
淘宝客服专用：对付客户讲价 9 大绝招

对淘宝客服来说，遇到一些爱讲价的客户是非常让人头疼的事情，然而又是无法避免的。有些客户连单价几块钱的东西都要讲价，此时，客服具有丰富的应对讲价的知识储备与对策就非常重要。本章总结了十种应对客户讲价的对策，希望能够帮助到经验少的客服们。

绝招 1 转向法：客观讲述同类产品弱势

转向法是指当客户讲价时，不提自己的产品优势，而是介绍同类产品的弱势，并通过这种方法摧毁客户的心理防线。比如，你可以这样对客户是说：“我一个客户 XXX 上个月购买了 XX 产品，价格是比较低的，但是没用几天就坏了。由于质量非常不稳定，他要求换货，但是对方态度十分不好，还不给予处理……”

有一些客服认为不能直接对客户讲其他产品的不好，以免引起客户的反感。其实，这并不是绝对的。当客户对你没有丝毫信任甚至与你站在对立面的时候，这时你去说其他产品的不好，客户可能会很反感；可是，当客户有意购买你的产品，只是在价格上没有谈拢时，你讲一讲其他同类产品的弱势能够增强客户购买你产品的欲望，另一方面也可以为自己产品的定价提供理由，让客户不会过于执着让价。

但是，在讲同类产品弱势的时候一定要客观，不能对竞争对手恶意攻击，以免让客户产生怀疑心理。通过转向法讲述同类产品的弱势，突出自身产品的优势，首先需要清楚产品的哪些方面容易影响客户对价格的判断。一般来讲，影响到客户对产品价格敏感度的因素有三个：

1. 产品质量

如果产品的质量非常好，符合客户的心理、生理需要，具有很高的使用价值，那么客户对价格的高低就不是非常敏感了。在这方面，淘宝客服可以介绍某款同类产品让客户看，并分析其质量劣势，以此反衬自己的产品质量好。

2. 产品档次

一般来说，产品的档次越高，客户对价格反应的敏感度越低。高档产品一般是由购买力水平比较高的客户来消费，他们往往对价格的高低并不在乎，价格越高，越能满足他们的自尊和表现自我的消费心理需要。在这方面，淘宝客服可以介绍某款同类产品给客户看，并分析其产品档次不够，尽管价格不高但是无法体现客户的品味。

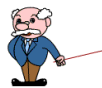
3. 服务质量

淘宝客服的服务质量也影响着客户对价格的敏感度。如果能够保证为客户提供满意的服务，那么，即使你所推销的产品比竞争对手的价格高一些，客户也会愿意购买的。因为客户会把任何一种额外的服务项目都看成是某种形式上的降价。比如，客服在向客户推销产品时提出一种保证，即保证正品，若发现是假冒产品包退包换或者提供七天无理由退换货服务等。在这方面，淘宝客服可以介绍某款同类产品给客户看，并分析其售后服务不好，就像文章开头所提的案例一样。

天猫上有一家珠宝旗舰店，店里的绿松石珠宝卖得非常不好。为了把库存的绿松石珠宝都卖出去，老板决定降价销售。于是他指示客服们将珠宝的标价降低一半，并将绿松石珠宝和其他质量较差、档次较低的珠宝放在同一个页面上进行销售。粗心的客服按照老板的指示把绿松石珠宝和其他质量较差、档次较低的珠宝陈列在一起，却误将价格调高了一倍。结果让老板大吃一惊，价格上涨一倍后，这批绿松石珠宝居然被全部卖掉了。

在上述案例中，绿松石珠宝之所以能够以较高的价格被卖出去是因为转向法的应用。优质的绿松石珠宝和其他劣质珠宝同时出现在客户眼前，客户很容易看出绿松石珠宝非同一般的品质。这样虽然价格高了一点儿，但由于此时客户对价格的敏感度较低，所以也愿意花高价买高质的绿松石珠宝。

全国Mini-MBA职业经理双证班 (23年热招管理培训项目)



允许提前获取证书 全国招生 权威双证 请速充电

23年正规管理类教育机构，中国第一代MBA教育机构，值得信赖！（经理圈微信：122285053）

全国迷你MBA职业经理双证书班®，全国招生，毕业颁发双证书，近期开课。咨询电话：13684609885

招生专业及其颁发证书：

认证项目	颁发双证（优秀毕业学员可免费升级EMBA学位证）	学费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国：工商管理 MBA 课程实战班 100%	高级职业经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	总经理高级资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《IE 工业工程师》MBA 高等教育双证	高级 IE 工业工程师资格证书+2年制MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《人力资源管理师》MBA 双证书班	高级人力资源管理师资格证书+2年制MBA 高等教育证	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《工商管理培训教师资格》双证班	工商管理培训教师资格证+2年制MBA 高等教育研修证书	1280 元

全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《经济管理师》MBA 高等教育双证	高级经济管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《六西格玛管理师》MBA 双证书班	高级六西格玛管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《生产运营管理师》MBA 双证书证	高级生产运营管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
EMBA 高级企业管理人员课程	EMBA 学位+EMBA 毕业	3580 元

学校还开设：薪酬管理师、绩效考核师、企业教练技术、企业管理师、培训总监、物流经理、工厂管理（厂长证书）、营销总监、企业法务管理师、市场定位研究员、整合营销策划师**等管理岗位MBA课程**

工商管理硕士（MBA）职业经理课程研修班

中国第一代工工商管理实战培训机构：美华企管



【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课：远程函授+视频光盘+网络学院在线辅导（集中面授）



【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业资格证书》；
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》；



【证书说明】

- 1、证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
- 2、毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，



【学习期限】 3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



【收费标准】 全部费用1280元（本期只收取企管辅导、职业生涯辅导费1280元，其余费用全免）
函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是经理人首选的学习方式。



【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



【主办单位】

美华企业管理有限公司、美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一,由资深MBA教育培训专家、教育协会常务理事徐传有老师担任学校理事长。迄今为止,已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人,并为多家企业提供了整合策划和企业内训,连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来,美华人独特的教学方法,先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。

【报名须知】

1、报名登记表格下载后详细填写并发邮件至 xchy007@163.com (入学时不需要提交相片,毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)

