# PART 1. 1차 미팅용 대본

## 읽기 전에 ① 후기 작성 선물 안내

> **여러분도 멋진 주인공이 되어 주세요.**

이 책이 도움이 되셨다면 후기를 남겨 주세요. 아래 네 가지를 담아 구체적으로 적어 주시면 가장 큰 힘이 됩니다.

1. 이 책을 어디서 알게 되었는지
2. 읽고 어떤 점이 도움이 되었는지
3. 실제 상담에서 써 본 내용과 그 결과, 앞으로의 목표
4. 그 밖에 하고 싶은 이야기

성의 있게 남겨 주신 후기는 이 자료를 더 좋게 만드는 데 쓰겠습니다.

| 선물 | 내용 |
| --- | --- |
| 🎁 **선물 ① 보너스 전자책** | 후기를 남기시면 「마법의 반론 제기」가 열립니다. |
| 🎁 **선물 ② 상담 문자·카톡 템플** | 첫 연락부터 계약 후 관리·소개 요청까지, 복사해서 바로 쓰는 문자 모음 (PDF) |

| 선물 | 내용 |
| --- | --- |
| 릿 12선 | |
| 🎁 선물 ③ 1·2차 미팅 한 장 요약 + 체크리스트 | 상담 전에 훑어보고 상담하며 체크하는 인쇄용 요약 (PDF) |
| 🎁 선물 ④ 업데이트 평생 열람권 | 새 화법·사례가 추가되면 무료로 제공해 드립니다. |
| 🎯 한정 선물 · 화법 첨삭 1회 | 내가 쓰는 상담 멘트나 상황 1건을 카카오톡으로 보내 주시면, 카카오톡으로 첨삭해 드립니다. **매월 선착순 5명** |
| 🎟️ 스토어 할인 | 결제 금액에 따라 10만 원 이상 5%, 20만 원 이상 7%, 30만 원 이상 10%, 40만 원 이상 15%, 50만 원 이상 20% 할인이 적용됩니다. 결제 화면에 뜨는 할인 버튼을 직접 눌러서 받으세요. (첫 구매는 10% 할인, 둘 중 더 큰 금액 하나만 적용) |

## 읽기 전에 ② 후기 혜택 받는 방법

1. **후기 작성** — 아우라세일즈 사이트에 로그인한 뒤, 구매하신 상품 페이지에서 후기를 남겨 주세요. 후기는 구매하신 분만 작성할 수 있습니다.
2. **선물 받기** — 후기를 등록하면 그 자리에서 보너스 전자책 「마법의 반론 제기」와 선물 PDF(문자·카톡 템플릿, 1·2차 미팅 한 장 요약)를 바로 내려받을 수 있습니다. 이미 후기를 남기셨다면 상품 페이지의 후기 영역에서 다시 받으실 수 있습니다.

3. **화법 첨삭 신청 (선택)** — 같은 화면의 「화법 첨삭 신청」 버튼을 눌러 카카오톡 채널에 「화법 첨삭 신청」과 후기를 남긴 상품을 보내 주세요. 안내에 따라 첨삭 받고 싶은 멘트나 상황 1건을 카카오톡으로 보내 주시면, 영업일 기준 5일 이내에 카카오톡으로 첨삭을 보내 드립니다. 첨삭은 매월 선착순 5명이며, 마감되면 다음 달에 다시 안내드립니다.

후기는 선택 사항이지만, 정성껏 남겨 주시는 분들 덕분에 더 좋은 자료가 만들어집니다. 감사합니다.

## 읽기 전에 ③ 함께 보면 좋은 자료

| 자료 | 바로가기 |
| --- | --- |
| 아우라세일즈 전체 자료 (고가상품 세일즈 화법 · 보험영업 개인편/법인편 등) | 스토어 보러 가기 |
| 1:1 컨설팅 프로그램 | 자세히 보기 |

## 읽기 전에 ④ 저작권 안내

이 자료의 모든 내용은 대한민국 저작권법의 보호를 받습니다. 구매하신 본인의 학습과 업무를 위해서만 사용할 수 있으며, 무단 복제·배포·공유·재판매·재편집은 금지됩니다. 자세한 안내는 책 끝에 있습니다.

