# 杜云生,绝对成交

来源：网络 作者：梦中情人 更新时间：2025-07-24

*第一篇：杜云生,绝对成交第二部如何克服阻碍成交的十大借口从打开这一本书开始，你就成了销售高手第一课：如何面对犹豫不决的顾客我要考虑考虑1）XX先生，太好了，想考虑一些就表示你有兴趣，是不是呢？（是）2）这么重要的事情你需要和别人商量一下吗...*

**第一篇：杜云生,绝对成交**

第二部如何克服阻碍成交的十大借口

从打开这一本书开始，你就成了销售高手

第一课：如何面对犹豫不决的顾客

我要考虑考虑

1）XX先生，太好了，想考虑一些就表示你有兴趣，是不是呢？（是）

2）这么重要的事情你需要和别人商量一下吗？（不用了）

3）你这么说应该不会是想赶我走吧？（不会不是）

4）那会代表你会很认真的考虑我们的产品是吗？（是的）

5）既然这件事这么重要，您又会很认真的做出您最后的决定，而我又是这方面的专家，何不让我们一起来考虑呢，您一想到什么问题，我就立刻回答你，这样比较公平，你说是不是？（…）

6）XX先生，坦白讲，是不是钱的问题？

顾客提出抗拒问题后怎么解决：

1）判断是真是假——顾客先生，这是您今天唯一不能跟我购买的原因吗？

2）确认它是唯一真正的抗拒点——换句话说，要不是这个问题，否则你就跟我买了，是吗？

3）再确认一次

4）测试成交——假如我能解决这个问题，您今天愿意和我合作吗？

5）以完全合理的解释回答他——以合理的解释回答他，并且让他说YES！

6）继续成交——当他完全认同你的解释时，你就直接要求成交。

第二课 如何解决价格问题

太贵了

·太贵了是每一个顾客的口头禅

·不会解除价格问题的销售人员，是永远无法成交。

·判断是真是假：顾客先生，这是您今天唯一不能跟我购买的原因吗？

·确认他是唯一真正的抗拒点：换句话说，要不是这个原因，你就会跟我购买吗？

1）价值法：（价值是指它能为你带来的利益）

价值>价格

价值=长期的最大利益

价格=暂时所投资的金额

·客户先生，我很高兴你能这样关注价格，因为那正是我们最能吸引人的优点。你会不会同意，一件产品真正的价值是它能为你做什么，而不是您要为它付出多钱这才是产品有价值的地方。如果您在荒漠里，走了两公里，快要渴死了，一瓶水可值一百万，因为这瓶水让您重获走回家所需要的力气，这是这瓶水的价值。如果有一个卖水的人过来，一瓶水卖您十块钱，我保证您不会跟他讨价还价，如果您刚好有钱，您一定会买这瓶水，您说是吗？

2）代价法：

代价>价格

代价=长期最大的损失

·学习很贵，不学习更贵；培训很贵，不培训更贵；买很贵，不买更贵。

·客户先生，让我跟您说明，您只是一时在意这个价格，也就是在您买的时候。但是整个产品的使用期间，您就会在意这个产品的品质。（降低声音，直视双眼）难道您不同意，宁可投资比原计划的额度多一点点，也不要投资比您应该要花的钱少一点点嘛！您知道使用次级产品，到头来您会为它付出更大的代价的，想想眼前省了小钱，反而长期损失了更多冤枉钱，难道您舍得吗？

3）品质法

·方法一：

客户先生，我完全同意您的意见，我想您一定听过，好货不便宜，便宜没好货吧？身为一家公司我们面临一个抉择，我们可以用最低的成本，来设计这个产品，使它的功能减到最低，或者我们也可以华额外的投资在研发上，使您拥有这个产品时获得最大的利益，让产品为您发挥最大的功效，也把您要做的事情做到最好的程度。所以产品会比较贵一点点，但是所投的钱可以分摊到保用一辈子的时间，所以你每天的收益是不可计量的。客户先生，我认为您应该一开始就是用投资最好的产品，否则到头来您的为那次级的产品付出代价！不是吗？所以您为什么不一开始就选择最好的呢？