2、交费后请及时电话通知招生办确认,以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电) 优秀学员可免费升级EMBA学位证书

(高级职业经理资格证书样本)



(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】(支持网转、柜台办理和自动取款机办理)(如柜台办理请携带本人身份证到银行办理)

方式一	支付宝	支付宝账户: 13684609885 户名: 徐传有 微信转账: 122285053 (学校唯一指定官方微信号/经理圈)
方式二	企业账户	企业帐号: 562080100100076073 账号户名: 哈尔滨美华企业管理有限公司 开户银行: 兴业银行 哈尔滨新阳支行
方式三	中国银行	卡号: 6217855300007073962 户名: 徐传有 开户行: 中国银行哈尔滨爱建支行
方式四	邮政储蓄	卡号: 6217992600016909914 户名: 徐传有 开户行: 哈尔滨南马路支行
方式五	工商银行	卡号: 6222083500001062507 户名: 徐传有 开户行: 哈尔滨市道外区太平桥支行
方式六	农业银行	卡号: 6228450176006094464 户名: 徐传有 开户行: 道外支行民众分理处

可以选择任意一种方式缴纳学费(建议首选工商银行账户),收到学费当天,学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教学资料、考试问卷以及收费票据。

【咨询电话】13684609885 0451-88342620

【学校网站】<http://www.mhjj.net>

【微信客服】122285053

【微信公众号】MHJY1998

美华 MBA 教育机构



你该充电了！请参加 23 年热招:经理培训课

♥全国 Mini-MBA 《职业经理》双证班♥



你该充电了！

♥全国 Mini-MBA 《职业经理》双证班

【23 年热招项目】

资格证+MBA 研修证+档案

+视频课件全部赠送

优秀学员可以获取升级毕业证和学位证待遇

招生专业：职业经理班、人力资源班、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、IE 工业工程师、企业培训师、营销策划师、酒店经理、市场总监、财务总监、行政总监、采购经理、企业总经理、生产运营管理师、工厂管理、企业管理咨询师、六西格玛管理师、企业管理师、经济管理师、人力资源管理师、薪酬管理师、管理构架师、物联网管理师等 MBA 双认证课程。

（高级职业经理资格证书样本）



（两年制研究生课程高等教育结业证书样本）



在使用转向法应对客户讲价时，淘宝客服要注意一点，那就是一定要客观介绍同类产品，不能无根据地对竞争对手进行恶意攻击，以免让客户产生怀疑心理，甚至是厌烦心理。

绝招 2 比较法：与同类产品比价格

本章以超级淘宝客服李慧，客户赵华为例展开对话，让大家对讲价对策的应用更加清楚。我们讲到的第一种讲价对策是比较法，即与同类产品比价格。使用这一方法需要注意的是，比较对象应当是质量差距不大，但是价格更高的产品。这样，就能让客户衡量出产品的价格是否合理，进而更容易接受你提供的产品价格。

赵华准备在淘宝上买一件保暖内衣，进入李慧的服装店里。

李慧：“亲您好，请问您需要买什么样的衣服？是买给您自己穿的吗？”

赵华：“我打算买一件保暖内衣，是买给我自己的。”

李慧：“我们店新推出了一批保暖内衣，我把链接发给您，您可以先挑选看有没有喜欢的。”

赵华在几款保暖内衣前选了又选，挑了又挑，最后选了一件质量中上等的保暖内衣。

李慧：“亲真有眼光，这一款保暖内衣不仅是最新款，质量上乘，而且最近这几天卖得特别好，销量是……。”

赵华：“这一款各方面都还好，就是价格高了点儿……。”

李慧：“如果您觉得这一款价格高了的话，您也可以看看这一款”，并附上链接。

赵华：“这一款不如刚才那款适合我，而且材质也不如刚才那一款好……。”

李慧：“就是啊，虽然这一款比之前那款价格低，可是其他各方面都不如之前那款。可以看出来，之前那款更符合您的心意不是吗？您也能够感受到之前那件款式大气又有创意，而且材质和做工也非常好。”

赵华：“可是我还是觉得之前那款的价格有点儿高，不怎么划算。”

李慧：“要不您看看 XX 品牌的保暖内衣，它们的质量和我们是同样的。”

于是，赵华搜索了 XX 品牌，发现各方面都与自己看上的那款保暖内衣相似，只是价格更高。

赵华：“这个就更不要考虑了，比之前的价格还贵。”

李慧：“是啊，同等质量，可刚才那款的价格比这款要低得多，这是因为这款保暖内衣是公司直接从厂家以最低价拿的货，而且有自己的物流公司，所以成本要比其他品牌都低，因此价格也就比其他同类产品都要便宜。”

赵华：“可是……。”

李慧：“您想啊，我们买保暖内衣不就是图个保暖、耐穿吗？虽然您看中的这款贵了点儿，但是耐穿啊，别的款式也许穿坏了两件，可这一件还是依旧如新，而且保暖效果也不会随着时间的增加而发生变化，那不就等于您以稍微高点儿的价格买到两件别的款式的保暖内衣了吗？”

赵华：“您分析得也有道理。综合来看，还是之前那款的回报率高，那我就买之前那款吧。”

李慧之所以能成功地把一件中上等的保暖内衣卖给赵华，主要是因为她让赵华从心底接受了这个起初难以接受的价格。价格还是原来的价格，没变，变的是赵华的心态。因此，面对像赵华一样的客户，可以使用比较法让客户体会到产品在价格上的优势，然后，从他们手里拿下大单。那么，比较法具体怎么应用呢？比较法应对客户讲价的方法如图 1 所示。

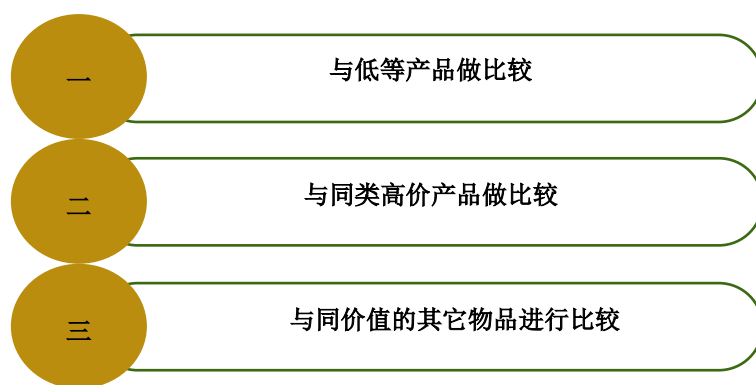


图 1 比较法应对客户讲价的方法

1.与低等产品做比较

客服可以将客户看上的产品和其他较为低等的产品做一下比较,让客户看到不同档次产品之间的鲜明差异。在比较期间,客服应就客户的需求点给他们一些合理化的建议,使他们最终认识到还是之前看上的那件产品质量好,价格也较为合理。

