# 8销售技巧和话术之解决客户抗拒的十大借口

来源：网络 作者：空山幽谷 更新时间：2024-08-05

*销售技巧和话术之解决客户抗拒的十大借口3篇借口之一：我要考虑考虑销售员：-顾客先生，太好了，想考虑就说明你很感兴趣。是不是呢？顾客：是销售员：-这么重要的事情，你一定会很认真的做决定吧。对吧？顾客：-是销售员：-这样说，该不会是想躲开我吧？...*

销售技巧和话术之解决客户抗拒的十大借口3篇

借口之一：

我要考虑考虑

销售员：-顾客先生，太好了，想考虑就说明你很感兴趣。是不是呢？顾客：是

销售员：-这么重要的事情，你一定会很认真的做决定吧。对吧？

顾客：-是

销售员：-这样说，该不会是想躲开我吧？

顾客：-不是，不是，你千万不要这样想。

销售员：-既然你有兴趣，你又会很认真的做出你的最后决定，我又是这方面的专家，为什么我们不一起考

虑呢。你一想到什么问题，我马上就答复你，这样够公平了吧！

顾客：-无语、、、、销售员：--顾客先生，坦白的讲，是不是钱的问题？

借口之二：太贵了

1.价值法

顾客先生，我很高兴你能这样的关注价格，因为那正是我们公司最吸引人的优点，你会不会同意，一件产

品的真正价值是它能为你做什么，而不是你要为它付多少钱。这才是产品有价值的地方。

如果你在沙漠里，走了两公里，你快渴死了，一瓶水可值一百万，因为它让你重获了你走回家的所需要的力气，这是这瓶水的价值所在。

如果有一个卖水的人过来，一瓶书卖你十元钱，我保证你不会跟他讨价还价的，如果这时候你有钱，你一

定会买这瓶水，你说对吗？

2.代价法

顾客先生，让我给你说明，你只是一时在意这个价格，也就是在你买的时候。但是整个产品的使用期间，你就会在意这个产品的品质。

难道你不同意，宁可投资比原计划的多一点点，也不要投资比你应该投资的少一点点吗？你知道使用次级

产品，到头来你会为它付出更大的代价的，想想省了眼前的小钱，长期反倒损失了更多的冤枉钱，难到你

舍得吗？

3.品质法

顾客先生，大多数的人包括你和我，都清楚的了解到：好东西不便宜，而便宜的东西往往没有好的。客户

有很多的事可以提，但大多数人都会忘记价格，然而他们绝对的不会忘记差劲的品质和差劲的服务的，要

是那件商品很差劲的话，你说是吗！

4.分解法

贵多少：

计算此产品的使用的年份

算出平均每年的价格

所得的数字除以

算出每周的价格

若是办公室使用的话就除以

5，家庭使用就除以

算出平均每天贵了多少。

5.如果法

顾客先生，如果价格低一点点，那么今天你能作出决定吗？

6.明确思考法

明确思考法

跟什么比

为什么呢

借口之三：别家更便宜

销售员：顾客先生，你说的可能没有错，你或许可以正在别家找到更便宜的产品，在现在的社会中，我们都希望用最小的钱买到最大的效果，不是吗？

顾客：是

销售员：同时，我也常常听到一个事实，那就是最便宜的产品往往不能得到最好的效果，不是吗？

顾客：是

别家更便宜

借口之四：超出预算

销售员：顾客先生，我完全可以了解这一点，一个管理完善的公司需要仔细的编列预算，因为预算是帮助

公司达到利润目标的重要工具，不是吗？

顾客：是

销售员：但为了达成工具，工具本身应带有弹性，你说是吧。

顾客：是

销售员：

假如今天有一项产品能带给贵公司长期利润和竞争力，身为企业的决策者，为了达成更好的结果，你是让预算控制你，还是来主控预算呢。

借口之五：我很满意目前的所用的产品

销售员：请问你要买我的C

产品吗？

顾客：不要了

销售员：为什么？

顾客：我有

B

了

销售员：你用

B

是多长时间了？

顾客：用三年

销售员：很满意吗？

顾客：很满意

