××先生(女士)，谈一谈生意，看看我们见见面是否有益处。我和(她)可以现在就谈吗？”

### **设想一下 (Just Suppose)**

(以急于了解情况的口气说话)

“设想一下，要是我有一个想法可以大大增加你们公司的销售量(利润或产量)，你们老板想不想听一听？请接通我和你们老板的电话。”

### **商谈一种想法 (Working on an Idea)**

(这里，重要的是要用自信的口吻)

“现在我们正和像你们这样的一些公司商谈一种想法，我们的客户告诉你们这一想法会大大提高利润(减少人员或提高产量)。我根据经验知道，×××先生(女士)有权能很快作出决定，贵公司是否要考虑这一想法。现在可以和他(她)谈谈(见面)吗？”

### **老板是否谢过您？ (Has Boss Thanked You?)**

(称赞对方是有效的方法)

“我是××公司的×××。你们老板是否因为您帮他(她)与什么人建立了联系而谢过您？现在就有这样一个机会，请把我的电话接过去。”

### **如果有一种方法？ (If There Were a Way?)**

“我是××公司的×××。请×××先生(女士)接电话。”

(秘书会问你能不能说一下打电话有什么事，你回答说)

“当然可以。如果有一种办法能提高利润(成倍提高产量，鼓舞员工士气，减少人员)，×××先生(女士)也许想知道是什么办法，难道您不认为是这样的吗？”

### **帮帮我的忙 (Help Me Out)**

(要求帮忙，别人是很难拒绝的)

“我是××公司的×××。我希望您能帮帮我的忙。”

“您有什么建议使我能约见一次×××先生(女士)？我知道你会设法让×××先生(女士)明白我和他(她)见面是多少重要。我全靠您帮忙了。”

### **老板知道我 (Boss Will Know Me)**

“×××先生(女士)在吗？我是××公司的×××。他(她)熟悉我的名字。”

下面列举了对方老板可能使用的各种典型说法以及你可以回答的推销用语：

“我太忙，现在没有时间与您谈话”

许多老板认为他们太忙，别让这难倒你。

### **占用几分钟 (Invest Minutes)**

“我很清楚时间对您是多么重要。您会很高兴发现，我们的×××产品（服务项目）可以节省您的时间和金钱。只要占用您××分钟时间，我就可以帮助您节省××元。这是公平交易，对不对？”

### **赚更多利润 (Profit Margin)**

（硬性推销，有顶撞之嫌；这类用语应慎用）

“我知道您担心时间，但是否您太忙连赚更多利润也顾不上了？”

### **说话简短 (Short Presentation)**

“在您这个行业（业务、领域）里，别人也是对我这么说的，所以我将尽量把话说得简短些，占用您的时间不会超过××分钟。让我们利用这几分钟时间碰一次面。您将会发现花这几分钟时间是一种非常明智的决定。”

### **认识价值 (Realize Value)**

（你可以接过对方的话头使之有利于你）

“正因为您很忙，我才想要见见您。正是像您那样的总经理（经理或企业家）才会认识到我们提供的产品（服务项目）的价值。让我们谈谈吧。”

### **说明利润 (Demonstrate Profits)**

“你知道，×××先生（女士），在您这个行业（业务、领域）里，有人也完全像您一样，不等我有机会和他们一起坐下并说明我们的××产品（服务项目）怎样可以提高他们的利润，就用您说的那句话回绝我。不知我们能不能见一次面？”

（此时别停止说话）

“×月×日×时好不好？或者在×月×日×时是否更合适？”

### **高明的决策 (Wise Decision)**

“您知道，×××先生（女士），许多人都是这样说的。但一旦我有机会与他们碰面，说明我们的××产品（服务项目）可以为他们服务，他们就立即做出了让我们试试的高明决策。按照我的工作日程，×月×日×时我有空，或许×月×日×时对您更合适？”

### **您的最佳顾客 (Your Best Customer)**

（用惊讶的口吻说话）

“您向贵公司最有价值的顾客说这种话吗？只要您给我几分钟时间，您就会发现我能用我们的××产品（服务项目）为您赚许多钱，决不会少于您现在从您的最佳顾客那里赚的钱。”

## 又一个打扰者（Another Interruption）

（在此要表现出你的幽默感，幽默有助于推销）

“我理解您说的话。您也许把我看作为又一个打扰者了。因此，您会高兴地发现，这可不是一个普通的推销电话，我要告诉您的事肯定会有利于贵公司的最终成果。要是您此刻确实不可能与我谈一次的话，那么什么时候我们可以见见面？”

## 很忙（Very Busy）

（以下说法需要具有一种非常认真的语调，以切合对方的口气）

“您很忙，我也很忙；浪费您的时间也就是浪费我的时间，要不是我相信我们提供的××产品（项目服务）可为对方利用的话，我是不会与对方通话的。所以您与我谈话花费的时间是非常值得的。这对我们来说是同样重要的事。允许我向您一说我要谈的情况。”

## 使我想起（Remind Me）

（以下说法旨在引起对方的好奇）

“您使我想起××公司[与对方竞争的公司]的×××先生（女士）[那家竞争公司的决策者]。他（她）也认为自己很忙，没有空与我谈话。但在与我见面××分钟后，他（她）就感到非常高兴了。您想不想了解他（她）通过那次短暂的会面发现的事情？”

## 读起来更花时间（Takes Longer to Read）

（要是您对书面的东西不感兴趣，请勿使用以下语言）

“我将邮寄给您有关资料，但读这些材料比我亲口解释要花您更多时间，而且我讲起来要比书面材料更加有趣，也更加有效。要是时间对您的确宝贵，那就让我们面对面谈一谈，那会节省您的时间。”

## 比利润还重要（More Important than Profits）

（以下说法简明、直达、有效）

“竟然还有什么比增加贵公司利润还要重要的事吗？”

## 激发职工积极性（Motivated Employees）

“有什么比找到办法使您的职工激发出创造性和积极性还要重要的呢？”

## 不用再说（Eliminate Words）

“我的目标就是使您从此不用再说这样的话。我们的××产品（服务项目）将会节省您更多的时间，而不是浪费您的时间。”

## 时间不够用（Lack of Time）

(以下用语可避开时间问题,使您能有效地转入正题)

“我理解,时间不够用是您目前面临的重大问题,不是吗?”

### **同样的抱怨 (Same Complaint)**

“这也是×××先生(女士)(对方认识的人)开始时抱怨所说的话。然而,他(她)与我见面后没有几分钟,就非常乐意地花费时间了解我们的××产品(服务项目)。我相信您也会作出同样的反应。查日历得知明天×时适合我们见面,或者,×月×日×时是否对您更加方便?”

## **“你在浪费你的时间”**

### **谢谢关心 (Appreciate Thoughtfulness)**

(谢谢对方表示的关心具有消气的作用)

“谢谢您对我的关心,我也知道时间的价值,而正因为这样我才认为我们用一刻钟面谈极为重要。我要让您了解的情况可能会大大影响贵公司的利润和产量。您能在×月×日×抽出15分钟时间吗?或者×月×日对您是否更合适?”

### **仍是朋友 (Still Friends)**

(以下说法使对方不至于担心受到一个磨劲十足的推销代表的无休止纠缠)

“为什么我们不同意用15分钟时间见见面呢?如果花了这么一点时间,你仍不相信我们彼此之间还有什么事情要谈,那就终止我们的商谈——当然我们仍是朋友。但要是您的确相信我真的能帮你解决您面临的问题,我们可以继续交换意见。”

“我们可以安排在明天×时用15分钟时间见一次面,或者在×月×日×时。哪一时间对您更加合适?”