2.与同类高价产品做比较

比如,你可以这样说:“市场 XX 品牌的产品价格为 XX。我们的产品质量与其一样,但是价格却更低。”

3.与同价值的其它物品进行比较

比如,你可以这样说:“XX 钱现在可以买到 a、b、c、d 等几样东西,而您现在最需要的产品却是 e,现在买是非常划算的。”

对比的作用就是用一方的劣势反衬另一方的优势,淘宝客服要学会这种方法表明自己的价格是非常合理的,使目标客户不至于因为价格而放弃购买。

绝招 3 拆散法：一一说明产品组件价格

拆散法讲价对策是指将产品的构成组件拆开来,分别对客户讲明组件的价格。只要说明产品的每一部分组件价格都便宜,那么客户就会相信产品的价格是合理的。这种讲价对策适用于结构复杂,有众多组件构成的产品,比如手机、电脑、轮椅、玩具等。

对于单一结构的产品来说,价格拆分法与拆散法是有异曲同工之处的。比如,每千克茶叶 300 元,很多客户感觉太贵不舍得购买。当客服表示每一百克茶叶才 30 元的时候,客户就能在心理上感觉便宜了一些。当然,大部分客户不会一次只买一百克,毕竟分为多次来买还是不如一次买够更省事一些。

赵华在天猫家具商城相中了两张椅子,左挑右选不知道到底该买哪一张。赵华首先来到了价钱比较高的李慧家店里。

赵华将链接发给李慧,然后说:“我看定价是 1260 元,能便宜点儿吗?”

几秒钟后,李慧回复:“亲,价钱好说,您买椅子不就为了坐着舒坦嘛,我先给您说说这张椅子的功效,您看看能不能让您满意。”

赵华一听,心想:了解清楚才能知道值不值嘛,再说了,不买的话还普及知识了呢!于是开始听销售员的介绍。

李慧:“您肯定比我清楚,不良的坐姿会让人的脊柱发生侧弯,很多人的脊柱、颈椎或腰部出现问题就是长期坐姿不良导致的。所以,您选椅子一定要选那种能让您保持良好的坐姿,从而保护好身体健康的椅子,您说是不是?”

李慧接着说:“我们这张椅子就是根据人体的骨骼和穴位的特点来设计的,完全能够保证您保持标准坐姿不累不乏。另外,这张椅子光是弹簧就比普通椅子多上一倍,这样就能保证不变形、不走样。不仅如此,这张椅子旋转的支架也非常特别。您知道,如果支架坏了,

那么整张椅子就报废了。因此，厂家把这张椅子旋转的支架设计成纯钢的，这样就不会因为过重的体重或长期的旋转而磨损、松脱。因此，这张椅子的平均使用寿命要比普通椅子多一倍，所以，您完全可以放心使用。”

听完这些话，赵华其实已经很动心了，自己平时工作一坐一整天，最需要的就是一张舒服、质量好的椅子了。但他还是试探地说：“那能便宜一点儿吗？我在其他店家看到一张也挺不错的，才 900 元。”

李慧：“您肯定比我识货，那样的椅子我们这儿应该也有，看起来差不多，实际上却大有不同。您对比一下材料和制作工艺就知道了。别的不说，光是里面多出一倍的那些高质量弹簧就价值 400 多元，那一个纯钢的支架 300 多元，不信您可以网上查一下。更不要说这张椅子其他的好处了。”

听了李慧的话，赵华心服口服地下单买了这张 1260 元的椅子，心想：“为了保护我的脊柱，别说只贵 300 多元，就是贵 3000 元我也得买啊，谁让质量好呢！”

客户对于复杂产品的价格感知度非常低，听到价格就讲价已经成为一种条件反射。对于这种类型的客户，客服应当将产品拆解为客户熟悉的组件来分别说明价格是多少，以此证明产品的整体价格并不高。

绝招 4 平均法：将投资平均到每一天

平均法是指将产品价格分摊到每月、每周、每天，尤其是客户反映产品价格太高的时候，将客户对产品的投资平均到每一天说明花费并不高是非常有效的。平均法适用于高档品牌的服装、保健品、护肤品等。

一般来说，普通服装不如名牌服装质量好，穿一段时间就会变形或者质量损坏。在这种情况下，买名牌服装的平均投资远远低于买普通服装。比如，名牌服装店客服会这样说：“这个产品您可以用多少年呢？按两年计算，24 个月 730 天，实际每天的投资是 X 元，您每天花 X 元，就可获得这个产品，值！”

热水器淘宝店的客服会这样说：“这种热水器的使用寿命至少 10 年，按照 10 年计算的话，您一年总共才花费 90 元，一个月花 7.5 元钱就可以天天洗热水澡，这样您就可以省去一大笔去洗浴中心的花销……”

赵华问：“金属外壳的同类产品也都不到 1000 元吧，这款要卖到 1500 元有点贵吧。”

李慧：“您说得一点也不错，1500 元的确不是一笔小数目，但是您想过没有，这东西的使用期限是非常长的。一般情况下，用 10 年是没有问题的，就假定它能用 8 年吧，一年平均不到 200 元，每天平均不到 1 块钱。就是您每天抽一盒烟还 10 多块呢，这还不到一盒眼钱，也不能算贵吧，您赚的钱支付它是绰绰有余的。”

于是赵华没有再说什么，点击下单付款。

在这个案例中，李慧先承认了赵华的说辞，让他的心理得到了满足。然后，又给他算了一笔帐，将原来 1500 元的大数目化整为零，使其显得不多。况且再跟一盒烟钱相比，就更微不足道了。于是，赵华心安理得地下单付款。