销售员：用

B

之前你用什么呢？

顾客：用

A

呀

销售员：当初三年前从

A

转成B的时候你考虑了什么好处？

顾客：考虑了一二三

销售员：考虑之后你得到了吗？

顾客：得到了得到了

销售员：你真的很满意吗？

顾客：真的销售员：告诉我既然三年前你做出了从

C

转成B的决定，并且很满意自己当时所做的考虑，现在为什么你

有否定一个跟当初一样的机会在一面前呢，当初你的考虑带给你了更多的好处，为什么你现在不再做一次决定呢，你说我说的有没有道理呢！

借口之六：\*\*时候我再买

销售员：\*\*时候你会买吗？

顾客：会

销售员：现在买跟\*\*时候买有什么差别吗？

顾客：\*\*

销售员：你知道现在买的好处吗？

你知道\*\*时候再买的坏处吗？

我给你计算现在买，\*\*个月后可以节省或多赚多少钱

再给你计算\*\*个月后再买会损失或少赚多少钱

借口之七：我要问某某

销售员：顾客先生，如果不问别人你自己可以做决定的话，你会买吗？

顾客：会

销售员：换句话说你认可我的产品了

顾客：认可

销售员：那你会向别人推荐我的产品吗？

顾客：会

销售员：也许是多余的，但允许我多问几句，你对品质还有问题吗？

顾客：没有了

销售员：对服务还有问题吗？

顾客：没了

销售员：对价格还有问题吗？

顾客：没有

销售员：对我们公司还有问题吗？

顾客：没有

销售员：对我还有问题吗？

顾客：没有

销售员：你还有别的问题吗？

顾客：没有了

销售员：太好了接下来，我们什么时候可以与\*\*见个面。

借口之八：经济不景气

顾客，多年前我学到了一个真理，当别人卖出的时候，成功者买进，但当别人买进的时候，成功者卖出。

最近有很多人说到市场不景气，但是在我们公司，我们决不会让不景气捆饶我们，你知道为什么吗

因为今天有很多拥有财富的人都是在不景气的时候建立他们的事业基础，他们看到了长期的机会而不是短

起的挑战，因此他们做出了购买的决定而获得了成功，当然，他们也必须愿意做出这样的决定。

顾客先生，今天你有相同的机会，可以做出相同的决定，你愿意给自己一个机会吗

借口之九：不和陌生的人做生意

我知道你的意思，并且非常理解，同时你知道吗，当我走进这扇

门时，我们就已经不是陌生人了，你说对

吗！

借口之十：就是不买

销售员：顾客先生，我相信在世界上有许多优秀的推销员，经常有很多人向你推荐许多优质的产品，不是

吗？

顾客：是

销售员：而你当然可以向任何一位推销员说不，对不对？

顾客：是

销售员：身为一名专业的推销员，我的经验告诉我，没有一个人可以对我说不，他们是在向

自己说不（对

自己的未来，健康，幸福，快乐等等任何与你产品有关的都可以）而我怎么可能让我的顾客因为一点点小

问提而向自己说不呢，如果你是我，你会忍心吗？

保健品会议营销技巧秘诀

①

电话营销前的一些准备工作

电话营销并不是简单地把电话打出去就行。我们打电话的目的是为了让顾客自己购买我们的产品或者让顾客转介绍我们的产品，电话是为产生销售而服务的，所以在打电话前必须把准备工作做好，否则的话不但浪费电话费，还有可能使电话销售的效果降低。

首先要把电话数据库做个整理。专门从事电话营销的公司一般都有庞大的数据库名单，数据库名单少则十来万，多的有几百万，这些

名单中有大部分都是无用的，可以通过Excel进行筛选。

电话销售前需要进行常规培训。主要是讲解电话销售的一些注意事项和基本礼仪。电话销售的拒绝率特高，要给员工鼓气，告诉他这些都是正常的现象。因为电话销售人员和客户从未谋面，对于客户来说，他只是在拒绝陌生人而已，和电话销售人员无关，所以，大不可为被客户拒绝而难过，要坚持到底。