### **我深深感受到 (I'm Impressed)**

(以下说法会马上改变谈话的气氛)

“我深深感受到,虽然您很忙,您仍然关心着我。我要谢谢您。我做的事就是要节约您的时间。只要您同意给我10分钟时间,明天您就会节约您更多时间和金钱。这不是浪费我的时间,也不是浪费您的时间。”

## **“我不感兴趣”**

### **也是这些话 (Just Those Words)**

(有把握地说话)

“我们许多忠实的顾客刚开始与我们打交道时说的也是这些话。但在我说明我们的××产品(服务项目)有助于扩大他们的最终成果后,他们马上就感到的确有兴趣了。现在我就想让您了解这方面的情况”。

## 公司的利益 (Company's Interests)

(感到吃惊)

“怎么会呢？您总关心贵公司的利益吧，是不是？”

## 什么使您感兴趣？ (What Interests You?)

(用排句来强调你要说的话)

“节省金钱您感兴趣吧？提高产量您感兴趣吧？少出问题您感兴趣吧？如果您对这几个问题的问答是‘是’，那就需要了解我们怎样能帮助您。”

## 怎么会不感兴趣 (Don't Interest You)

“节省金钱和节省时间，您怎么会不感兴趣呢？做到这两点，不是能使您的生意更加兴隆吗？”

## 反应 (Reaction)

(善解人意地说话)

“我们都会在某种时刻作出这样的反应。这些话我们对股票经纪人、房地产经纪人、保险公司代理人等等也说过。但在我们更多地了解他们的产品或服务项目以及这些产品或服务项目会给我们带来什么好处时，往往就改变了原先的想法而感兴趣起来了，而在时间成熟时，就去购买了。”

“我有一个感觉，就是我们现在也面临着这样的情况。让我向您介绍一下我们的×××产品（服务项目）怎样能为您服务。”

## 今天没有兴趣 (Not Today)

(首先说你理解对方，然后又表示不完全明白)

“如果说您今天不感兴趣，我理解；要是您认为您将永远无兴趣，那我就不完全明白了。我认为您做生意是要赚钱，要提高利润和产量，是这样吧，对不对？”

## 如果我讲清楚 (If I Communicate)

(捉摸对方的反应)

“如果您真不感兴趣，我的确感到很遗憾。我一定没有把自己的意思讲清楚。如果我清楚地介绍了我，我们的××产品（服务项目）能通过多种方式有助于贵公司经营，您就会感兴趣了。什么事我没有说清楚呢？”

## 如果我不讲清楚 (Until I Demonstrate)

(实事求是地说话)

“我理解。不给您讲清楚我们的××产品（服务项目）怎样能提高利润和改善经营，我也不认为您会感兴趣。我只要有 15 分钟时间就能说清楚我们怎样能得到这些结果。”

“我们可以×月×日×日会面，或者×月×日×时对您是否更合适？”

### **考虑贵公司（Consider Your Company）**

“我可以请您花一点时间考虑一下贵公司的利益吗？”

（停一下）

“我相信我们的××产品（服务项目）有助于提高利润（士气或产量）。让我们在一起探讨一下其中的原因。”

### **从未听到过（Never Hear That）**

（大为吃惊）

“我们从未听到过这样的话。您能说明一下你为什么对提高利润（士气或产量）不感兴趣吗？我却认为这可是一个关键性目标哩！”

### **有充分的理由（Good Reason）**

“我肯定您说这话有您充分的理由，请给我讲一下。”

## **“把资料寄给我”**

### **见面就更快（Faster to Meet）**

（表示出关心）

“我也希望有关资料能把事情完全讲清楚，但见一次面让你估价我们的××产品（服务项目）要来得快得多。只需要用去您 15 分钟，您就可判断出我们的××产品（服务项目）是否对贵公司有利。我们可不可以将见面的时间安排在×月×日×时，或者另一个更加方便的时间？”

### **有兴趣或无兴趣（Interested or Not Interested）**

（用权威性口气说话）

“每当有人要我寄资料而不愿意商谈时，我发现有两种可能。一种是，这个人有兴趣了解我们要提供的资料，并希望得到尽可能多的有关信息；另一种情况是，这个人根本无兴趣，要我寄资料乃是让我知道这一点而使用的一种简便的借口。”

“正因为如此，我不想浪费您的时间，我希望您无论如何要告诉我您到底属于其中哪一种情况，您不介意吧？”

（如果是第二种情况，那就说）

“我相信，您没有兴趣一定有您的道理，您能让我知道为什么吗？”

### **十五分钟（Fifteen Minutes）**

“书面资料给人带来的疑问往往要比当面回答要多。我知道您的时间是非常宝贵的，只要用 15 分钟我可以说清楚我们的××产品（服务项目）能给您带来什么好处。”

“日历表明×月×日×时对我们会见是一个好时间，×月×日是否对您更合适？”

## 对双方都不妥 (Unfair to Both)

(当一次“外交官”)

“寄资料对我们双方都不妥。看了书面资料可能会引发一些关键问题，而我可以非常容易地回答这些问题。只要我们面谈 15 分钟，您就会非常清楚地了解到我们提供的××产品（服务项目）有哪几个优点。哪一天对您更方便——×月×日还是×月×日？”

# 有助于把握销售全局的推销用语

## 激发顾客的需要和欲望

### 了解需要 (Learn Needs)

(急切地说话，要显示出真诚和热情)

“我希望更多地了解贵公司的需要。您能告诉我您是怎样评价贵公司目前正在使用的××产品（服务项目）的吗？”

### 关键的问题 (Key Question)

(要真诚，让他们知道你关心他们)

“我想要帮助您。但在此之前，我要问您一个关键的问题：要是您能发明一种产品或服务项目来解决贵公司所有的问题，这种产品或服务项目应当是什么样子的？”

### 决定购买 (Decide to Buy)

“上一次您是怎样决定购买那种产品或服务项目的？对于您现在正在使用的产品或服务项目，您最喜欢哪些方面？”

### 主要优点是 (Major Benefits Are)

(应清楚产品的优点)

“我们提供的××产品（服务项目）主要的优点是：①……；②……；③……，你对哪一点最感兴趣？这一点为什么对您很重要？这一优点能达到您的要求吗？”

## 引导买主购买你的产品或服务项目

### 下一步 (Next Step)

(引导顾客，逐步深入)

“×××先生（女士），如果您相信使用我们的××产品（服务项目）后贵公司将得益，那么您下一步打算干什么？”

### **多久才能成交？（How Long to Approval）**

（一种试探性的交易）

“×××先生（女士），如果您感到使用我们的××产品（服务项目）能节省贵公司的时间和金钱，那么还要待多久才能成交呢？”

### **您有权批准吗？（Can You Approve?）**

（明确决策人）

“×××先生（女士），我能不能认为，要是您欣赏我们的××产品（服务项目）及其价格，您是权批准购买的。”

### **性能和优点（Features and Benefits）**

“您对产品（服务项目）最感兴趣的性能和优点是什么？”

### **其他产品（Other Products）**

“在本区您考虑的其他产品或服务项目是什么？”

### **还有谁？（Who Else?）**

“与您商谈的还有谁？”

### **这么特殊（So Special）**

“您是否彻底了解为什么我们的××产品（服务项目）是这么特殊的呢？”

### **别的人一道作出决定（Someone Else in Decision）**

“是否还有别的人一道和您作出决定？”

### **妨碍（Prevents）**

“有什么原因妨碍您今天作出决定吗？”

### **结束试探（Trial Colse）**

（以下说法有助于您发现潜在的阻力）

“如果我们的××产品（服务项目）满足您的标准或要求，我们何时能开始商谈（安装系统或送货）？”

## **消释顾客异议的推销用语**

## “价格实在太高了”

### 比较（Comparing）

（一定要让对方说得具体些）

“您是拿我们的报出价格与什么比较的？”

### 考虑价值（Consider Value）

（开始时先予以肯定）

“价格是应考虑的一个重要因素，是不是？您是否认为价值也同样重要？请让我向您讲一讲我们产品的价值。”

### 打算支付（Planning to Pay）

“您打算支付的价格是多少？”

### 价格正是理由（Price Is Why）

（使用以下说法将置对方于另一地位）

“这个价格恰好是您应当使用我们的××产品（服务项目）的理由。您对价值的赏识与关心是完全合理的。”

### 他们知道（They Know）

（务实地说话）

“我们的竞争对手可能知道他们的产品值多少。”

### 容易承受（Easy to Swallow）

（以下这一说法有利于提高顾客对价格的承受力）

“这个价格可以分期付款。这样你们也就容易承受了。”

### 划去项目（Eliminate Options）

“我们可以降价。”

（下列问题可能会引起对方的不快）

“您想在采购单上将哪能些项目划去？”

### 相当多的钱（Significant Money）

（改换措辞——有效工具）

“我听您说过您一定要保证您订购的产品是划算的。使用我们的××产品（服务项目）已为你们这类公司节省了相当的钱，请让我给您讲一讲原因。”