如果你是耐用消费品的淘宝客服，那么一定要学会使用这种方法应对客户的讲价。毕竟对于耐用消费品来说，整体价格并没有优势，但是平均到每一天的价格是非常有优势的。

绝招 5 赞美法：夸赞客户品味高

如果产品的目标客户群是中高端消费者群体，那么使用赞美法夸赞客户的品位高，让客户为面子买单就比较有效。比如说：“女士，像您这样注重生活品味的人不会舍不得买这种产品的吧。”这样不仅恭维了客户，还让客户无法再降低自己的身份进行砍价，如果客户确实喜欢产品一定会毫不犹豫地下单。

赵华要参加一个同学聚会，置办好衣服后在穿什么鞋子上犯了愁。在天猫上逛了几家店后都没有发现自己满意的，赵华决定再看一家店，如果依然买不到就去实体店看。

赵华进入了阿迪达斯天猫官方旗舰店，随即客服李慧阿里旺旺消息传来：“欢迎光临本店，您是要买运动鞋吗？我们最近在搞周年庆回馈活动，推出了很多新款，我来给您介绍一下吧。”

赵华心想：又有回馈，又有新款，还是主动给我介绍一下，这让我怎么拒绝？而其他店的客服都是在问：“亲，我有什么可以帮你？”“亲，要不要看看我们的新款？”“亲，您需要什么样的鞋子？”对于那些客服的招呼，赵华只是简单地回复了随便看看。..

在耐克天猫店客服的介绍下，赵华发现了一款心仪的鞋子。于是赵华问：“这款鞋子多少钱？”

李慧：“原价是 999 元，周年庆活动打折后只要 899 元。”

赵华：“鞋子怎么这么贵？”

李慧：“您的眼光非常好，这款运动鞋是 adidasOriginals 联手老搭档“菲董”PharrellWilliams 推出的 2016 年新系列 PinkBeach，是我们店的“镇店之宝”哦！其设计灵感来自夏日的沙滩海岛文化，今年最有可能占领街头。你看上的这款是系带版，另一款是“一脚蹬”型，每款都包含白色和彩色两种配色。除了带有织纹的鞋舌、代表“三道杠”概念的拼接鞋帮看起来非常特别，绿色后跟商标的不规则轮廓也是非常潮的，有点像是革新版的街鞋 StanSmith。尽管价格不低，但是这款鞋绝对可以显示出您的品味，为您带来前所未有的体验。”

有了这番说辞，赵华没有再说贵，只是问：“能不能再优惠点？”

李慧：“您的脚是几码的？如果没有合适的码，多便宜您也不会要是不是？”

赵华：“40 码”

李慧：“您的运气真好，40 码的库存比较少，现在就只有一双了。如果您现在不带走它，估计就没有机会了。”

赵华心里非常高兴，已经决定买这双鞋子，只是还想要再优惠点，于是继续问：“鞋子很不错只是太贵了，再便宜一点我就买了。”

赵华本想再便宜个几十块就买了，结果李慧回答：“这双品牌鞋质量上乘，如果不是周年庆是不会打折的。另外，这双鞋可以穿两年，只要 899 元，每天算下来才一块多钱。我看您曾经购买了 PRADA 钱包，是个注重生活品味的人，相信太便宜的鞋子与您也不搭配不是。”

听完这番话，赵华感觉美美的，于是没有再继续还价。

李慧继续说：“您一眼就看上了我们店的“镇店之宝”，说明您是一个有生活品味的人。对于像您一样有品味的先生来说，899 元其实并不多，您就当是请朋友吃饭了吧。而且，您的时间一定非常宝贵，能够找到一双自己喜欢的鞋是非常不容易的吧。”

对于李慧的话，赵华深感佩服，因为他的时间确实比较紧张，稍后还要去见一个客户。而且李慧将这双鞋比作是请朋友吃饭的钱也是合情合理的，毕竟他就是为了参加同学聚会才专门买这双鞋的。于是，赵华立刻下了单。

然后，李慧又说道：“您买了我们的鞋子，现在就是我们的老客户了。我们会送您一双价值 28 元的棉袜，也算是刚才没有给您让价的一个补偿。今天就会给您发货，有什么问题随时欢迎您咨询。”

听到有一双袜子作为赠品，赵华非常高兴，不用再花时间去买袜子了，于是表示感谢。

在这一案例中，李慧主要是用赵华的生活品味做文章，通过恭维赵华让他感觉这双鞋的价格高是非常合理的。另外，李慧最后赠送的棉袜让赵华感觉非常贴心，估计赵华会成为这家店的回头客了。

阿迪达斯的案例给其他中高端品牌销售客服的最大启示就是善于赞美客户，让客户感受到人格尊重，最终为面子买单。

绝招 6 得失法：虽然价格高，但是附加功能多

购买产品的实质是投资，客户应当在价格的基础上，衡量品质、服务、产品附加值等，然后做出理智的购买决定。如果客户仅仅将眼光局限在产品的价格上，那么客服就可以使用得失法，向客户展示产品的附加功能，帮助客户全面衡量产品的价值。

得失法的实质是告诉客户产品的价格虽然很高，但是附加功能也很多。其他同类产品价格可能相对较低，但是也存在问题，即无法满足客户预期。下面我们看两个利用得失法应对客户讲价的案例。

案例一：赵华想要换一辆新汽车，于是在天猫各大汽车旗舰店看。有的客服把车的性能说得绘声绘色，但最后却被赵华拒绝了，理由是车太贵。然而，不久后，赵华买了一辆更贵的车。

原来，另一家汽车旗舰店的客服李慧问他：“一辆开了十几年的车是不是经常有故障，维修要占用多少时间，一年保养又得花费多少，在高速公路上抛了锚又怎么办？”

赵华打开了话匣子：“我常跑高速，十几年的车真说不准，有一次就因为抛锚误了事，不能有第二次了！还有，我的车没安全气囊，开车又快，在高速公路上万一有个闪失就晚了！”

在深入交谈后，赵华买了李慧家的车。对赵华来说，买谁家的车都一样，只不过李慧通过得失法让赵华忽视了价格，更加看重汽车的品质、服务与附加值。

案例二：赵华想要租用企业邮箱，目的是提升企业形象并减少垃圾邮件的骚扰。赵华原本打算要一个最便宜的，却在李慧的说服下买了最贵的。李慧是如何说的呢？

赵华：“你的价格太贵了！”

