# 销售沟通应对话术技巧和方法(3篇)

来源：网络 作者：玄霄绝艳 更新时间：2024-09-11

*无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。销售沟通应对话术技巧和方法篇一错误应对：1、最多只能让您20块钱，...*

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**销售沟通应对话术技巧和方法篇一**

错误应对：

1、最多只能让您20块钱，不能再让了。

2、那就270块钱吧，这是最低价了。(报价298元，第一次还价到280元)

问题诊断：客户说“你不要讲那么多，你就说最低多少钱能卖吧”，恰好证明客户想买这款商品，这时候的销售人员应当着重介绍这款商品有哪些适合客户的地方和介绍这款商品的优越性，而不是一味地消极让价。

销售策略：客户永远关心的是价格，而销售人员永远要演绎的是商品的价值。要让客户看到价值大于价格，让客户感受到物超所值，客户才不会也不敢一味地追求低价格。

语言模板：

销售人员：先生，价钱不是最主要的。您买一款商品至少要用几年时间，我完整给您介绍这款商品最多三分钟。您听我用两三分钟讲完再决定买不买也不迟，要是销售人员三言两语就叫您买，那是对您不负责任，您买回家万一后悔了，她们会把钱退给您吗?

销售情景2：今天不买,等过两天你们搞促销活动时再买

错误应对：

1、促销活动不是人人都能有机会的。

2、(无言以对)

问题诊断：本案的第一种回答，虽然比较真实，但缺少策略，无法让客户回心转意。而第二种情况则比较消极。

销售策略：每次促消活动都有个特点：活动期限内的销量会有所增加或明显增加，但活动之前和活动过后的一段时间内，销量会很不景气，原因是活动之前的广告和宣传会使得消费者持币待购，而活动期间积聚的人气和销量也透支了活动过后相当一段时间内的销售。作为一名职业的终端销售人员最主要的职责之一就是引导每一个进店客户的正确选择和及时消费。

语言模板：

销售人员：可以的，大哥。您是怎么知道我们过两天有活动的?(等客户回答过后)哦，大哥看中了我们的哪款商品?(我想买你们搞促销活动时的那款商品)哦，大哥那您买这款商品的主要用途是什么呢?每天用到的时间是不是比较多?(一番问答之后，尽可能利用客户的生活需求否定客户购买促销商品的想法)哦，大哥我刚听您说了您对商品的使用需求，我负责任的告诉大哥，我们搞活动的商品并不适合您生活当中的需要。比如说商场里的某件服装打折，价格很是诱人，但是，促销的是男装，而且您家里人根本也不喜欢这种款型，您还需要买吗?所以搞活动的商品不一定是您需要的商品。不论花钱多少最重要的是买到适合自己的东西，大哥，你说对不对?其实，根据大哥刚才的介绍，我觉得这款商品才是大哥真正所需要的……

销售人员：您知道我们搞促销的活动规则吗?(等客户回答后)哦，大哥您知道我们搞活动的是哪款商品吗?(等客户回答后)哦，看样子大哥对我们的活动还不是很了解。为了对大哥负责，我现在向您了解几个问题，大哥那您买这款商品的主要用途是什么呢?每天用到的时间是不是比较多?(一番问答之后，尽可能利用客户的生活需求否定客户购买促销商品的想法)哦，大哥我刚听您说了您对商品的使用需求，我负责任的告诉大哥，我们搞活动的商品并不适合您生活当中的需要。比如说商场里的某件服装打折，价格很是诱人，但是，促销的是男装，而且您家里人根本也不喜欢这种款型，您还需要买吗?所以搞活动的商品不一定是您需要的商品。不论花钱多少最重要的是买到适合自己的东西，大哥，你说对不对?其实，根据大哥刚才的介绍，我觉得这款商品才是大哥真正所需要的……

销售情景3：价格已经到底线了,但客户还是狠命杀价

错误应对:

1、价钱我们已经让到位了，不能再让了

2、再让我们就没钱赚了

3、我销售人员只有这个权限给您这个价了

问题诊断：有时不是客户不相信价格，而是找不到“买单”的台阶。本案中销售人员的三种回答都存在一个共同的问题：直白而且对立的话语容易使销售人员和客户双方都陷入不肯让步的死胡同。