·方法二：

客户先生，大多数的人包括你我，都可以很清楚的了解到，好东西不便宜，便宜的东西也很少有好的。客户有很多事可以提，但大多数的人都会忘记价格，然而他们绝对不会忘记差劲的品质和差劲的服务，要是那件产品很差劲的话，您说不是吗？

·方法三：

客户先生，您也知道，在很多年前，我们公司就做了一个抉择，我们认为一时为价钱解释是很容易的，然而事后为品质道歉却是永久的，您应该为我们的抉择感到高兴才对，不是吗？一时为价钱解释，真的要比事后为品质道歉容易多了，你说是吗？

·方法四：

客户先生，我们公司的产品的确很贵，着正是我们最骄傲自豪的地方，因为只有最好公司才能销售最好的产品，只有最好的产品才能卖到最好的价钱。当然，也只有最好的人才，才能进入最好的公司。我以代表市场上最好的公司为荣为傲。我们都知道好货不便宜，便宜没好货，其实最好的产品往往也是最便宜的，因为您第一次就把东西买对了，您说是吗？您为什么要买那种勉强过得去的产品呢？如果是长期使用的话，好东西的成本会比较低，您同意吗？

四、分解法：

1）贵多少？

2）计算此产品使用的年份

3）算出平均每年的价格

4）算得的数字除以52

5）算出平均每周的价格

6）若是办公室使用则除以5，若家中使用则除以7

7）算出平均每天多贵了多少

五、如果法：

客户先生，如果价格低一点点，那么今天您能做出决定吗？

六、明确思考法：

1）跟什么比？

2）为什么呢？

第三课如何克服无法成交的五个理由

别家更便宜

·客户先生，您说的可能没错，您或许可以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？（是）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？许多人在购买产品时，通常会以三件事为评估：

1、最好的品质

2、最佳的服务

3、最低的价格。对吧？（对）到目前为止，我还没有发现有任何一家公司可以同时提供给顾客这三件事情。所以，我很好奇，为了能让您可以长期使用这个产品，这三件事对您而言，哪一项是您愿意放弃的呢？是最好的品质吗？是最佳的服务吗？还是最底的价格？（放底音量）

超出预算

·XX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成利润目标的重要工具，不是吗？（是）但为了到成结果，工具本身应具有弹性，您说是吧？（是）假如今天有一项产品能给公司带来长期利润和竞争力，身为企业的决策者，为了达成更好的结果，您是让预算控制您，还是您来主控预算呢？

我很满意目前的产品

1）要知道客户目前所使用的产品

2）要知道客户目前所使用的产品是否满意

3）要知道客户目前产品所使用的时间

4）使用此产品前使用什么？

5）转变时他考虑的利益有哪些？

6）转变后他考虑的利益有得到吗？

7）真的很满意吗？

8）告诉我既然在三年前你做出了改变的决定，并满意自己所做出的决定，为什么又否定现在出现同样情形的机会呢？当时您所做的考虑带给您更多的利润，为什么现在不在做一次呢，您同意我的说法吗？