## **挣回 (Recoup)**

(务必要正确地测算有关的数据)

“您的投资额是每月××元——也就是每天××元，每小时××元。我估计您在××月内能挣回这笔投资，其中还未计算由于职工士气提高为您带来的额外收益。”

## **最低价 (Cheapest)**

“我可以向您提一个问题吗？贵公司是否在市场上为你们的产品(服务项目)用最低价标价？

(其回答十有八九是“不”或“不总是” )

“那么我们的看法相同，价格并非是购买决策时考虑的唯一因素，您将得到的货物的价值也非常重要，是不是？”

“让我们谈谈我们的××产品(服务项目)所具有的价值。”

## **我们的价格不便宜 (We're Not Cheap)**

(给出一个质量的定义)

“我们的价格不便宜，但质量好。我们提供给您的××产品(服务项目)，价格只比别人高百分之××。我们没有要更高的价，想到这一点我也很遗憾。”

## **质量很费钱 (Quality Is Costly)**

“我想您也同意质量很费钱这一看法。质量对您很重要，是不是？”

## **你怎么会说这种话？ (What Makes You?)**

“你怎么会说这种话？理由是什么？”

## **与什么相比 (Compared to )**

“与什么相比？”

## **将我们与谁比 (Comparing Us)**

(使用以下说法弄清楚竞争者)

“您将我们与谁比”

## **如不用 (If You Don't)**

(讲清楚你的产品的意义)

“如果您不用我们的××产品(服务项目)，这可能给贵公司带来什么后果？”

## **不算很高 (Not High Enough)**

“我们的价格是高了点，但要是您考虑到我们提供的‘一揽子产品’，价格就不算很高了。”

### 价格低一点？（If It Cost Less?）

“如果价格低一点，您会用我们的××产品（服务项目）吗？”

（若对方回答“是”，可这样继续说下去）

“好。您想使用我们的××的产品（服务项目），让我们见面探索一下怎样才能做到这一点。”

### 日成本（Daily Cost）

“到底高多少？”

（一旦你得到对方的回答，就将其折算为日成本，说：）

“用产品的使用年限来折算，每日的成本是×美元。用×年的优质服务来折算，它每天值×元。这是很值得的，是不是？”

### 为什么迟疑（Why Hesitating）

（你可以有效地引述个人的偏好来与对方建立起联系）

“显然您是一位重视价值的人，但为什么迟迟不买您现在就需要的产品呢？您是想雇一个每小时收费 5 美元的律师，还是想找一个每次手术收费 100 美元的外科医生？”

“现在您何苦要在质量上节省钱呢？贵公司值得使用最好的产品（服务项目）。”

### 感受和发现（Feel and Found）

（以下是一组常用的推销语，用法固定并十分有效）

“我知道您的感受。有时我自己也这么想，您知道我发现了吗？”

以下两种说法旨在澄清问题。

### 只是钱？（Only Money?）

“只是钱的问题吗？”

### 唯一因素？（Only Thing）

“这是不是使您为难的唯一因素呢？”

以下几种说法旨在探成交的可能性。

### 解决定价问题（Resolve the Cost）

“感谢您说实话。要是我们能解决定价问题而使您满意的话，您是否今天就会进货呢？”

### 非常公道（More than Fair）

“要是我能表明这个价格是非常公道的，我们的××产品（服务项目）的价值与我们的要价是非常相宜的，您是否今天就会同意利用我们提供的××产品（项目）呢？”

## 信服（Convince Yourself）

“如果您已信服这个价格是非常公道的，您是否今天就有可能作出肯定购买的决定呢？”

## 多付值得（Tough to Overpay）

“您喜欢我们的××产品（服务项目）吗？”

（如果对方说“是”——这是经常会听到的回答，但对费用有异议，那么可问）

“对于您真正喜欢的东西多付一点钱也总是值得的，您是否赞成这样的说法？”

## 质量关系到天长地久（Quality Concerns You Every Day）

（以下说法点明了问题的本质，使对方采取比较客观的态度）

“价格只涉及一时，质量却关系到天长地久。您宁愿比您原先考虑的多付一点钱而使日子过得好一些，还是想要少花许多钱而使质量得不到保证？”

“您现在多付一点钱，就我们产品的寿命周期来说，每天只是几美分的事，然而要是该花的钱您想少花，那最终湿手抓面粉，问题不但不会减少，反而会增多，到那时麻烦可大了！”

“不愿为质量花些钱，最终付出的代价会很昂贵，难道您不同意这一种看法？”

## 价格还是成本（Price or Cost）

（应注意词汇用法上的区别）

“您关心的是价格还是成本？要知道，价格只支付一次——在您购买时支付，但是，只要您拥有（使用）产品（服务项目），您就得一直关心成本。您可以使价格降低，但您未必会使成本减少。

“您给我的印象是，您是一位非常关心成本的决策者，您认为有任何理由让贵公司不去利用可使成本降低的有利机会吗？”

## 胜人一筹（We Win the War）

（真诚地称赞对方）

“很高兴您对价格表示关注，因为这正是我们胜人一筹的地方。一种产品或服务项目的价值在于它能为您做什么，而不在于您花了多少钱去拥有或使用它，您说呢？”

“让我们探究一下我们的××产品（服务项目）能给您带来什么益处。”

## 今后一年（A Year from Now）

（使用下列说法，首先你本人要有自信，而且要善于说服人家）

“我们的××产品（服务项目）如果能达到您的要求，您今后一年里就不必再为价格费神，但要是您现少花一点钱去买别的产品（服务项目），就可能经常面临运转不灵、服务不善、质量不佳的烦恼，最终还不是吃亏？”

“我们宁可让您放心，用今天这个价格向您提供货真价实的东西，而且我们也不想在今后几

年里因为产品性能低劣质量欠佳而再三说‘对不起’的话。这里很有道理的，是不是？”

### **每天的花费（Cost per Day）**

（将价格推算到最小的时间单位）

“×××先生（女士），您估计您将拥有（使用）我们的××产品（服务项目）多少年时间？”

“好，就算是××年吧。如果为我们的××产品（服务项目）多花了××美元，那么您每年只花了××美元就用到这个行业中最好的优质产品。一年里 365 天，您花在最好的产品（服务项目）上的钱每天只有××美分（美元）。这是非常划算的，对不对？”

### **好货不廉（High Quality Not Cheap）**

“好货不廉，廉货不好。”

“本公司有两种选择：一种选择是将产品（服务项目）设计得越简单越好，以至可以用很低的价格出售；另一种选择是设计功能尽量齐备的产品（服务项目），从长远来看，您花费的费用反而要少些。”

### **花钱买最好的（Invest in the Best）**

“×××先生（女士），我们产品（服务项目）的价值在于它能为您所用，而不在于您为它付了多少钱。如果它能给您带来重大利益并有助于缓解您的燃眉之急，那就是非常划算的，对不对？”

### **麻烦（Headaches）**

（我们喜欢这种说法！）

“如果您认为我们的××产品（服务项目）要价太高，那么由于不用我们的产品（服务项目）而给您带来各种各样的问题、麻烦和开销，您为此愿意付出代价吗？”

## **“我需要比较一下别家的产品”**

### **产品介绍（Their Specification）**

（有所准备！）

“没有问题，我这里就有一份其他公司的产品介绍。为了决策，您需要了解什么？”

### **为什么不放心（Why Concerned）**

（探究一下对方的真正用意）

“为什么？您不放心的是什么？”

### **什么事使您不肯？（What Could Prevent）**

（询问对方看法）

“在我向您介绍的情况里有什么事情使您不肯给我们一个机会为您服务呢？”

### **比较产品（Compare Competitors）**

(避开争论，建立信任)

“很好。您用什么标准进行比较？请告诉我您还要看看哪几家公司的产品。我可以帮助您比较别家产品与我们产品的性能和效益。”

### **已做您要做的事（They Did Your Homework）**

(利用你的有利条件，你毕竟是内行)

“我理解这一点。我们现在的客户中，许多人都用过这一策略。在许多方面他们已经做了您要做的事情。我们可以回顾一下他们得出的结论，看看他们为什么选择我们的产品（服务项目）。”

### **让我们一起比较（Let's Compare）**

“好。您还在考虑哪一家产品（服务）？让我们一起比较对照一下您希望看看的别家产品与我们提供的产品在性能和效益方面有什么不同。”