保健品会议营销技巧秘诀

要制定科学的电话营销时间。保健品会议营销的电话对象都是50岁以上的中老年人，陌生电话拜访最好选择上午8点半至11点半，下午3点半至5点这两个时间段。这两个时间段老年朋友一般至少有一个时间段在家里，电话接听率高。如果这两个时间段老人家都不在家，可以在晚上7点左右再打，晚上7点左右老人家百分之八九十在家里，但是他们的子女也有可能在身边，会提反对意见，阻止老人家参加会议，所以在晚上的时间段打电话要尽可能简短。

电话营销的成功有它的几率。在拥有优质数据库的基础上，每100个顾客名单中能够产生5—6个意向客户，每10个意向客户中可以产生1个购买客户。所以说如果你想每天有2个客户买你的货，你每天至少要打200个电话。如果你每天打200个电话，产生的意向客户低于10个，购买客户低于1个，那么说明你的电话营销技巧还有待提高。

正式电话销售前的最后一项准备工作是设计一个好的电话脚本。产品之所以卖不出去，是因为电话销售人员没有一套好的对产品的说

明方法，对产品的解释有问题，对产品价值的塑造方法有缺陷。所以电话销售人员必须要运用一套话术，来塑造产品的价值，这一点非常非常重要。运用不同凡响的语言，所塑造产品的价值，其销售结果远远超过产品本身的价值。电话销售脚本要快速引起顾客兴趣，即时顾客暂时不打算购买产品，也能给对方留一个好印象，为下次电话拜访留有余地。

②电话销售中要注意的几个问题

像对待老朋友一样热情陌生顾客。拨通电话之后，你就要像对待老朋友一样和陌生客户交流，要像他们就在你的面前一样对待他们。要将热情的语调贯穿这个通话过程，在通话时脸上始终要面带微笑。虽然客户看不到你，但是通过声波的传导，他们能够感知到你的形象。

初次打电话只需简单表达目的，不需和顾客过多纠缠。会议营销的实际销售是在会场上完成的，陌生电话拜访的目的是邀约顾客参加会议，如果顾客有参加会议的意向，电话拜访的目的就达到了。所以，电话销售人员要能够迅速分析顾客的语言，对顾客准确分类。我们可以把顾客分成ABC三类：A类顾客是乐意参加会议的，B类顾客是犹豫不决的，C类顾客是断然拒绝的。电话销售人员要养成正确记录通话内容的习惯，按ABC分类法把顾客归档。A类顾客可以直接邀请参加会议，对B类顾客和C类顾客要后续电话跟进，一般B类顾客要5-7次电话跟进，C类顾客要3-4次电话跟进。

电话销售中难免会遇到顾客对电话内容有异议。这也是再正常不过的事情，没有一个人会无缘无故相信一个陌生人的推销。不管对方

用什么样的形式反对，电话销售人员一定要立场坚定地肯定产品作用和公司形象。

电话结束时一定要注意挂电话的礼仪。在与客户的电话沟通中，不管是遇到什么样的情况，一定要让客户先挂电话，自己挂电话要轻轻搁下。有的电话销售人员在遭到客户拒绝后怒气冲冲地大力挂断电话，不仅容易给客户造成极坏印象（如果客户还没挂电话，话筒那边听得到），而且影响自己的心情，从而导致下一个电话营销的失败。

如何成为优秀的保健品销售员？

要和同行大神交流干货,资源互换,扩充人脉的,可以加销售微信交流群,加我,拉你入群,里面全是销售

微信号:kissjng打广告的不要来,谢谢

首先要做一个勤于思考的人，下面是一个从销售员升至经理的销售人士经常考虑的几个问题及付诸实践的几个方式，这几个问题搞明白了，方式也领悟了，相信对你们的销售工作也是很有帮助的，而大客户订单大致就是这样争取地。

如何成为优秀的保健品销售员？

一。

我们是做什么的？（一句话能说清楚，就不要用两句）

二。

我们能做到什么程度？

三。

我们能给予客户什么？（客户给我们支付钱，我们给客户的是什么？要提炼出来）。

四。

我们给客户的这些东西能帮助客户实现什么？你是在帮他而不是赚他钱。

五。

要让客户明白你讲的是什么？你想让客户做什么判断？

六。

还要思考客户想明白什么？

那么到底大客户销售人员需具备哪些要件及哪些策略方法呢？让我们来简要讲述如下：

1。自然特质：

大客户销售需要具备一些自然特质，而这些自然特质不是短时间可以靠培训可以完成的，作为销售管理人员必须有清醒的认知，作为大客户首先得具备逻辑能力、分析能力关键要件，另外能与大客户身份相匹配的基本素质，在与大客户交流的思维模式与心智是匹配的。