\*\*\*时候我再买

1）\*\*\*时候您会买吗？

2）现在买跟\*\*\*时候买有什么差别吗？

3）您知道现在买的好处吗？

4）您知道\*\*\*时候再买的坏处吗？

5）计算现在买\*\*\*个月后可以节省或多赚多少钱

6）计算\*\*\*个月后再买损失或少赚多少钱

7）如果客户无动于衷表示这是借口

我要问XX人

1）××先生（小姐）如果不问别人您自己可以做决定话的话您会买吗？

2）换句话说您认可我们的产品

3）那您会向别人推荐我的产品吗？

4）也许是多余的，单容许我多问几句，您对品质还有问题吗？对服务还有疑虑吗？对价格您认为合理吗？对我们公司有问题吗？对我个人还有问题吗？你还有别的问题吗？

5）太好了，接下来我们什么时候可以于\*\*\*人见面

6）你与顾客见到\*\*\*人以后，你必须再对\*\*\*人介绍一次

7）让顾客在中间做推荐与保证

经济不景气

XX先生，多年前我学到一个真理。当别人卖出的时候，成功者买进，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，但在我们公司，我们决不会让不景气困扰我们，您知道为什么吗？因为今天拥有很多财富的人，都是在不景气的时候建立起他们事业的基础，他们看到了长期的机会而不是短期的挑战，因为他们做出了购买的决定而获得了成功。当然，他们也必须做出这样的决定。

XX先生，今天您拥有相同的机会，可以做出相同的决定，您愿意给自己一个机会？我从未在第一次见面时就和陌生人做生意

我知道您的意思，并且非常了解，同时您知道吗，在我走过这扇门时，我们就已经不是陌生人了，您说是么？（然后继续销售）

“不要”成交法

XX先生，我相信在世界上有许多优秀的推销员，经常有很多人向您推荐许多优质的产品，不是吗？而您当然可以想任何的推销员说不，对不对？身为一个专业的推销员，我的经验告诉我，没有一个人可以对我说不，他们只能对自己说不（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）而我怎么能够让顾客因为一点小小的问题而对他们自己说不呢？如果你们是我，你们忍心看XX先生与太太对他们自己的未来说不吗？（···）所以今天我也决不会让您对我说不。

第四课十大必胜成交绝技一、三句话成交法

1）您知道他可以省钱吗？

2）您希望省钱吗？

3）如果您希望省钱，您觉得什么时候开始比较适当呢？

二、下决定成交法

·不管你做什么决定，买或是不买，您今天都必须做出一个决定。如果您只要投资区区几千元（或者几百元，几万元都可以）就可以保护您的家人而您自己也不会有任何损失的话，那么让您的家人处于危机中，又有什么意义呢？