销售策略：一个优秀的销售人员除了了解客户外在的需求更要了解客户的内在需求。客户需要购买物美价廉的商品，这是每个销售人员者明白的常识，但是客户除了有花最少钱买最好东西的需求外，还有渴望被尊重、被赞美，渴望安全感的需求却不是每个销售人员都能领悟的。本案中的销售人员激发和满足客户的潜在需求是本案成功的关键。例如：去年十月份我在安徽芜湖培训期间，一家服装卖场，有一对年轻夫妻想买一款衣服，但是因20块钱讨价还价相持不下，一直到晚上六点钟都没有成交。这时候我听到那位女士轻声地自言自语地说道：就20块钱，让掉算了，天都黑了，肚子都饿死了。当时的我听到这句话后，就立即吩咐另一位店员到旁边小店去买一袋饼干，我亲手将饼干递给那位女士，对她说：价钱不是最重要的，健康更重要，别把胃饿坏了，先吃点饼干再说。当那位女士吃了三片饼干后，就再也没有坚持讨价还价了，三分钟之内顺利成交。本案真实地说明了，客户表面上是在讨价还价，实际上他是想通过讨价还价来证明自己是聪明的消费者并通过这种行为寻找一种安全感。通过寻找一个公平的价格来悍卫自己应有的被尊重的地位。而我在恰当的时候，给了他关心和尊重，当客户得到了这种需求后，20块钱的讨价还价就瞬间显得不重要了。

语言模板：

销售人员：先生，我非常理解您!我也是消费者，我知道消费者挣钱也不容易，最怕就是买到一个根本不值那么多钱的东西。先生您放心，如果您买回家发现这款商品我们给您的价格比别人贵了，我们双倍把钱退给您!如果先生还是不信的话，我可以写个证明给您。好啦，买卖双方相互信任才是最重要的，先生，您到这边来，我先教您填三包卡。

销售人员：看得出来先生您是个特别会当家过日子的人。买东西也好，生活也好，就应该像先生一样，每分钱都该花在刀口上。如果给您的价格还有一分钱可以商量的余地，我一定不会让先生为难的。也请先生能理解我们，其实现在我们赚钱也不容易，竞争越来越激烈，利润越来越薄。可能先生没有想到我们在这里卖东西也是有经营成本的，去掉一大堆的成本和费用，我们能挣到的钱可以说是真正意义上的薄利多销了，最关键的是我们还要承担先生这一件商品以后的售后服务，三包期内好多项目都是免费的，但对我们来说都是有成本的。所以先生您买的不是一件商品而是一种信任，好啦，您跟我到这边来一下，我先教您填下三包卡，这样以后售后就有保障了。

**销售沟通应对话术技巧和方法篇二**

女：也许可以像一片月色，坐在荷塘里;

男：也许可以像一朵云彩，坐在远山尖;

女：也许可以像一束灯光，坐在书页里;

男：也许可以像一个梦，坐在你的眉间。

2

女：有些时光，

男：有些时光

合：就是用来小坐的。

女：比如一盏茶的时光;

男：比如思念的时光。

女：小坐，多像一个茶馆的名字，

男：一间咖啡屋的名字，

女：或者~一间书吧的名字。

男：如果是我开的话，就开在一个胡同里，素朴装饰，敦厚灯光，老旧桌椅，一对新人，也能坐回到前生的缘里去。

3

女：曾在朋友的书中看过她所记的一段往事。其好友邀她听一段音乐，各自在纸上写下想到的东西。朋友写明月、琵琶、归舟、落花、徘徊、天涯，好友纸上无字。不解时，她好友便在纸上回：妙处难与君说。

男：那样安暇的一段小时光，就那样小坐在一首音乐里，才更深地寻到音乐的美，美到难以言说。

4

女：这样的小坐，一个人，就坐满一屋子的清幽，一树的醉花阴。

男：我曾坐在一个字上，一个词上，或一首诗里……这不是诗情画意，也非不食人间烟火。确实是为一个字的美好，久久坐在其上不舍离开;确实为改一个字，久久坐在那里凝思 不舍放弃。