李慧：“先生，您现在每天收到的垃圾邮件有多少？”

赵华：“少说也有七八十封，真不知道他们是怎么搞的，现在毫无个人隐私可言！”

李慧：“您如何处理的呢？”

赵华：“反正不能全部清空，一些有用的邮件甚至客户的邮件也夹杂在里面，所以还得一个一个看，至少是标题。”

李慧：“这很占用您的时间吗？”

赵华：“当然！碰到连续几天在外出差，邮箱都爆满了！不看吧，又生怕遗漏了重要信息。”

李慧：“有这样的事发生吗？”

赵华：“别提了，最近就有一次，因为没及时看到客户的问讯邮件，丢了一个机会！”

李慧：“那真的很不幸。除了垃圾邮件，您现在邮箱服务器的稳定性如何？”

赵华：“经常停机检修，而且不定期。每次停机，邮件是收不到的。”

李慧：“这妨碍到您与客户的沟通吗？”

赵华：“是的，我很担心。因为这个原因，客户邮件丢失不是一次两次了，而双方都不知情。”

李慧：“这对您的业务影响有多大呢？”

赵华：“还真得想想，我断定已经有客户对我们抱怨了，就是因为邮件沟通的问题！”

李慧：“所以一个运行稳定、能有效隔离垃圾邮件的电子邮箱对您很重要？”

赵华：“我想是这样。”

李慧：“哪一点让您特别注意呢？”

赵华：“机会成本。如果不再发生邮件丢失、遗漏，机会也就不会浪费。当然，没了垃圾邮件，我能有更多时间与客户联络，这也是机会成本。对了，你说过你们在这些方面有技术优势，怎么做的？”

李慧：“好，是这样……”

通过引导，李慧转变了赵华对产品的评估标准。在对话之前，赵华的评估标准是：价格

——防垃圾邮件——稳定性，对话之后，赵华的评估标准为：稳定性——防垃圾邮件——价格。

面对赵华这种类型的客户，如果你选择降价，他们不一定买账，甚至以为你的产品质量不好，否则也不会轻易降价。显然，这时客户已进入购买的“评估——选择”阶段，你需要做的是影响客户的评估准则，通过得失法弱化价格因素。

绝招 7 底牌法：表明已经是最低价位

销售员与客户天生是一对矛盾的共生体，作为销售员的一种，淘宝客服也是这样，与客户既是矛盾关系，又紧紧地联系在一起。两者的矛盾最明显地体现在价格上。客户总希望买的价格再低一点儿，淘宝客服总是希望卖得更高一点。讲价是客户的低价追求与淘宝客服的高价追求进行斗争的过程。面对客户的讲价要求，客服要勇于说“不”，但要是拒绝的方式既不能损害公司利益，也让客户下得来台，最好还能促成交易。

除了没有购买诚意、不想成交的情况以外，客户讲价的目的大多是相同的，无非是试探一下你成交的底线在哪里，以便能够花最少的钱买到他们想要的产品。因此，面对客户的讲价，淘宝客服一定要识破他们的心理，不要害怕拒绝会导致销售失败。

底牌法是最直接的拒绝客户讲价的技巧，表明自己产品的价位已经是最低价，无法继续降低，否则自己就会亏损。通过亮出底牌，客户会感觉价格是合理的，自己再继续讲价就显得不近人情了。

一些淘宝客服为了促成交易，在客户讲价环节轻易做出妥协、让步，只要客户开出的价格达到了他们心中可以成交的底线，他们就会干脆地表示同意。事实上，客户并不会喜欢他们这样让利，反而会认为如此干脆、果决地让步意味着产品的价值并不高。在这种情况下，很多客户会对自己的报价后悔，要么放弃购买，要么得寸进尺，逼迫客服做出更多的让步。

赵华要为公司购进一批跑步机，选中了天猫上的一家运动品旗舰店。

赵华问客服李慧：“我用过你们的运动器材，感觉还不错。如果我要购买 10 台跑步机，价格要多少？”

李慧说：“价钱非常合理，每台只需要 2600 元，十台 26000 元。”

赵华也觉得这个报价是非常合理的，可是他还是砍价了：“由于我们公司现在的状况不太理想，你看 20000 元行不行。”

李慧并没有拒绝，一口答应了。

这时赵华又有些犹豫了，他想到：“这么爽快，看来我开的价还有往下压的空间。”于是，赵华运用更高权威法告诉销售员：“这样吧，这种事情我不能一个人做主，必须先征求一下管理委员会的意见。我今天晚上召开一个会议，把事情告诉他们，然后再给你最后的答复。”

几天以后，赵华给李慧打电话说：“这件事情确实让我太尴尬了，本来我以为完全可以让管理委员会接受 20000 元的价格，可他们一致表示反对。最近的开支预算很低，很多事情都不好办。他们给了一个新的报价，18000 元。”

电话那边沉默了好长一段时间，然后传来一个声音：“可以，就这么定了吧。”

就在那一瞬间，赵华突然有一种被骗的感觉。他想，对方的底线到底是多少呢？虽然他已经把价格从 26000 元谈到了 18000 元，可赵华仍然相信自己完全可以把价格压得更低。

案例中李慧轻易答应赵华的第一次还价，这让赵华有种还可以“得寸进尺”的感觉，最终延缓了这次交易，而找借口再次把价格压低。虽然赵华占到了很大的便宜，但他始终觉得自己被骗了，觉得价格还可以更低。而李慧在交易中不敢拒绝赵华的还价，结果却没有得到任何好处。试想，如果在赵华第一次还价时，李慧表示价格已经是最低了，无法再让利，赵华一定会欣然接受的，还会有种买得值的感觉。

上述案例告诉我们永远不要接受客户的第一次开价或还价。淘宝客服如果轻易就接受客户的第一次开价或还价，反而会让客户产生怀疑。一方面，在人的潜意识中都认为得到某种

东西是要有所付出、有所努力的，太容易得到会让人怀疑自己是否中了圈套，进而产生警惕的自我保护；另一方面，对方看到你轻而易举地就答应了，就会认为价钱还有可以退让的空间，从而得寸进尺地向你逼近。