### **优点（Strong Points）**

“我能理解。您需要考虑一下各家产品的优点。根据您的了解，您能想我讲讲我们产品的优点和（或）缺点吗？”

### **提供专家（顾问）咨询（Consultant/Expert）**

“我也希望您作一比较。大多数受过教育的买主都是这样做的。事实上，我们可以考察一下受到××、××公司大力推荐的那些产品（服务项目）。”

### **比较各种方案（I Compare Options）**

(建议采取一系列具体行动)

“您感到在作出决策前需要更多的信息，是不是？这是可以理解的。我就每天都要为我们的客户比较各种各样的方案。我将非常高兴地回答您提出的任何问题，这会节约您的时间和精力。我知道，我们讨论了您提出的问题以后，决策起来您就会更加放心了。”

### **需要吗？（Need to?）**

(表现出惊讶的样子)

“需要吗？您上一次未作比较就买东西是什么时候？”

### **苹果与橘子（Apples and Oranges）**

(树立形象)

“苹果和橘子还要比较吗？拿我们与××公司（竞争公司名）比较，真的合适吗？我们的企

业是本行的一颗明珠，可不要将我们与赝货等同呵！”

## “我们已经决定不买你们的产品（服务项目）”

### 为什么？（Why）

“我能问问为什么吗？”

### 怎么改变可？（What's Changed）

“您主意怎么改变了？”

### 仍有时间改变（Still Time to Change）

“您打算与哪家联系？”

（等候对方回答）

“那家公司不错，不过，我自然认为本公司更好，因为……（说明本公司的优点）”

“肯定您仍有时间改变主意，是不是？”

### 我什么地方做错？（Where Did Go Wrong?）

（征求对方意见）

“是什么促使您作出这个决定？显然，我没有讲清楚我的意思。您能告诉我什么地方作错了吗？”

### 不再关心（No Longer Concerned）

（提醒对方注意值得考虑的相反意见，触动对方的痛处）

“您对提高产量（士气或利润）已经不再关心了吗？”

### 今天还是永远？（Today or Ever?）

（重点放在买主行为上）

“今天还是永远？今天我虽不甘心，但愿接受事实；如是永远，我就非常不安了。我的印象是，帮助贵公司有效地迎接未来是一个至高无上的目标，我一定要全力帮助您完成这一使命。是什么原因使其落空的呢？”

### 定有原因？（Must Be a Reason）

“×××先生（女士），看来您在这件事上决心很大，您这样想必定有其原因。如能向我讲讲原因，我将十分感谢。”

### 反馈意见（Feedback）

“谢谢您的反馈意见，我们将不断改进我们的产品（服务项目）。对于××公司的产品（服

务项目)您欣赏是什么?”

“要是我们再次到贵公司投标,您建议我们集中精力改进哪些方面?”

## “形势严峻”

### 渡过难关 (Get Through)

(转接重点)

“这正是我们商谈的大好时机。我们的××产品(服务项目)设计出来就是为了帮助你们这类公司渡过难关的。”

### 改善处境 (Improve the Situation)

(构筑基础)

“我们的××产品(服务项目)能够改善你们的处境。”

### 增加利润 (Increase Profits)

“形势严峻,要求您能增加利润,使用我们的××产品(服务项目)就能帮助您做到这一点。”

### 减少不利影响 (Minimize the Negative)

“我们也深切感到,对每个人来说——甚至也包括我们,经济形势会更加严峻!”

“事实上,我们为××产品(服务项目)制定的价格就是要使形势的不利影响减少至最低限度,这在实际上降低了你们的成本基础。”

### 迎接挑战 (Meet the Challenges)

(使对方难以启齿回绝)

“我们的××产品(服务项目)能帮助您迎接严峻形势向您提出的挑战。要紧的是您必须在今天的挑战中表明自己是一位强者,对不对?”

### 困难的决策 (Difficult Decision)

(力陈无所作为的风险)

“困难时刻意味着您必须作出困难的决策。我们应当看到,这一决策决不会影响你们的产量或利润。”

### 经受风雨 (Weather the Storm)

“形势严峻,决不应该削弱您经受风雨考验的能力。为什么要完全停止订货?可以少订一些,风险也可少一些。”

### 讳疾忌医 (Withholding Medicine)

（类比会有帮助，不妨一试）

“讳疾忌医是无法使病人恢复健康的，做生意也是这个道理。”

“削减能增强您渡过难关的能力的订货并非上策，这样做，在形势好转后，您就可能成为不受人重视的力量。让我们一道努力渡过这一困难时期。”

### **市场份额（Market Share）**

（找出病根，对症下药）

“不订货可能影响你们的市场份额。无所作为，你们在市场上的地位不但不会得到加强，反而会遭到削弱。让我们采取行动以确保你们的未来。”

### **降低成本（Lower Cost）**

“严峻的形势更需要您想方设法降低成本和增加利润。这两方面我们都可以帮您办到。让我给您讲讲怎么做。”

## **“我们感到我们应当忠诚于我们目前的供货单位”**

### **赞赏忠诚（Respect Loyalty）**

（理清思路）

“我们赞赏您对我们的竞争者所持有的忠诚。我也相信忠诚是一种美德。但我认为，您首先应当忠诚于贵公司的利益，您说对吗？”

### **如果我们的产品更佳（If Ours Is Better）**

（单刀直入）

“如果我向您表明，我们的××产品（服务项目）对于贵公司来说，优于您目前使用的产品（服务项目），您会考虑改用，或者至少试用一下我们的产品（服务项目），是不是这样？”

### **值得改变（Worth the Change?）**

（使对方难以说“不”）

“若能降低成本（鼓舞士气或提高生产率），是否值得改变一下你所忠诚的对象呢？”

### **形势在变（Times Change）**

（鼓励对方用新眼光思考）

“形势在变。你们的发展真的已超越了你们目前所处的形势。”

### **允许例外？（Make Exception?）**

（每个人都会在某些情况下允许例外，故可以问下列问题）

“您是否允许过例外出现？请设想一下，要是我们能提高你们的利润（产量或减少人员），

那么您就会考虑我们的产品，是不是？”

### **您应当有更好的产品（You Deserve Better）**

“我理解您对人的忠诚，但您应当有一种更好的产品（服务项目）。”

### **费一点事值得（Worth the Trouble?）**

（向对方允诺做更多的事）

“为了能作为市场的领先者得到人们的承认，费一点事改用本公司的产品（服务项目），难道不是值得的吗？”

### **时代在前进（There Has Been Progress）**

“您要坚持您认为在目前是最好的出路，对此我当然能理解。”

“然而应当看到，不久前手工打字机还被看作是一种先进的装置，后来出现了电动打字机，接着是电子打字机，然后是个人电脑，现在是工作站了。”

“我希望能有机会向您表明，目前的机制虽能有效运转，但我们可以让您采用另一机制，使您能真正节约成本和提高产量。让我在×月×日向您介绍我们的解决方法，×月×日是否更加合适？”

## **“我们用的是另一家公司的产品（服务项目）**

### **目前还不需要你们的产品（服务项目）”**

### **使您不能（What Is Keeping You?）**

（在此，说话时有几个字要特别强调，这很重要）

“是什么事情使您不能选用一种更好的产品（服务项目）呢？”

### **感到意外（I'm Surprised）**

（以下说法使你有时间重新考虑问题）

“听到您说这话我感到十分意外。请您给我讲讲原因好吗？”

### **不很愉快？（Not Totally Happy）**

（以下说法有助于清除不协调的气氛）

“目前情况下是不是有什么事使您不很愉快？设想一下，要是我们的××产品（服务项目）能够解决您的问题，那还是值得考虑一下的，是不是？”

### **他们为什么改用（Why They Switched）**

（他山之石，可以攻玉）

“在我们今天的最佳客户中，有几家以前用的也是我们的竞争者的产品。让我给您说一下他

们为什么改用我们的产品。

### **谁需要？（Who Would）**

（打开新的门路）

“也许您不需要。您能介绍一下你们行业里有谁需要我们的产品（服务项目）吗？”

### **多少家供货商？（How Many Suppliers?）**

（帮助对方冲破思想的束缚）

“十年之前与你们做生意的供货商中，还有多少家目前仍与你们保持着同样数量的交易额？”