三、我在想看看（这是不信任你的表现）

·回答：您不信任我吗？您不认为我会对您诚实吗？如果您信任我，我们现在就可以谈谈。（说完后不论话多长时间都要等待反应）

四、我负担不起

1）如果真的花这笔钱，真的会对让你的顾客的生活产生影响的话，那你是可以考虑适当降价。

（但大多数情况不是这样，大多数这样的话是借口）

2）如果你的产品能帮他省更多的钱或赚更多的钱的话，如果他真的负担不起的话，反而他更应该去借钱买这个产品。

五、你的价格太高了

1）如果是免费的，你愿意买我的产品吗？

2）如果您买我的产品，我会让您看到这样产品是物超所值的，这样你就等于免费得到了它，是不是？

3）证明您的产品为什么是物超所值

六、客户爱拖延

重复强调一个危机的理由，迫使他马上立刻下决定。

告诉他：不买可能会有什么对他的坏处和痛苦

七、真的太贵了

1）你是指价格还是价值？（你是指价格还是代价）

2）你真正关心的是它的价格还是价值呢？

（价值是你买他所能带来长期利益，价格只是你一时要付出的金额，大家是你不买这个产品所要长期付出的损失）

八、情景成交法

说故事，把故事中的主教变成顾客，让顾客进入故事中的角色，并体验故事。

九、富兰客林成交法

列出正、负面理由，善于说出多一点正面的理由。

十、问答成交法

1）如果这种性能是这部机器绝无仅有的，您不觉得拥有它是非常值得的吗？

2）当我们安装着这套设备的时候，你需不需要我们为您示范一次主要的性能呢？

3）您希望马上送达，还是等到这礼拜您有空的时候再送？

4）如果我们订出对您财务最有利的条件，我们是不是就算成交了？

5）您下定单的时候，还需不需要跟其他人商量？

6）你要自行去贷款，还是我们帮你安排银行贷款？

7）您希望首付多一点以后月供比较轻松？还是希望首付少一点，以后月供比例加重呢？

8）你比较喜欢红色还是黑色？

9）您希望我们用货运送达还是航空送达？

10）这块土地要登记在您的名下还是尊夫人的名下？

11）您希望买在高尔夫球场旁边还是湖边？

12）您会不会觉得屋顶那盏大灯太亮了，如果少了那几盏大灯改用重点照明的效果不但更省电，而且家里的气氛更温馨哦。

13）您觉不觉得花钱买耐用的设备才是一劳永逸的办法？

14）您能不能告诉我您能承受的风险程度有多高？

15）您希望采取冒进还是保守一点的做法？

**第二篇：杜云生绝对成交**

免费领取QQ群：110995079验证“杜云生”

绝对成交01：下定大决心是做好销售的最大前提条件！

1．一个人的成就85%取决于人际（关系）沟通，15%取决于专业技术。

2．成就与学历无关，成就与性格有关！

3．不断问自已大问题：怎么才能赚大钱？不断激励自已！这也是自我沟通！

4．为什么别人能赚到钱？我赚不到钱？不断给自已动力和决心！只有下定大决心才能成功，否则即使有销售技术也无用！

5．不断问自已：我怎么样才能增加收入？我怎么样下个月才能增加收入？不断提问，只要坚持10天，就会有想法和点子！

6．赚钱一定有方法！

7．做对事情才能赚到钱，事情做对赚不到钱。

8．销售是所有富人的基本功！

9．同样的方法被拒绝只有修正！突破被拒绝的心理！

10．同样的公司，同样的产品，同样的培训，为什么别人能卖好？

11．只有创出保底业绩才能拿到保底工资，每个人的底薪都在领提成！销售的高手都靠利润的提成赚大钱的，而不是靠领底薪赚大钱的！

12．底薪就是底下的人领的薪水，公司无法保障你，父母也无法保障你，世界上只有顾客才能保障你！

13．宁可做错也不可不做！

14．赚小钱靠个人，赚大钱靠（销售）团队！

15．跟对人赚大钱，跟错人赚不到钱！

16．成交人才比成交客户还更有价值！

17．人要找到自已的平台，找到自已最热爱、最投入的事情来做，一生只做一件事情！杜老师就是做培训！人摆对位置是人才，摆错位置是庸才！

18．大量向成功人学习，才能不断累积成功人的经验和方法！缩短自已成功的时间！

19．能把东西卖出去就是一个做企业家的基本功！

20．成交不是知识，是技术，要不断去炼，不去炼就没有用！

绝对成交02：为什么要学销售？记住推销你自已！

一、销售的重要性：销售等于收入！销售的目的是成交！销售是把话说出去把钱收回来！

1．一旦你学会了销售你就学会了世界最难的两件事情了：一是把我的思想放进别人脑袋里；把别人的钱放进我的口袋里！

2．不会成交的人永远为能成交的人工作！

3．天王巨星刘德华也最擅长成交！开演唱会卖正版本唱片！

4．比尔盖茨也最擅长销售，在第一现场卖软件！

5．领导人要会成交，帮底下人赚钱，底下的人才会紧跟你，你才会吸引到人才！

6．只有卖得出去才是好产品，只有卖得出去才能赚到钱！

二、如何成交你自已？——你就是最重要的顾客！

1．如果你不会成交你自已，你就不能成交客户！

如果所销售的产品自是变通人能买得起的，先成交自已是成交客户的前提！

2．列名单中第一位客户就是你自已！找到自已要买的障碍，解决障碍就是说服力！

3．训练成交你自已的信心和能力！你只要能搞定你自已，你就能搞定任何人！

4．世界上最重要的两个产品是：（1）先把推销这份工作推销给自已！（2）销售是世界上最有保障的工作！做销售永远不下岗！经济景气的时候需要销售人员；经济不景气的时候更需要销售人员！