那么，优秀的淘宝客服都是怎么拒绝客户的讲价要求的呢？下面是拒绝客户讲价的三个步骤，内容如图 2 所示。



图 2 拒绝客户讲价的三个步骤

1. 表明产品已经是最低价

与客户谈到价钱问题时，客服应当对自己的产品有足够的自信，表示产品已经是最低价，无法满足对方的还价要求，让客户明白自己的产品是值得这个价钱的。这样，客户就不会信口开河，随意还价。

2. 强调产品能够给客户带来的好处

表明最低价后，再强调产品能够给客户带来的好处往往就可以打动有意向购买的客户。

比如这样说：“花费两万元购买我们的设备和原料，按照贵公司的生产规模、每月的产量和产品单价计算，实际上贵公司一个月就完全可以把成本收回，然后就相当于免费使用我们的设备和原料。”

还可以这样说：“我知道购买我们的产品会让您增加一笔开销，但是，使用以后您会发现，它带来的产品质量的提高、数量的增加都将远远多于您今天所花的钱。”

在拒绝客户讲价时，你要将着眼点放在产品的使用价值上，放在购买产品能给客户带来的好处上，只有这样才能打动客户。

3. 突出产品的独特性

如果客户还没有做出最终购买决定，你需要继续加一把火，表明你的产品无可替代，别的竞争对手没有，客户就会倾向于买你的产品。在推销过程中，淘宝客服一定要让客户感到如果不在你这里买，对他来说将是一个极大的损失，这样便有可能迫使客户让步，接受产品定价。”

此时，应当这样说：“您现在可能觉得 660 元钱有点儿贵了，但是您可以仔细看看，这件衣服的工艺和面料都是非常讲究的。最特别的是这件衣服是我们店独家经销的，设计风格独树一帜，这样您就不会再有撞衫的烦恼，这是其他衣服所不能比的。所以，对于这样与众不同的产品，我们的价格真的已经很低了。”

总而言之，面对客户提出的不合理的价格，淘宝客服需要学会拒绝。让价意味着产品价格高于价值，对于产品本身的形象是不利的，也不一定利于销售；拒绝让价意味着产品已经

是最低价，是物有所值的，反而促使客户放心购买。

绝招 8 诚实法：表明便宜没好货

很少有人能够花很少钱买到品质高的产品，这几乎成为一个真理。诚实法就是坦诚地告诉客户便宜没好货，不要心存侥幸。比如，你可以这样说：“如果您确实想要价格更低一些，非常抱歉，我们这里没有，据我了解，其他地方也是没有的。不过我们的 XX 产品虽然稍贵一些，但是质量可以保证，您可以看一下。”

赵华在天猫上看上一套衣服，价格为 2800 元，觉得太贵了，可是又非常喜欢，于是开始跟客服李慧杀价。

赵华：“这套衣服太贵了，能不能便宜点儿？”

李慧：“不贵！这可是意大利名牌，又是今年的最新款，我们卖得是最便宜的了！有心买我给你打个九五折。”

赵华：“六折！”

李慧：“不可能！哪有那么便宜，我们进货都进不来，如果有那么便宜的，你卖给我好了。这样吧，看你有心，给你最低价，九折！”

赵华：“九折太贵了，最多七折，卖不卖？”

……

最终，赵华还是没有下单，因为李慧虽然给了折扣，但是没有达到他的预期。试想，如果李慧最初坚持不让价，通过诚实法表示一分钱一分货，那么赵华下单的可能性就会增加。

赵华：“这套衣服太贵了，能不能便宜点儿？”

李慧：“是的，这套衣服确实有点儿贵，但是一分钱一分货，我们的衣服是意大利名牌，而且是今年的最新款，这个价钱是非常值的。便宜没好货，而且您也看不上呀！像这么名贵的衣服最适合一些优雅的男士穿。”

听完这番话，赵华估计会衡量一下自己的承受能力，如果能够承担，必定会下单。

近年来，国人的感官意识和审美水平普遍提高，购物时在质量与价格之间选择质量的越来越多。高质量的产品给客户带来的好处是省时又省心，但依然有些客户为了贪图一时便宜而选择价格最低的产品。便宜的产品到底能不能买？便宜的产品到底有没有好货？你可以为客户分析分析，让他们对便宜没好货有一个清晰的认知。对“便宜没好货”分析的五个方面如图 3 所示。

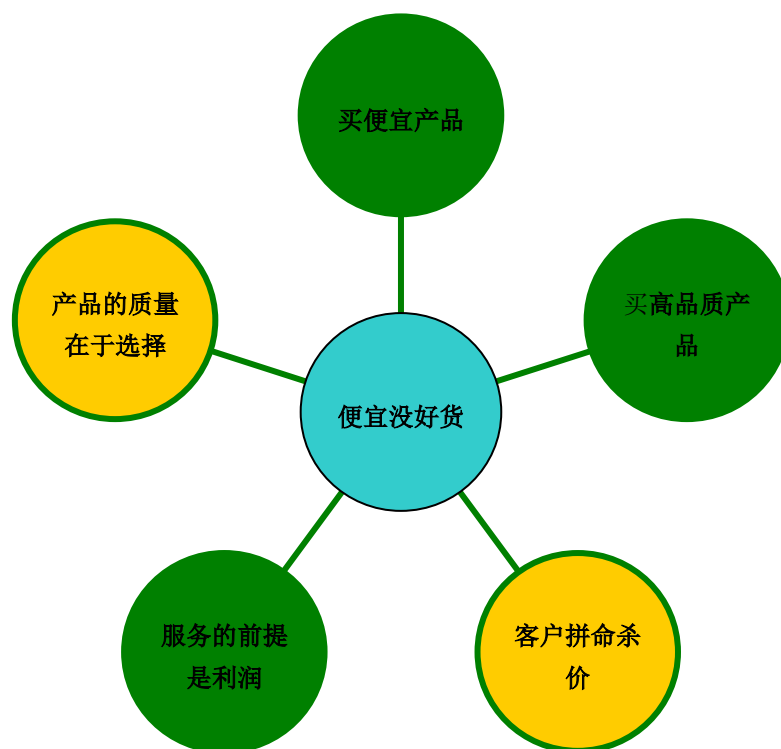


图 3 对“便宜没好货”分析的五个方面

一、买便宜产品

如果客户想要买便宜的产品，只有在杀完价购买的那一刻是开心的，因为他只花费了很少的钱！但是使用的时候很有可能没有一次是满意的。买便宜产品的投资不一定比买高品质的产品投资少，只是在其他方面把省掉的钱弥补回去罢了。