### **他们做什么？（What Do They Do）**

（帮助对方估计形势）

“您能向我介绍一下您认为您目前的供货商哪些方面做得最好吗？您能告诉我您感到他们还有什么可以改进的吗？”

### **少量订货（Small Order）**

（尽量减小风险）

“我能理解。然而为什么不少量订货让我们有机会试一试呢？检验一下结果，看看我们不能使您得益。”

### **机会（Opportunity）**

“我赞赏您的忠诚。难道您不认为您也应当忠诚于您的公司，帮助他们提高利润改善经营吗？这也许就是这样一个机会。”

### **令人敬佩（Admirable）**

“您对贵公司的供货商表现的忠诚是令人敬佩的，但您也应当忠诚于贵公司的长远未来。

“您不认为这后一种忠诚与对供货商的那种忠诚一样至关重要吗？如果我能向您表明用什么方法就能使贵公司的前景更加光明，您就会认真地看待我们提供的产品（服务项目），是不是这样？”

### **加倍努力（Doubly Hard）**

（建立信任）

“谢谢您告诉我这一点。现在要做您的生意我更要加倍努力了。”

### **他们向我说（They Told Me）**

（骄傲地说）

“这是我第一次拜访我们目前的客户时他们都向我说过的话。您为什么认为我现在也把他們作为我們最好的顧客？”

### **給我一次機會（Give Us a Chance）**

（換用另一種措辭）

“從您的話中我听出的意思是，您所以不用我們的產品（服務項目），原因是我們目前還未在一起打交道的，为什么不給我們一次機會來證明我們對您的價值呢？”

### **最省力（Road of Least Effort）**

（對方應當估算一下失誤的代價）

“我能夠理解。什么事也不做最省力，但什么事都不做也就无所谓發展。我想，要是您能再考慮將我們的××產品（服務項目）與別家比較一下，您就會明白我講的意思。讓我們來比較一下各家產品（服務項目）的性能和效益。”

### **如無別的理由（If Nothing Else）**

“唔，如無別的理由，您只是要重申你們的決定以及你們與目前的供貨商之間的關係對你們最合適，那麼讓我們用 20 分鐘見一次面，使您進行比較有一個基礎。”

### **現狀（Status Quo）**

“我能理解。我們現有客戶中許多人也都曾滿足於現狀，但他們一旦洞悉我們可以提供的東西，安於現狀的情緒也就一掃而光了。您也知道，掌握信息很重要，是不是？”

“讓我向您講一講，為什麼別家公司採取行動改與我們開展業務往來了。”

### **再作一次改變（Change Again）**

（歷史可為你今天所用）

“在您使用目前那家公司產品（服務項目）以前您用的是什麼？是什麼因素促使您改而與新的供貨商做生意？讓我向您解釋一下為什麼有理由再作一次改變。”

### **改變是不要的（Change Is Necessary）**

“要作出改變，決非是一件非常容易的事，對不對？但我要告訴您，如果您打算在競爭中贏得優勢，改變是必要的。”

### **改變是困難的（Change Is Difficult）**

“我能理解，改變是困難的，但要是我們一直滿足於現狀，那麼我們就無法取得本來能夠取得的進展。”

### **高明的公司（Smart Companies）**

（对方难以对下列说法表示异议）

“高明的公司总会想方设法改善经营以求兴旺发达，您也同意这种看法，是不是？有远见的公司决不会静坐观望无所作为，您也不会，对不对？”

“让我向您讲讲我们的××产品（服务项目）怎样能使你们前进一步并改善你们的市场地位。”

### 开通另外渠道（Alternative Source）

“我理解并且赞赏您的忠实品德，但要做活生意，还需开通另外的供货渠道。为什么不向我们少量订货试一试效果如何？”

### 向您表明（Show you）

（突出重点）

“我明白。为了让您改变主意，我还要向您表明什么呢？”

### 探索可能性（Explore Possibilities）

（注意重点）

“我知道您目前的供货商现时尚能满足您的绩效标准。但我仍然感到我们值得用 15 分钟时间见一次面，探索一下可能性，以便情况有变时您可以有所准备，采取主动。”

### 您是怎样决定的？（How Did You Decide?）

“您是怎样决定使用××公司[对方供货商]的产品（服务项目）的？”

### 要是有一渠道（If There Were a Way）

“×××先生（女士），要是有一渠道用更优惠的价格购买相同的产品，而且会得到更好的服务，那么您一定希望了解怎样能做到这一点，是不是？”

### 不要求全部生意（Not Asking for All Business）

（此处，黑体字是关键）

“我并不是要求您的生意**都**让我做，我只是要求您给我一个**机会**得到贵公司的一部分生意。”

“我知道您对××公司[竞争者]承担了义务，我一定要**更加努力**并且**提供更加优良的服务**来赢得这样的机会，这不是也很合乎情理吗？您是否开始时先少量订货还是较大批量订购更加合适？”

### 加大营业额（Add to Your Business）

（一种真正有效的诱销策略）

“我能理解，并且也清楚您的处境。我并不想从您这里抢走××公司[竞争者]的生意。但是，我有一些想法能加大您目前的营业额。如果我把这些想法向您介绍，您是否同意将由此增加出来

的生意给我们来做？这是公平合理的，是不是？”

### **与他们的一样（Just Like Theirs）**

（开始时同意对方的观点）

“我知道。您认为我们的产品与他们的产品完全一样。的确，本公司和我们的竞争者之间有许多相似之处，但也有一些重要的不同点。”

“让我向您讲一讲这些非其它产品可比的不同特点。您也有兴趣超越他人，是不是？”

## **“我们不想冒改变的风险”**

### **使您高兴的三件事（Three Things That Please You）**

“我理解这一点。您目前的供货商（卖主）处于一种真正有利的地位。不知道您能否给我讲讲他们使您最高兴的三件事情。”

（对方的回答实际上会叙说你需要超过或认可的一些优点，你可以这样来回应对方。）

“那么，哪三种事情您希望有所改进？”

（对方的回答将显示几方面你可以填补的差距，可这样回应）

“是的，我懂得为什么改进这几项[对方提到的三条缺点]对您非常重要，要是不认真对待这几项，那么就会产生许多问题。”

### **我们的是否更好？（Is Ours Better?）**

“问题在于，我们的××产品（服务项目）是优质产品，对此，您是否需要加以考虑？这是一个问题，是不是？”

### **要是我们值得？（What if We Deserved?）**

（提问时一定要面带微笑）

“要是您能相信我们也无愧于你们给予的那份忠诚，那又怎样呢？如果情况确实如此，您能保证我们的××产品（服务项目）也能得到你们的采纳吗？”

### **我们要弄清楚（We Must Determine）**

“那么，我们要弄清楚的是，如果我们公司提供的产品具有同样的优点，您个人是否也会注意让我们享受到一样的长期忠诚对待？”

### **第二条供货渠道（Second Supplier）**

“为什么不让我们作为第二条供货渠道试一试呢？”

### **不需要碰机会（Don't Chance Anything）**

“我们并非要您去碰一碰机会，您需要的是上等的服务（更多的利润或更高的产量）。”

“您只需用 15 分钟就能确定我是否有您需要的办法。日历表明，×月×日×时是好时间，×月×日×时是否对您更方便？”

### **最重要的（Most Important）**

（以探询的口吻问）

“我能做些什么才能成为您的最重要的供货者，向您供应我们的××产品（服务项目）？”

## **“你们公司太大（小）了”**

### **量大成本低（Volume Keeps Costs Down）**

（同意对方的立场）

“是的，我们是一家大公司，您会直接从我们的巨大销量中得益，因为销量大，成本就低。降低成本对您很重要，是不是？”

### **公司已经成长（We've Grows It）**

“是的，我们公司规模很大，已经造就了一批从事服务的工作人员。事实上，我们工作人员对每一位顾客精心服务，并以此感到骄傲。”

“工作人员精心服务对您很重要，是不是？”

### **考虑你们的需要（Attention to Your Needs）**

“是的，这对你们也直接有利。我们公司这种规模，使我们不但能周到地考虑到你们的需要，而且能向你们提供与众不同的独立劳务。实实在在的独立劳务如今是很难找到的了，是不是？”

### **我会想方设法的（I Am Driven）**

“我工作得好坏是以基本顾客满意的程度来衡量的，这也决定了我薪金的高低，公司就拿这个标准来考核我的实绩。所以，我本人以及公司下属人员都会想方设法让您完全满意的。我们也有足够的人力来做到这一点。”