5．拒绝=成功！拒绝越多，成就越大！销售只有先量变才会质变！

6．勇敢站出去推销你自已！拒绝总有收获，只不过收获是后来的回报！

7．做销售是贡献价值给别人，而不是求别人！

8．真正的销售不是买主给自已机会，而是自已在给别人机会！世界及国家的经济都是销售员推动起来的！销售就是世界上最伟大、最光荣的工作！

9．不愿意做销售的原因：（1）认为没保障？（2）怕拒绝？（3）认为自已不会推销？

10．每个行业都有销售技巧！你没有钱，如果你有销售技巧有人会赞助你，你没有能力，如果你有销售技巧，有能力的人会帮助你！

11．销售就是世界上最伟大的行业！把最难卖的产品销售给最难搞定的顾客！

12．第一把推销推销给你自已！第二把自已推销给你自已！

13．顾客给你买东西是顾客的幸运！对自已有信心，把自已推销给自已，把自已卖给你自已！让别人信你，要别人信你，首先自已要相信自已（自信）！

14．自已爱自已才能有人爱自已！你是独一无二的，你有独特的才华和独特的能力，我是独特的，我是昂贵的！

15．分手就是少了一个不爱你的人而已！有人不买你的产品是对方的错，是对方没这个福气！

绝对成交03：提升销售的五大能力及成交的三大信念

1．销售的第一大能力：源源不断地开发新顾客的能力！我是开发新顾客的专家！乔吉拉德成功的秘诀：（1）不断发名片，每天散发500盒，到处派发名片；（2）成为自已的顾客后每个月都给顾客寄名片，形成一个习惯；（3）会产品介绍！

2．销售的第二大能力：我是产品介绍的高手！找到与顾客沟通的无法抗拒的切入点，可以通过顾客的好奇点心理、互动心理和需要心理！

3．销售的第三大能力：我可以解除顾客任何的抗拒点！你的佣金来源于解除顾客的抗拒能力！不敢要求顾客成交，被自已拒绝是不成交的原因！

4．销售的第四大能力：每一个顾客都很乐意购买我的产品！大量开口，大量要求，不管对方买不起买，开口永远有一半的机会，不开口永远没机会！拒绝越久，买得越多！100%相信顾客一定会买！

5．销售的第五大能力：每一个顾客都很乐意购买我的产品！服务是成交的后续，因为顾客购买产品后都会后悔的！用服务推动推销。

6．不断向自已说：我能向任何人在任何时候成交任何产品，连续重复不断地说上一个月、两个月、三个月…….！

绝对成交04：绝对成交最重要的十个步骤

一、准备

1．准备好问题（为结果准备）：要知道我要的结果是什么？要知道对方要的结果是什么？我的底线是什么？可能有什么抗拒？如何解除抗拒？（事先预测对方可能有的抗拒并想好最佳的解答案！）如何成交？

2．精神上的准备：我是开发新顾客的专家！我是产品介绍高手！我可以解除顾客任何的抗拒点！每一个顾客都很乐意购买我的产品！每一个顾客都很乐意购买我的产品！我可以销售的五大能力。我可以向任何人在任何时候成交任何产品！相信你的产品是顾客，顾客的钱是你的！达不到要求绝对不离开！成交一切都是为了爱！你相信每一个顾客真的愿意购买你的产品了！