二、买高品质产品

在买高品质产品时，客户给钱的那一刻应当是非常心疼的，但是在使用过程中无时无刻都是满足的，感觉非常值。

三、客户拼命杀价

事实上，一块布变成衣服、一堆材料变成各种各样的零食，这些过程都是非常复杂的，需要投入的成本不像客户想象的那样简单。客户总是拼命杀价，但却没有考虑到产品的设计成本、人工成本、营销成本、淘宝店正常运营成本、管理成本、物流成本、仓储成本等等。

四、服务的前提是利润

服务的前提是利润，这是任何一家公司生产的根本。为了保证产品质量、售后服务以及公司的正常生存，利润可以适当减少却不能消失。如果产品非常便宜，把保障生存的利润全都拿走了，那么产品的质量、售后服务很有可能就是无法保障的。

五、产品的质量在于选择

产品贵在品质，人贵在品味！很多客户抱怨说产品的质量不好，自己被骗了，事实上产品的质量都是自己选择来的。世上没有花最少的钱却能买到最好产品的事情。如果有客户问：“你的产品能不能便宜点？”你应当回答说：“我不能给您最低的价格，我只能给您最高的品质，我宁可为价格解释一个小时，也不愿为质量道歉一辈子。”

站在追求便宜的基础上来看待客户群，其心理需求大多体现在以下三个方面：第一，希望产品所包含的营销成本、品牌建设成本、渠道成本以及服务成本等看似和产品使用无关的

成本越低越好；第二，希望产品能够更高比例地匹配自己的需求，而尽可能不为不需要的商品特性去花多余的钱；第三，希望自己能够遇到、等到或者找到“非正常定价”的产品，比如尾货、促销品等。

客户的这三种心理需求都是正常的，但是全部实现的可能性非常小。对于便宜，大家应当辩证看待。综合风险、时间、精力、长期使用成本、需求契合度等因素，便宜一样是一个有着不同解读的概念。

总的来说，消费和市场是一个非常复杂的体系，时间、精力、过程、适合程度、实用、风险等都是需要注意的因素。至于期待非正常定价，客户以此为路径去消费的话，无非是两个结果，一个是为了便宜消费而消费，买了没必要的东西，另一个就是很容易上当受骗。

绝招 9 分析法：综合分析价格、品质与售后服务

客户在做购买决策的时候通常会参考三个方面：第一个是价格、第二个是品质、第三个是售后服务。当客户讲价的时候，你应当对产品的价格、品质与售后服务进行综合分析，让客户真正爱上你的产品，而不是在价格上与客户过多纠缠。

比如，当客户说某同类产品比你价格低的时候，你应当这样对客户说：“先生，您说的或许是真的。每个人都想以最低的价格买最好的产品。但是我们的产品保证正品，假一罚十，同时我们提供完善的售后服务。您在其他店铺购买，不仅无法享受到这么多服务项目，还极可能会买到高仿产品。如此情况下，您不仅浪费了时间，也没有节省到钱，还不如在我们这里购买。”

面对客户的讲价，很多客服会这么说：“这是老板定的价格，我也没办法！”

客户：“向你们老板申请一下！”

然后，客服又回答：“我们已经打过折了！”

这种回答无可厚非，但是很难将客户留下。

“亲，我可以给您便宜一点！”这种回答也比较常见，但是客户永远都嫌贵，更何况你的利润可能本就不多。

以上回答都是错误的，尤其是说给客户便宜一点的。当客户讲价时，客服真正要做的是让客户知道产品定价的理由，打消客户继续讲价的念头。那么，唯一的方法就是综合分析产品的价格、品质和售后服务。很多客服不会讲产品，只会说：“我们的产品物超所值！一分钱一分货！”这种说法非常笼统，难以让客户信服。

分析产品价格的时候，应当涉及到材料成本、宣传费用等；分析产品质量的时候，需要介绍产品的材料、款式、特性、功能等；分析产品售后服务的时候，可以讲到服务与承诺等。综合分析产品价格、品质和售后服务的方法如图 4 所示。

一	产品价格：材料成本、宣传费用
二	产品质量：材料、款式、特性、功能等
三	售后服务：服务与承诺等

图 4 综合分析产品价格、品质和售后服务的方法

既然要打消客户继续降价的念头，客服应当怎么回答呢？明确的拒绝肯定是不可行的。比如，一个男孩追求心上人：“晚上一起看电影吧？”“不去！”“晚上一起散步吧？”“不去！”只要女孩这样拒绝追求她的人，估计她的人缘不会好到哪里去。

所以当你遇到客户询问是否能便宜一点时，首先不能直接拒绝，而是把问题绕开。毕竟

在谈判价格的时候，客户是占据主动优势的，因为钱在客户手里。而谈论产品的时候，客服就比较主动，因为你比客户更了解产品。

那么怎么回答客户呢？

当客户问：“你能便宜点吗？”

如果你是卖鞋子的，可以这样说：“您先看这个款适不适合，如果不适合，再便宜您也不会要的。”这样就可以先把价格绕过去，然后讲产品。下面我们看赵华为公司购买企业检验软件的案例。

赵华：“我想问问你们软件的报价，我们公司想上一套检验软件。”

李慧：“我们的报价是 86000 元。”

赵华：“这么贵？有没有搞错？我们不是知名大企业，只是一家小公司，不需要敲诈我们吧！”

李慧：“我们制定的价格综合考虑了各种因素。首先，我们的产品质量在行业内是首屈一指的。我们历时 5 年开发了这套软件，现与全国多家用户单位合作。通过整理全国的意见和建议，我们的软件不断优化提升，因此在通用性、实用性、稳定性都有保障。另外，我们的检验软件能出检验记录，这在全国同行中是首例，这也是我们引以为豪的。您可以进行考察。”

赵华：“那也还是太贵！你看人家 XX 的才卖 6 万元。我有诚意成交，不过你们需要再便宜一点。”