## **“我们在别处可以少花一点钱买到这种产品（服务项目）”**

### **价格与价值（Price and Value）**

（将两个问题分开，再说你想说的话）

“价格是不是您考虑的最重要因素？大多数企业家认为价值也同样重要。您同意这一观点吗？让我向您介绍一下为什么我们的××产品（服务项目）价值最大。”

### **他们产品的价值（Their Worth）**

（在此，用辞必须谨慎）

“如果我们的竞争者出价较低，那么对于他们出售的产品（服务项目）的真正价值，您又是

怎样估计的呢？”

### **仿制品与真品 (Imitation Versus Original)**

“我知道。您可以用比买真品便宜很多的价钱买到许多仿制品，但是您应考虑，您买到的东西到底是质量低劣的仿造产品，还是货真价实的真品？这至少对您还是有点关系的，是不是？”

### **律师或医生 (Attorney or Physician)**

(以下说法中，黑体字对于增强说服力十分重要)

“当您需要一位律师或医生的时候，您**仅仅**根据收费的多少进行挑选吗？您一定还要考虑他们的**信誉、业务水平和服务态度**，对不对？”

“您现在不也应当用同样的方式进行决策吗？让我们考虑一下目前我们提供的产品质量如何。”

### **为质量花钱 (Invest in Quality)**

(利用数字)

“少花多少钱？您估计那种产品（服务项目）能用多长时间？那就是说每天只有××美元。优质产品（服务项目）您还是买得起的，为了保证质量，花这点钱不算太多，是不是？”

### **价低质劣 (Low Price Versus Poor Quality)**

(一定要突出对比的结果)

“挑选产品（服务项目）时，对您哪一点更重要——价格低还是质量高？没有质量，价格再低又有何益处？”

### **他们缺了些什么？ (What Are They Omitting)**

(在此，自查是关键，同时鼓励对方发问)

“是的，××公司[竞争者]的报价的确偏低。我也在想他们到底缺了些什么。”

### **我也不傻 (I'm Not Crazy)**

“如果少花钱也能买到同样的产品，我也肯定会买的！我也不傻。但是，我不清楚是否会有什么别家公司随便定一个价就出售同样的产品。”

“他们也许声称他们的产品具有相似的性能；我倒要借此机会作一比较。”

## **“以前我们已经试过，但不顶事”**

### **为什么不一样？ (Why Different?)**

(带点惊奇的口气说法)

“那倒很有意思。您是否知道为什么贵公司与你们同行业中大多数别的公司不一样呢？”

## 不愉快的经历（Bad Experience）

（同情地说话）

“听上去好像你们在一种类似的产品（服务项目）上有过不愉快的经历，您能向我说说吗？”

## 进展（Progress）

“这方面在非常短的时间内有了很大的进展，因此，难道不应当把购买的决定建筑在今天而不是昨天的报价和条件上吗？”

## 出错？（Wrong?）

“什么出错了？”

## 因噎废食（Like Giving Up Eating）

（在此，循循善诱非常重要）

“非常遗憾听到您这么说。我知道，买了一样东西，然后又后悔而认为不该买，那是一件多么令人失望的事呀！但是，总不能因为我们曾经有过不愉快的经历，就放弃而不买东西了。这就像在一家餐馆吃的食物不对胃口就拒进任何餐馆吃饭一样，岂不是因噎废食？”

“我要对您讲的是，您和我们打交道一定会有不同的感受。”

## 根子在哪里？（What Caused?）

（分清是哪一方面的问题）

“造成问题的根子在哪里——是产品，还是服务？是公司领导，还是下属人员？”

## 我们不同（We're Different from）

“我想，我们可不要把小麦当作韭菜了，我们做的事与他们试过的事完全不同的。让我给您讲讲我们的产品怎么不一样以及为什么更好。”

## 失望（Disappointments）

（强调双方的关心是一致的）

“我懂。我们都有过失望，是不是？我希望不要因为一次不愉快的经历就使您灰心丧气，以致在可以充分利用的一次大好机会面前也犹豫不决。我们现在提供的就是这种机会，允许我解释一下。”

**“这听起来有风险”**

## 估计（Assessment）

（用试探的口气说话）

“我能问一问您的估计是建立在什么基础上的吗？”

### **比较（Compared）**

“与什么作比较？”

### **风险更大（Riskier）**

（反过来让对方思考；黑体字要强调）

“不用我们的××产品（服务项目）风险可能会更大。产量（绩效或士气）提高了，其价值您怎么看？”

### **有过高兴？（Ever Glad?）**

（好奇地询问对方）

“您有没有因为抓住了一次机会取得成功而感到高兴过？现在也就是这样的一个时机，一定要充分的利用。”

“我希望向您表明，决定与本公司做生意实际上是没有任何风险的。”

## **“你们公司在行业中只是一支新军，尚无业绩可言、老本可吃”**

### **要成为最佳的（We Took the Best）**

“我们是一家新公司，但我们具有革新精神。我们面向顾客，并不耻不问，取百家之长。我们吸取人家的教训，为您设计了一种新的产品（服务项目）”

“我们决心要试一试——试一试我们的努力，所以请相信我，我们一定会让所有顾客把我们看作是最佳的企业。”

“我们不会满足于已有成绩，也不会让任何一位顾客失望。”

### **新（New）**

（请对方下一定义）

“您说的‘新’是什么意思？”

### **信赖我们（Count on Us）**

（接过话题，为我所用）

“这正是您为什么能信赖我们的原因。”

### **开张优惠（Initial Advantage）**

（结交顾客）

“每家公司开张时都是新公司。捷足先登的人总能沾光，为什么不争取享受公司开张所给予的优惠呢？”

## 你们也曾是新公司 (You Were New)

(反客为主)

“贵公司以前也曾是新公司，我们的××产品(服务项目)不就处于你们那时这样的地位吗？难道不应当考虑我们可以提供的优惠条件吗？现在让我们试一试吧。”

## 和新公司做过生意？ (Ever Worked with New)

“贵公司以前有没有和一家新公司做过生意而因此得益的呢？这也正是你们目前面临的一次机会。”

# 对付顾客迟疑的推销用语

## “我们要好好考虑一下”

### 很好 (Great)

(这是一种逗趣的应答方式！)

“很好，而我们需要考虑什么呢？”

### 电话 (Phone Call)

(给对方一点喘息余地)

“好。等你们各位商量之后我再打电话，到时我再来回答你们可能提出的任何问题。”

### 有道理 (Have a Reason)

(切中问题的要害)

“您说这话定有道理，我希望弄清楚。”

### 较小的事 (Small Decision)

(理顺头绪)

“这对您来说是小事一桩，对不对？为什么不是马上作出决定，去干别的事情。我也将能着手处理您这个项目。”

### 更多的时间 (More Time)

“您为什么还要用更多的时间来作这个决定呢？”

### 阻碍 (Holding Back)

(其它方法无效时再用下列用语)

“您能不能对我说说到底是什么原因阻碍您作出决定？”

## 时间和精力（Time and Energy）

“让我们向前走出一大步。是否真的值得再花您的宝贵时间和精力呢？”

## 让我们想象（Let's Picture）

（以下用语能引导对方变单纯思考为具体想象）

“我明白，我也能想象得出您目前面临的种种问题：利润薄（新雇员多，士气低），我说得对吗？我们的××产品（服务项目）能帮助您解决问题。现在就让我们一起想象一下。”

“四到六个月过去了，贵公司总经理正在读年度报告的初稿，他（她）打电话祝贺您采取种种措施，解决了利润（人员调整，士气）问题。这就是您所希望出现的那种情景，是不是？”

“是否会出现您所想象的情景，这取决于您是否准备马上行动。让我们一起向最好的方向努力，将可能性变为现实性。”

## 老大难问题（Persistent Problems）

“我理解您的苦衷。我也理解首先使我们联想到的那些老大难问题——利润少（士气低，服务差），这些问题应当记在心中。您可不想为这样一种场面日复一日地重复展现在你的面前，是不是？如果您今天就采取行动解决这些问题，您的同事们明天就会感谢您。”

“难道您真的看不到您的老板（同事）因为您使他们能取得更大成功而由衷地感谢您吗？为什么不在今天就把这一想象变成现实呢？”