3．体能上的准备：精力、气势上作准备，不断地跟顾客讲解，不断地跟顾客保证！

4．对产品的知识和好处！需要记住产品最基本的五大特色和优点！要彻底地了解顾客，事先想出让顾客很惊喜的事情！

5．建立顾客及家人档案，越详细越好！了解顾客，关心顾客，要有人情味，了解顾客比了解产品更重要！

二、调整情绪到达巅峰状态

1．懂得调整自已和团队成员的情绪！充分运用想像力，想像成交的状态！

2．要做出兴奋的动作（肢体语言）！即便当时没有这个情绪的时候也要假装认真去做，不会假装的话也要假装你会假装！

三、建立依赖感——顾客见证

1．让消费者现身说法，让潜在消费听到

2．照片

3．统计数字

4．顾客名单

5．自已的从业资历

6．获得的声誉及资格

7．财务上的成就

8．拜访过的城市和国家数目

9．所服务过的顾客总数

四、找出顾客的问题、需求和渴望

1．问题是需求的前身！问题决定需求，找出问题，扩大问题，问题越大，需求越大，让顾客了解到问题的严重性！你销售的不是产品而是解决问题的方案！

2．顾客是基于问题而不是基于需求才做决定的！问题越大，需求越高！顾客愿意支付的价格也就越高！

3．人不解决小问题，只解决大问题！你的工作就是在让顾客产生要当即解决问题的后果联想。预先看到将来会发生的由小问题产生大问题的严重后果！

4．掌握向顾客发问的技艺和紧密逻辑！

五、塑造产品的价值——塑造产品价值大于价格

六、（主动）分析（比较）竞争对手

1．了解竞争对手：（1）取得他们所有的文宣广告和资料手册；（2）取得他们的价目表及江溥弱点；

2．绝对不要批评竞争对手！

3．表现出你比你的竞争对手差异之处，并且你的优点强过他们！

4．强调优点

5．提醒顾客竞争对手的缺点

6．拿出一个本来向竞争对手买产品的顾客后来转为向你买产品的顾客的顾客见证！（比如顾客送的锦旗），是让顾客来说，而不是拿自已的嘴巴来说！

七、解除顾客抗拒点：罗列出顾客抗拒点，并且背好解决抗拒点最合适的答案！

预先开场前就给顾客解除抗拒点，学会赞美顾客，赞美得当！

八、成交

九、售后服务

1．了解顾客的抱怨，让你有机会为顾客重新服务！让顾客满意将会转顾客介绍！你的顾客不想抱怨，并不是没有抱怨，而是对你的抱怨无效，因为无法解决，所以顾客就到竞争对手里去抱怨了，所以你要喜欢顾客抱怨，欢迎顾客抱怨，接受顾客抱怨，并且乐意多听顾客抱怨。就是那些不愿意给你讲抱怨的顾客害得你生意一落千丈！一个满意的顾客会把他的满意告诉一些人，一个不满意的顾客他会让他的不满意告诉更多人！顾客成交完你的产品后有三种状态：满意、不满意。

2．当场（立即）解决顾客抱怨！当场解决会让95%不满意的顾客再上门的！3．了解顾客的需求！收集好所有顾客的需求点！罗列出来并及时解决！顾客的需求就是你生意增长的关健点！

4．满足顾客的需求！好的服务不花钱，但要花心为顾客着想并及时满足！

5．超越顾客的期望！这是最关健的一点，因为满足是应该的，只有超越才能让人更惊喜。一般的销售人员做售后服务，一流的销售人员做售前服务，做服务精神和服务态度！我的工作就是让您满意，而不仅仅是卖产品给你！用服务做销售！

十、要求顾客转介绍！两个时机：第一个他买的时候；第二个他不买的时候。

绝对成交05：

建立依赖的方法：

1．倾听

2．赞美

3．不断认同对方

4．模仿顾客（优点）：要模仿对方动作、情绪但不要让对方察觉。

5．对产品的专业知识，成为行业专家，产品专家。

6．穿着和形象很重要！：第一印象，永远没有第二次机会！最短的时间创造最大的依赖感！不知道的话可以参看电视的新闻主播服装。为胜利而穿着！

7．彻底了解顾客背景比了解顾客更重要！

免费领取QQ群：110995079 验证“杜云生”