女：小坐，是咱们的生活里，

合：做的最多的，也是 最美好的事。

5

女：看过太多跑在俗事中的，跑在纠葛中的，跑在你争我抢中的人……永远停不下来。希望更多的人，能够停下来，像我们一样，小坐小坐。

男：在灰心处停下来，坐到明亮处;在烦恼时停下来，坐到清凉处;在怨愤里停下来，坐到开阔处;在自我里停下来，坐到无我处。

合：小坐，有大美。

6

女：必须，你必须有一段时光，它的名字叫，小坐。

男：这时，风坐下了，月坐下了，花影也坐下了。

女：你的眼睛清澈了，能看到那个令你清悦的人;

男：你的手指清凉了，能翻开任何一页清丽的往事。

合：总有一天，

女：我们会像一片月光，坐于荷塘;

男：像一朵云，坐于远山;

女：像一束灯光，坐于你书页;

男：像一个梦，

合：坐于~你眉间。

**销售沟通应对话术技巧和方法篇三**

销售情景1：能不能便宜点?

错误应对：

1、价格好商量……

2、对不起,我们是品牌,不还价

问题诊断:

客户买东西时都会想要便宜点，这是客户的一个正常的消费心理，并不是决定他买不买的主要问题。销售人员在接待客户的时候，会面对客户成百上千的问题，但这些问题归纳分类后其实只有两种问题：真问题和假问题。我们的很多销售人员并不知道客户的问题中大多数都是假问题。客户问“能不能便宜点”就是一个典型的假问题，“能不能便宜点”只是所有消费者的一个习惯用语，作为一个老练的销售人员根本没有必要就“能不能便宜点”开始讨价还价，而是应该在客户关心价格的时候引导他关注价值。本案中的第一种回答是一种不战自溃的消极销售行为;第二种回答则是一厢情愿，强迫消费者意愿的武断行为，消费者很难接受。

销售策略：当消费者关心价格的时候，销售人员应当因势利导，让客户关注商品的使用价值。把客户关心贵不贵改变为，值不值!

语言模板：

销售人员：先生，买东西不能只考虑便宜问题。您以前有没有用过同类的商品?那种便宜的商品可能用段时间就开始出现质量问题，比方说自行车，那种便宜的自行车骑两三个月就开始到处生锈，链条经常掉，脚踏也经常掉，骑起来很费力，除了铃铛不响，上下哪里都响。但是要是买一辆好的自行车比如捷安特，你骑两年都不用让你操任何心，骑起来又轻松。其实我们的东西和自行车一样，都是一等价钱一等货。买东西我觉得耐用性和安全性才是最重要的，您说呢?

销售人员：您如果觉得这款商品的价格不合适，我给您介绍另一款性价比更好的……

销售情景2：我今天不买，过两天再买

错误应对：

1、今天不买，过两天就没了。

2、反正迟早都要买的，不如今天买就算了。

问题诊断：客户说“我今天不买，过两天再买”一定是有原因的。而本案中的两种回答，都显得有点一厢情愿，难以引起客户的共鸣。

销售策略：销售人员只有找到客户不买的真实原因并加以正确引导，才能够让客户回心转意。

语言模板：

销售人员：今天买不买没关系呀，我可以先为您介绍一些我们产品的基本知识，等您过两天想买的时候，您就可以心中有数了嘛……

销售人员：好的，没关系。过两天您想买什么样的，是豪华款的还是简易款的?

销售情景3：我先去转转看再说

错误应对：

1、转哪家不都一样吗?

2、不要转了，你要诚心想买，我给你便宜点。

问题诊断：“转哪家不都一样吗”强留客户的理由太简单，无法打动客户。“不要转了，你要诚心想买，我给你便宜点”虽然能起到一定的挽留客户的作用，但是给客户讨价还价留下了伏笔，使接下来的销售人员陷入了被动。

销售策略：客户说“我出去转转”，这可能是一种心理战术，也可能是客户没有找到中意的，销售人员首先要判断客户是哪种情况，然后针对性地进行引导。

语言模板：

销售人员：先生，是不是对我的服务不满意?〈客户一般会回答：不是，是你们的东西太贵了〉先生刚才最看中的是哪款商品?您买到一款自己喜欢商品不容易，我发展一个客户也不容易。您有什么要求，请直接告诉我，我会一定让您满意的。〈如果客户回答：不是，是没有我喜欢的款〉请您等一下再走好吗?您最喜欢的款是什么样子的?〈等客户说完，把他带到相似的商品前……〉

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找