## 一起想（Think Together）

（表现出对对方的关心）

“让人们一起将问题想清楚，您关心的到底是什么？”

## 想办法是有道理的（Thinking Makes Sense）

（表现出热情）

“那好。想一些办法来提高产量和利润，这是必要的，也是很有道理的。我们认为采取行动来达到这些目标也是非常重要的。”

“让我们谈谈我们的××产品（服务项目）能帮什么忙。”

## 没有说清楚（Not Clearly Communicated）

（您可以自责，只要能得到订货）

“我听见了您说的话。您实际上是告诉我，我并没有说清楚您用了我们的××产品（服务项目）后会得到怎样的好处。要是我说清楚了的话，您就不会再多加以斟酌，而会马上积极行动的。”

“到底您还要我阐明什么问题呢？”

## 考虑时间太长（Think Too Long）

(对方应了解拖延会产生后果)

“我们有时考虑时间太长，往往错过良机。应当说，目前就是你可以利用的一个大好机会。为了不使拖延让您遭受更大的损失，我们能不能采取积极的行动，现在就授权作好书面签约的准备？”

### **更方便 (Easier Work)**

“只要想一想，如果您购买我们的××产品（服务项目），事情会变得多么方便。”

### **最佳决策 (Best Decision)**

(请对方讲讲有关的情况)

“请您给我讲讲对使用别家产品（服务项目）您所作过的最佳决策。决定是怎样作出的？您怎么会下了决心购买或使用那种产品（服务项目）的？”

(对方作出回答后，你就说：)

“我相信您那时作出的是明智的决策，我也相信，您现在也能作出甚至比这还要高明的决策。”

### **主要的关心 (Main Concern)**

“您主要关心的还有什么？”

### **还要做什么 (What Would It Take)**

“为了让您现在马上就订购我们的××产品（服务项目），还需要做什么事？更大的折扣（更适当的送货时间，更多的花色品种，更大的选择余地）？”

### **特色 (Special)**

“您是否完全清楚是什么原因使我们的产品（服务项目）具有这些特色？”

### **需要做 (Need to Do)**

(成交的好办法！)

“现在就向您出售我们的××产品（服务项目），我需要做什么事？”

### **您不会浪费时间 (You Would Not Waste Time)**

(显得很激动！)

“那就好极了！我知道，要是您没有兴趣，您是不会浪费时间多加考虑的。所以，我想，您所以要考虑，是因为您在作是否的决定时不想犯错误。”

“您想要做的事情就是作正确的决策，是不是这种情况？”

“要作正确的决策，您需要方方面面的事实依据。为什么不让我们在一起用几分钟时间把这事周密考虑一下呢？首先提几个问题：

您喜欢我们的××产品（服务项目）吗？

您想拥有（使用）我们的××产品（服务项目）吗？

您有足够的资金购买我们的××产品（服务项目）吗？

您希望在何时开始从我们的××产品（服务项目）中得益？

现在，您还有什么事情需要考虑吗？”

## “我们打算等到下一个季度再说”

### 确定订货（Firm Order）

（将对方的话看作已成交，往往能奏效）

“那么你们确定订货了，很好！让我们填写好有关的单据，我们将在下一季度的第一天发货。”

### 以后开帐单（Delay Billing）

（作一点退让）

“我有一个更好的主意，我们今天就可发货，等到一季度的第一天再开帐单，怎么样？那样做，您马上就能从我们的××产品（服务项目）中得益了。”

### 为什么推迟（Why Delay）

（吃惊地说话）

“您为什么推迟作出这样一个重要的决定呢？”

“让我们今天就把事情办妥吧！”

### 时机很重要（Timing Is Important）

“我懂，但时机也许很重要，为什么您不想就在此时此刻购买呢？”

### 推迟？（Put Off）

“为什么推迟作这一决策？”

### 希望得到？（Hope to Gain）

（强调迟疑不决的坏处）

“让我们看一看我能不能帮忙。再等待，您希望得到什么呢？也许您会损失点什么吧？”

### 碰头商量（Put Heads Together）

“下一季度您估计情况会有怎样的变化？也许我们碰头商量商量就能解决您今天的问题。”

### 立即行动（Take Action）

（恭维对方）

“我相信您是在情况需要时就愿意立即行动的那样一种人。您还需要哪些新信息让您今天就租用（购买）我们的××产品（服务项目）？”

### **失去竞争优势（Lose Competitive Edge）**

（描述损失的前景是很有说服力的）

“我知道您还要用更多的时间来考虑，但在您考虑的同时，您在市场上失去竞争优势可能会让您付出非常昂贵的代价。

“为什么不现在就决策，采取行动来加强您的市场地位呢？”

### **治病（Medical Attention）**

（促使对方进入角色）

“当您非常关心的某个人需要治病时，您会做什么？您会尽早送这个人就医，是不是？推迟这一决策可能您会冒很大的风险。

“我们也处于类似的境地。贵公司现时就需要我们的××产品（服务项目），让我们立即签约吧。”

### **现在就开帐单（Paperwork Now）**

（成交的好办法！）

“您计划在下季度购买？那么现在就开帐单，我们将在您选定的日期送货（开始行动）”

## **“现时生意的确很清淡”**

### **优先考虑（Prioritize）**

（催促对方购买）

“我明白。现在您应当优先考虑采购的事。让我向您解释一下，为了在即将来临的困难时期成功地参与竞争，我们的××产品（服务项目）为什么应当列为您订购单上优先考虑的首项。”

### **例证（Testimony）**

（用他人的失败来说明您的观点，但必须慎用，弄不好可能被误认为是对对方的威胁）

“我要告诉您我们的一位客户的情况。他们在生意不景气时中止了对我们的××产品（服务项目）的订货，结果这位客户就在那个行业中销声匿迹了，而他的竞争对手倒生意兴隆起来了。”

### **削减（Cut Back）**

“也许您应当削减一些订货，但您难道真想完全不买我们的××产品（服务项目）吗？”

### **完全中止（Starving）**

（试图作一点退让）

“削减订货是一回事，完全中止订货则是另一回事，对不对？”

### **增加（Increase）**

“您希望增加利润吗？”

### **等待的代价（Waiting Cost）**

“这也正是我们应当尽早会面的原因。再等待下去贵公司可能会付出沉重的代价。”

### **您不会有意（Not Your Intention）**

“我肯定您不会有意让这种情况继续下去，让我们在一起谈一谈我们怎样才能帮助您改善经营的状况。”

### **扭转局面（Turn Around）**

“这就是我们在此的原因。让我们讨论一下我们能帮助您扭转目前的局面。”

### **积极行动（Positive Action）**

“如果生意不景气，那么您应当马上采取积极行动来提高产量（绩效或士气），让我们谈谈我们怎样帮助您达到这个目标。”

### **竞争的打算（Competition Plan）**

（引进角色改变对方的想法）

“您认为您的竞争者在生意清淡的情况下会作出怎样的反应？他们绝不会损害自己发展的能力。”

“优先考虑购买一事很重要。中止订货可能直接影响到贵公司生存下去的能力，是非常危险的。让我们探讨一下您为什么现在就应当取得我们××产品（服务项目）。”

### **摆正位置（Proper Positioning）**

（促使对方关心自己的目标）

“情况也许的确是这样，但是，要是您在困难时期削减订货，那么当形势好转时，您所处的地位也许无法使您对变化作出足够迅速的反应。摆正自己的位置对您很重要，是不是？我们准备帮助您确立有利的市场地位。”

## **“我们尚未作好购买的准备”**

### **您认为（Your Thinking）**

（追问下去会有结果的，故可以发问）

“您认为何时你们能作出决定准备订货呢？”

### 关键因素（Critical Factors）

“您决策时考虑的关键因素有哪些？”

### 需要发生（Needs to Happen）

（另一种促使成交的说法！）

“需要发生什么情况才能使您有理由作出现在就购买的决定呢？”

### 欣赏话直说（Appreciate Honesty）

“我理解并且欣赏您的直说的态度。”

“促使您这样说的原因是什么？”

## “我需要将这事向老板汇报”

### 介绍老板（Introduce the Boss）

（掌握主动）

“好！为什么您不介绍一下您的老板让我认识一下？我可自己和他谈谈这事，这也是我份内的事。”