**第三篇：杜云生绝对成交**

2025年中考冲刺综合复习指导北京地区试题广东地区试题江苏地区试题

·超出顾客的需求

十、要求顾客转介绍 ·要求顾客转介绍的时机

1）他买的时候 2）他不买的时候

作业：

1）你现在所拥有的产品是什么？ 2）最喜欢现在产品的哪几点？ 3）为什么喜欢的原因？

4）希望未来产品有什么优点？或现在产品哪里可以改善？

5）为什么这对你那么重要？

第五课：了解人、认识人你会无所不能

一、复习绝对成交的十大步骤

·找出顾客的问题需求和渴望销售就是找问题，并且把问题扩大

二、对没有买过此类产品的人

1）说出他不可抗拒的事实 2）把事实演变成问题

3）提出这个问题与其他有关的思考性问题

三、对没有买过此类产品的人

1）提出问题 2）煽动问题 3）解决问题（假如）

4）产品介绍（证明我有办法解决）

四、对已有购买同类产品的人：

1）问出需求：

a/现在所拥有的产品是什么？ b/最喜欢现在产品的哪几点？ c/为什么喜欢的原因？d/希望未来产品有什么优点、或现在产品哪里可以改善？

e/为什么这对你那么重要？

2）问出决定权 3）问出许可 4）产品介绍

五、再次复习绝对成交的步骤

六、问出购买需求： 1）问\*\*\*时，你最重要的条件有哪些？ 2）假如今天就有，你会决定吗？

3）假如今天是我推荐给你我们公司的话，你会与我们公司合作吗？

七、找心动钮·如何探测顾客的购买关键：

问：

1、家庭

2、事业

3、兴趣

4、梦想、目标

听：

1、第一反映

2、听老半天的故事或解释

3、不断重复讲的事

4、语调

看：

1、表情语言

2、他房内的东西

3、立即反映

八、塑造产品价值的方法 1）USP——产品独特的卖点 2）利益——产品带给顾客的好处

3）快乐

4）痛苦 5）理由 6）价值

如果未来五年你还不会成交技巧，你还要继续损失多少钱？ 如果未来十年还是不会成交技巧，你还的损失多少钱？

第六课：如何解除顾客的抗拒点

一、顾客为什么会有抗拒点

·没有分辨好准顾客： 1）对产品有理由产生兴趣的人 2）有经济能力购买的人 3）有决定权购买的人 4）倾向于购买的人 ·没有找到需求 ·没有建立信赖感 ·没有针对价值观价值观：头脑中认为重要的事情