因此，我们要读懂大客户的语言、大客户的思维方式、大客户的行为习惯等，如果做不到这一点，我们在做销售的时候就会发现，不管我多么热情，多么投入最终客户还是没有反应，造成这种情况的原因就是大客户听不懂你在讲什么，他读不懂你的语言，这对我们来说是很可怕的。

2。专业知识

专业知识是基本功，是最容易掌握的，但也是最不容易做到的。作为大客户销售所应掌握的专业知识实际上是包括三个层面的，一是

产品知识，二是行业知识，三是市场环境认识。产品知识是作为一般销售都应具备的知识，而行业知识很容易被人理解为同行业知识，实际上这是错误的，仅了解一点同行业知识，有时是不足以应对一些专业型的大客户的。行业知识应从同行业角度、替代品方面以及行业发展的动态方面考虑；三是市场环境认识同样也是必不可少的，只有三者都达到了，才有可能成为专业领域的娇娇者。

3。专业技能

大客户销售的专业技能也是必不可少的，这一点大家都很清楚，并且必须很重视这一方面的工作。这方面可有以下五点我们须要明白：

（1）。利益是客户是否选择你的根本原因，为什么？你的优势？

（2）。让客户喜欢是成功销售人员基本素质技能，为什么要搏得大客户的欢心这个道理还用讲吗？

（3）。让客户信任是体现企业优势价值的基础，没有信任一切无从谈起。

（4）。成功的大客户销售人才都是做人情关系高手，我们中国人是讲人情的，怎样做好人情这里

面可有学问呀。

（5）。为企业取得最大利益的必备技能。看穿客户的心为企业争得最大利益，老板开心，你的开心

成问题吗？

4。嗅觉灵敏，有“要“性，懂护“食”

（1）。发现商机。目标是发现真实的宝藏，确定真实的销售商业

机会。宝藏无处不在，销售员必须

嗅觉灵敏，多加留心，这里面是有道行地。

（2）。把握商机。目标是寻找藏宝图，识别跟随客户采购决策权力链。大客户的订单往往不是一个

人说了算，甚至不是二个人说了算，必须对里面的弯弯绕要心知肚明。

（3）。决战策略。目标是制定最后夺宝、取得最终销售成功的策略与思路。“夺”单过程惊险、刺

激，但最关键的决战时刻来临时要有策略，有谋略，谋定而动。

（4）。决战控制。目标是夺宝最后行动，全力以赴最后决定成功的控制方法。

准备的，谋略见效，余下的就如何对整个决战进行有效的控制。

（5）。关系维护。目标是巩固保卫胜利果实，提升客户忠诚度之三大思路。

过河拆桥，人走茶凉是短视，也太势利，夺得订单喜悦后继续维护好与大客户的关系，再

接再厉，销售员才会滚滚利来。

5。良好心态及恰到好处的谈判技巧：

这里我强调的先是心态，因为我们在销售过程中，经常根据自己的喜好判断客户，并且以自己喜好的方式与客户打交道，这是不妥的。

在销售过程中我们不能以个人的喜好去谈客户，而必须具备一种能跟各种客户打交道的能力，比如：我们在销售过程中会经常感觉到

有些客户怎么这么刁难？其实，并不是客户刁难，而是我们无法采取与客户相适应的方式，造成不必要的销售障碍。商业离不开谈判，而与大客户的谈判则更显得需要智慧与方法，方能做到知己知彼，百战不殆，这些策略与技巧有：

（1）。成功谈判总思路。知己知彼，百战百胜，先贤之箴言现在还散发着迷人的光辉。

（2）。谈判准备与布局。多算者胜，况无算乎？

（3）。谈判过程控制。怎样控制，何种情况下进？何种情况下退？是有策略讲地。

（4）。达成协议策略。步步为营，稳扎稳打，向目标接近。

（5）。特别客户谈判策略。一颗红心，多种准备，未雨绸缪，任他狡兔三窟。

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