### 小事（Small Item）

（推销不易，小心为好）

“您认为真的要为这样一件小事麻烦您的上司吗？我们不可以干起来吗？”

### 谈什么（Talk about）

“您的想法很好！什么时候我们可以和他（她）谈谈？现在可以同他（她）谈吗？”

### 老板要管吗？（Is Boss Involved?）

“还有谁参与决策过程？所有的订货决策，您的老板都要管吗？”

（如对方回答“是的”，则可这样接下去）

“让我们约一个时间一道去见见您的老板。”

（如对方回答“不”，则可这样接下去：）

“是什么原因使这次订货与别次订货不一样呢？”

### 老板之外（Boss Plus）

（争取对方帮忙）

“除了您的老板之外，还有谁和您一起决策？既然现在您对我们的产品（服务项目）已有了一个好的印象，我能不能请您陪我一起去见见您的老板（或者另一位参与订货决策的人），向他

（她）介绍一下我们的产品（服务项目）的优点？”

### **使您无法（Prevents You）**

“是什么因素使您目前无法作出决策的？”

## **助你胜利成交的推销用语**

### **常用的成交语**

#### **何时成交？（When Start?）**

“×××先生（女士），既然您知道了我们的××产品（服务项目）的优点，您希望我们何时送货（成交）呢？”

#### **与您的想法合拍（Fit Your Thinking）**

“我们的想法与您的想法合拍吗？”

#### **加上大名（Add Your Name）**

（与对方商量）

“我想在我们的客户名单上加上您的大名，我们是不是再朝前走一步？”

#### **做您的生意（Win Business）**

（贵在真诚）

“做您的生意，我们还需要做什么？”

#### **要是角色换一换？（If Roles Reversed）**

（置对方于你所处的地位）

“×××先生（女士），要是我们的角色彼此换一换，您打算接下去干什么事？”

#### **欣赏优点（Appreciate Benefits）**

“×××先生（女士），您欣赏我们××产品（服务项目）的许多优点吗？”

#### **要是进一步商谈？（If You Proceed?）**

（用假设的语气使成交更加自然些）

“假设您想进一步商谈这一次买卖，您希望在何时拍板？”

#### **形势（Situation）**

“让我们利用这一形势，今天就把这事定下来。”

### **问题能解决（Problems Vanish）**

“您希望产量（人员或士气）问题能解决，是不是？”

### **我们开始供货时（When We Begin to Service）**

（假定此时已成交）

“当我们开始向你们供货时，您想要我来给贵公司员工作一一介绍吗？”

### **留一个位置（Reserve a Place）**

（给对方以回旋的余地）

“在我们考虑最有利的付款方式（时机）的过程中，您是否希望我给你们留一个位置呢？”

### **咨询（Consult）**

“您在订货（成交）前还要向别人咨询吗？”

### **对你们有利（To Your Advantage）**

“如果您已明白，购买（使用）我们的××产品（服务项目）对你们有利，我们开出条件又是非常优惠的，您是否今天就有权拍板呢？”

### **这正是您要的（This Is What You Want）**

“您对我们的××产品（服务项目）能为你们做的事感到很高兴，是不是？因而这也是您想要与我们做生意的原因，对不对？”

### **要是我能表明？（If I Could Demonstrate?）**

“要是我能表明我们的××产品（服务项目）能为您和贵公司节省很多钱，您是否有权今天就付诸行动呢？”

### **您能看出？（Can You See?）**

“您能看出这在什么地方能为您省钱（改善工作条件）吗？要是您想开始省钱（改进）的话，您认为何时开始最好呢？”

### **我打算帮您（I'm Going Help）**

（颇为自信的说）

“这就是您所需要的，我打算帮您得到它。”

### **最重要的事（Most Important Thing）**

“您对我说过，产品可用性（服务可靠性，质量，次日就送货）对您最重要的事，是不是这

样？”

“如果我能向您表明我能够做到这件事，您是否今天——马上就订我的货（与我和本公司做生意）？”

### **顾虑（Main Concern）**

“您还有什么顾虑呢？”

### **说服您（Convince Yourself）**

“能否请您告诉我，为了说服您今天买我们的××产品（服务项目），我还需要为您做些什么呢？”

### **送货（Delivery）**

（让对方感到他（她）是很有实力的）

“您要求再过多久向你们送货？”

### **什么也不做（Do Nothing）**

“如果您对已经看到的问题什么也不做，那会发生情况呢？”

### **我们的承诺（Our Commitment）**

“既然您了解我们对质量（服务，工艺设备先进）所作的承诺，我能记下您的订货吗？”

### **唯一的事（Only Thing）**

（当您试图成交时，如果对方表示还有顾虑，那就试试用以下说法）

“您想了解我们的××产品（服务项目）所能提供的价值，但这是不是妨碍你决策的唯一的一件事，或者还有什么别的事您需要考虑呢？”

（如对方说明这是唯一考虑的事，可这样来回答）

“这点我是否已经说清楚？我希望您知道我很乐意回答这个问题，因我清楚，一旦您看到了我们××产品（服务项目）的价值，您会非常高兴的。”

“您希望什么时候开始从这些优点中受益呢？——×月×日，还是×月×日？”

### **消除您的顾虑（Remove Your Concerns）**

（如果对方提出了好几条妨碍成交的意见，应一一记下，然后一一予以回答，对每一条意见的答复都要使对方满意，可说）

“我希望能一一消除您的顾虑，好不好？”

（口气也可以缓和一点，用音量的语气说：）

“现在我可就××问题[对方提出的意见]向您说明一下吗？”

（然后补上以下的话）

“×××先生（女士），我希望我与之打交道的人都能像您那样明确地说出他们的顾虑，要是那样的话，我工作起来就更有劲了，因为这将使我有机会向他们说明我们的××产品（服务项目）对他们是非常有用的。我知道你是打算从我们的××产品（服务项目）的优点中受益的，让我们签约吧。”

## 寻觅推荐人的推销用语

### 请求未买你货的人推荐客户

#### 尽管你不会用（Although You Can't Use）

（礼貌地说）

“×××先生（女士），尽管您不能使用我们的××产品（服务项目），要是您能把我介绍给您的朋友或熟人，您相信他们有可能从我们的产品（服务项目）中得益，那么我将会铭感不尽。”

#### 有谁要做这笔合算的买卖？（Who Needs a Good Buy?）

“×××先生（女士），尽管您不能使用我们的××产品（服务项目），您知道有谁想要我们的产品（服务项目）这笔合算的买卖吗？”

### 请求顾客推荐客户

#### 三个人的名字（Names of Three）

（不要怕难为情，期待对方作出积极的回应）

“您也许知道一些人，他们可能会用我们的××产品（服务项目）。请您告诉我三位与您做生意的熟人的名字，我可以打电话给他们或者说是您介绍我与他们见面的，我会非常感激您的。”

#### 您会拜访谁？（Who Would You Call?）

（请顾客处在你的地位帮你出主意）

“我想还有机会访问一下本地区的别的人，您能帮我出出主意吗？要是您是我，您会拜访谁？”

#### 像您那样的人（More like You）

（在此，称赞对方会收到好的效果）

“×××先生（女士），您喜欢我们的××产品（服务项目）的原因是它能增加利润（鼓舞士气或降低成本），对不对？我当然希望有更多的像您一样的感到满意的客户。”

“这样做好不好？如果您认为可以的话，我把您对我说的话记下来，然后将记录送给您过目。要是记下的话能得到您核准，请让您的秘书在标有贵公司抬头的信笺上打印一份寄回给我。您是否愿意帮我的忙，让别人知道我是怎样协助您达到目标，从而有利于扩大我们的顾客面呢？”

### **需要五个人（Need Five）**

（请求顾客的帮助）

“×××先生（女士），我有一个问题希望您能帮帮我的忙。我需要五个人，他们的评价和您的一样，可以提供新的机会，并且，在使用我们的××产品（服务项目）后能像您一样得益。您建议我和谁联系？”

### **请答应我（自荐）（Promise Me [Self—Referral]）**

（用富有感染力的语调说）

“×××先生（女士），如果您需要我们帮什么忙，或者要我们提供什么服务，请答应立即打电话告诉我。”

### **您的一些朋友（Any Associates）**

“×××先生（女士），您是否有一些朋友也希望像您那样从我们的××产品（服务项目）中得到同样的好处？”