李慧：“您说到的 XX 软件，我也略有了解。他们的软件功能模块非常齐全，包括检验、体检、管理、收费、领导查询等。然而他们最大的劣势就是把软件做得全而不深。我们的宗旨是将软件做到既广又深，就拿检验这一块来说，我们只需要输入少量的原始数据就可以通过计算机做出检验记录。而他们的软件要求录入大量的数据，并经过人工计算，最终实现打印功能。哪一个软件方便又快捷，聪明人一看便知。另外，我们的软件也实现了领导查询和管理功能，仪器和文档方面也在改进，软件正在进一步升级。”

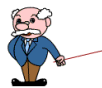
赵华：“我还是觉得太贵。”

李慧：“是这样的，您买软件一定不仅看重软件功能，售后服务也非常重要。尤其是工程类软件，与通用性软件的区别较大，售后服务对于客户来说是不可缺少的。我们向您承诺，在合同期间我们对软件免费安装、调试、培训以及升级。一些像您一样的客户最初也反映说我们的软件比较贵，但自从用过之后就不再抱怨了，因为我们的服务超出了他们的预期。为什么这么说？我们的目标就是通过优质产品和高质量的售后服务来平衡价格在客户心中的分量，尽量给客户创造超值的体验。根据老客户反映，应用我们的软件对他们提升生产效率有很大的帮助。”

赵华：“是这样啊！你们的软件确实不错。我希望你们可以派一个工程师来我们公司看一下具体情况，我准备用你们的软件。”

就这样，通过综合分析软件的价格、品质与售后服务，赵华接受了李慧报出的高价格。李慧成功拿下了 86000 元的订单。

全国Mini-MBA职业经理双证班 (23年热招管理培训项目)



允许提前获取证书 全国招生 权威双证 请速充电

23年正规管理类教育机构，中国第一代MBA教育机构，值得信赖！（经理圈微信：122285053）

全国迷你MBA职业经理双证书班®，全国招生，毕业颁发双证书，近期开课。咨询电话：13684609885

招生专业及其颁发证书：

认证项目	颁发双证（优秀毕业学员可免费升级EMBA学位证）	学费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国：工商管理 MBA 课程实战班 100%	高级职业经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	总经理高级资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《IE 工业工程师》MBA 高等教育双证	高级 IE 工业工程师资格证书+2年制MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《人力资源管理师》MBA 双证书班	高级人力资源管理师资格证书+2年制MBA 高等教育证	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购经理资格证书+2年制MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《工商管理培训教师资格》双证班	工商管理培训教师资格证+2年制MBA 高等教育研修证书	1280 元

全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《经济管理师》MBA 高等教育双证	高级经济管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《六西格玛管理师》MBA 双证书班	高级六西格玛管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《生产运营管理师》MBA 双证书证	高级生产运营管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
EMBA 高级企业管理人员课程	EMBA 学位+EMBA 毕业	3580 元

学校还开设：薪酬管理师、绩效考核师、企业教练技术、企业管理师、培训总监、物流经理、工厂管理（厂长证书）、营销总监、企业法务管理师、市场定位研究员、整合营销策划师**等管理岗位MBA课程**

工商管理硕士（MBA）职业经理课程**研修班**

中国第一代工商管理实战培训机构：美华企管



【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课：远程函授+视频光盘+网络学院在线辅导（集中面授）



【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业资格证书》；
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》；



【证书说明】

- 1、证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
- 2、毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，



【学习期限】 3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



【收费标准】 全部费用1280元（本期只收取企管辅导、职业生涯辅导费1280元，其余费用全免）
函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是经理人首选的学习方式。



【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



【主办单位】

美华企业管理有限公司、美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一,由资深MBA教育培训专家、教育协会常务理事徐传有老师担任学校理事长。迄今为止,已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人,并为多家企业提供了整合策划和企业内训,连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来,美华人独特的教学方法,先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。

【报名须知】

1、报名登记表格下载后详细填写并发邮件至 xchy007@163.com (入学时不需要提交相片,毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)

2、交费后请及时电话通知招生办确认,以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电) 优秀学员可免费升级EMBA学位证书

(高级职业经理资格证书样本)



(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】(支持网转、柜台办理和自动取款机办理)(如柜台办理请携带本人身份证到银行办理)

方式一	支付宝	支付宝账户: 13684609885 户名: 徐传有 微信转账: 122285053 (学校唯一指定官方微信号/经理圈)
方式二	企业账户	企业帐号: 562080100100076073 账号户名: 哈尔滨美华企业管理有限公司 开户银行: 兴业银行 哈尔滨新阳支行
方式三	中国银行	卡号: 6217855300007073962 户名: 徐传有 开户行: 中国银行哈尔滨爱建支行
方式四	邮政储蓄	卡号: 6217992600016909914 户名: 徐传有 开户行: 哈尔滨南马路支行
方式五	工商银行	卡号: 6222083500001062507 户名: 徐传有 开户行: 哈尔滨市道外区太平桥支行
方式六	农业银行	卡号: 6228450176006094464 户名: 徐传有 开户行: 道外支行民众分理处

可以选择任意一种方式缴纳学费(建议首选工商银行账户),收到学费当天,学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教学资料、考试问卷以及收费票据。

【咨询电话】13684609885 0451-88342620

【学校网站】<http://www.mhjj.net>

【微信客服】122285053

【微信公众号】MHJY1998

美华 MBA 教育机构



你该充电了！请参加 23 年热招:经理培训课

♥全国 Mini-MBA 《职业经理》双证班♥



你该充电了！

♥全国 Mini-MBA 《职业经理》双证班

【23 年热招项目】

资格证+MBA 研修证+档案

+视频课件全部赠送

优秀学员可以获得升级毕业证和学位证待遇

招生专业：职业经理班、人力资源班、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、IE 工业工程师、企业培训师、营销策划师、酒店经理、市场总监、财务总监、行政总监、采购经理、企业总经理、生产运营管理师、工厂管理、企业管理咨询师、六西格玛管理师、企业管理师、经济管理师、人力资源管理师、薪酬管理师、管理构架师、物联网管理师等 MBA 双认证课程。

（高级职业经理资格证书样本）



（两年制研究生课程高等教育结业证书样本）