·塑造产品的价值力度不足塑造产品价值大于价格 ·没准备好解答事前提出的问题·没有遵照销售的程序

二、预料中的抗拒处理

·主动提出 ·夸奖它

·把他当成是一个有利的条件

三、顾客提出抗拒问题后怎么解决？

·判断真假

常见的五个假的理由： 1）我要考虑考虑… 2）我要和\*\*\*商量

3）\*\*\*时候再来找我，那时我就会买

4）我从不一时冲动而下决定 5）我还没有准备好要买 ·确认他是唯一的真正抗拒点·再确认一次 ·测试成交

·以完全合理的解释回答他

·继续成交

成交顾客、成交人才、成交一切！

第七课：如何成交 内容提要：

一、只要我要，终究会得到！

·要求、要求、再要求 ·63%的人结束时不敢要求 ·46%的人要求一次后放弃 ·24%的人要求两次后放弃 ·14%的人要求三次后放弃 ·12%的人要求三次后放弃

·所有交易，有60%的是在要求五次后成交的。

·只有4%的人能够成交60%的生意

二、成交的三大信念

·成交一切都是为了爱

·每一个顾客都很乐意购买我的产品

·顾客口袋里的钱是我的，我的产品是他的，达不成交易我决不离开

三、成交的艺术 ·成交的艺术就是发问的艺术 ·成交前：先问些容易回答的问题 ·成交时：问题无法说NO的问题

四、成交的法则

1）假设成交法 2）假设成交+续问法 3）分析解决成交法 4）三选一成交法 5）小狗成交法 6）反问成交法 7）五个问题成交法 8）闭嘴成交法

·成交问题问出后：马上闭嘴，谁先说话。谁就会拥有这套产品。

五、成交结束后，还得问，问到他不后悔

如果你还没有得到顾客信任，不管你用什么成交技巧，你都无法成交

**第四篇：杜云生绝对成交**

杜云生绝对成交 一·大客户心理变化八大阶段

1.满意阶段（很少真正满意）

2.认知阶段（如：对工作不满意但是不准备换）

3.决定阶段（灾难性问题，小问题的积累）

4.衡量需求阶段

5.明确定义阶段

6.评估阶段

7.顾客选择阶段

8.后悔阶段

销售是问出来的，不断的挖掘客户需求，引导客户 发问问题分开放性（没有固定答案）和封闭性（多选一）问开放性问题，挖掘客户需求，然后根据需求介绍产品 卖结果不卖元素 如：某保健品含维生素。也就是说可以提供人体每天所需所有微量元素介绍产品用毕竟刚才你说 客户有抗拒点后问为什么？解决所有抗拒后问客户 还有别的问题吗？

讲不可抗拒的事实，把事实演变成问题，把问题跟客户联系起来如：复印文件清晰度代表形象，会给客户留下印象

扩大问题

1.提出问题 2.扇动问题 3.提供解决方案 问出需求

问出决定权（这件事除了你谁还有决定权）问出许可

找顾客 问题 需求 渴望（心动钮）解除客户抗拒

1.预先框视法（换个角度看问题）

销售能力

1.开发新客户的能力见大量人约对的人

2.产品介绍能力塑造价值

3.解除抗拒点嫌货才是买货人

说对话

**第五篇：关于杜云生绝对成交感想**

学杜云生绝对成交有感

在听了对杜云生讲的电话当中怎么解决客户的不成交抗拒之后非常的受用，主要想到了以下几点：

一． 价格问题嫌贵

可以用下几个点去说：1.孩子M确实是价格是比较重要的，但是买一个东西是不是更要看重它的价值呢？看它能给你带来的收益是不是值，这是我们要考虑的。

2.正是因为它贵咱们才要选，为什么要买就买最好的，最好的也是最便宜的。M你给孩子选择这个是值得的，未来三年咱们的孩子将得到非常系统全面的培养，无论是学习还是能力，M你在三年中就不用再操心孩子的学习问题再给他找辅导班了，你可以专心做你的工作，而且孩子的学习习惯又能很好的养成，对他以后学习有很大的帮助。

3.有两个东西，一个呢比较贵但可以用很长时间，质量非常好。一个呢比较便宜，质量比较差，使用周期很短。你选哪个呢？妈妈肯定选贵的对不对，那你还犹豫什么呢？

4.妈妈你是关心价格还是效果呢？肯定是效果对不对。所以站在妈妈的角度上我宁愿让妈妈你今天多为孩子学习多付出点，对孩子有帮助，也不愿意看到妈妈从这离开后给孩子报相对便宜的辅导班，没有效果还致使孩子对学习失去兴趣，这是我们最不想看到的，那时候妈妈后悔已经晚了。再讲案例补充。

二：不报

1.不报？我之前碰到过很多家长也给妈妈想法一样，但是后来他们都选择在这给孩子选择了三年，你知道为什么吗？第一个因为孩子非常喜欢，兴趣是孩子最好的老师，所以他们尊重孩子的意见，第二个我们的模式不光是培养孩子的成绩更重要是孩子的能力问题，这些不都是妈妈重视的问题吗？为什么妈妈不给孩子选择呢？

2.我接触的家长有很多，在外国语妈妈你是第一个说不给孩子报的家长，像妈妈这样高素质的家长怎么会有这样的想法呢？什么原因呢/ 3.妈妈确定不报了吗？是什么让你改变主意了呢？是我哪里没讲清楚还是妈妈不想帮孩子了呢？ 4.不报了？妈妈你说的是现在还是以后，如果是现在我还能理解，如果是以后我就不明白了，咱们的孩子妈妈是要准备放弃了吗？

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！