# PART 1. 1차 미팅용 대본 — 정보받기 · 니즈 파악

1차 미팅의 목표는 계약이 아니라 신뢰입니다. 첫인상 3초 안에 호감을 얻고, 라포를 쌓고, 고객 스스로도 몰랐던 문제를 발견하게 만드는 질문을 던지는 것이 이 자리의 일입니다. 이 파트에는 상담을 시작하기 전의 마인드셋부터 실전에서 그대로 쓸 수 있는 화법 공식, 그리고 첫 만남에서 2차 약속을 잡기까지의 전체 프로세스를 순서대로 담았습니다. 마지막에는 실제 현장에서 있었던 생생한 사례도 함께 실었습니다.

### 전체 흐름 한눈에 보기

1차 미팅에서 신뢰와 정보를 얻고, 2차 미팅에서 계약으로 마무리하는 전체 흐름입니다. 각 칸의 괄호 안은 이 책에서 해당 내용을 다루는 장 번호입니다.

**1차 미팅 — 정보받기 · 니즈 파악**

목표는 계약이 아니라 신뢰입니다

1. **라포 형성**
   첫인상 · 자리 · 자기소개 (2-2~2-5)
2. **시작 동의**
   Yes 세트로 “네”를 3번 (2-6)
3. **꿈 · 목표 파악**
   라포 형성의 끝판왕 (2-7)
4. **니즈 파악 “지옥행”**
   질문만 한다 · 해결책은 아직 (2-8)
5. **니즈 요약 · 경각심**
   고민을 정리하고 위기감을 일깨움 (2-9)
6. **해결책 “천국행”**
   니즈 파악(지옥행) 다음에만 (2-10)

7
**2차 약속 잡기**
날짜를 그 자리에서 확정 (2-11)

**이 단계의 결과물** · 고객의 신뢰 + 고객 정보 · 꿈 · 니즈 + 설계요청 동의 + 2차 미팅 약속

▼ 2차 미팅 약속이 잡히면 ▼

### 2차 미팅 — 제안 · 계약

목표는 고객 스스로 결정하게 하는 것입니다

1
**진입 동의**
청개구리 화법 · 사전 거절처리 (1장)

2
**상품 설명**
기본 원칙 · 경쟁사 대응 · 상품별 멘트 (2~4장)

3
**가격 제시**
마지막에 · 앵커링 · 선수치기 (5·7장)

4
**클로징**
선택을 유도하고 서명받기 (6장)

5
**계약 후 관리**
안심 화법 · 해지 방어 · 애프터케어 (8장)

**이 단계의 결과물** · 계약 체결 + 계약 후에도 이어지는 관계(추가 계약 · 소개)

## 0장. 세일즈 마인드셋

### 세일즈란?

세일즈란 고객이 "이건 나에게 필요한 물건이다"라고 스스로 느끼게 만들어, 구매로 이어지게 하는 일입니다.

## 영업이 실패하는 4가지 이유

영업이 실패하는 데에는 대체로 네 가지 이유가 있습니다. 첫째, 조건을 제대로 묻지 않아 필요한 정보를 충분히 파악하지 못한 경우입니다. 둘째, 영업 담당자에게서 **매력이나 가치가 느껴지지 않아** 고객이 다시는 만나고 싶지 않다고 생각한 경우입니다. 셋째, 담당자 자신이 영업에 서툴렀던 경우입니다. 넷째, **고객의 의도와 맞지 않는 제안**을 한 경우입니다.

## 상담 전 마인드 세팅

### 상담 자리에서의 태도

가망 고객의 목표 달성이나 문제 해결을 돕는 일 외에는 세상사에 전혀 관심이 없는 것처럼 행동하시는 게 좋습니다. **정치와 종교 이야기는 절대 금물**입니다. **경쟁자를 험담해서도 안 됩니다.** 경쟁사 이름이 나오면 미소를 지으며 "아, 거기요? 좋은 회사죠. 저도 배울 점이 많다고 생각합니다"라고 가볍게 넘기고, 좋은 말을 할 수 없다면 차라리 아무 말도 하지 않는 편이 낫습니다. 회사 사정을 묻는 질문에는 언제나 "덕분에 요즘 아주 잘 돌아가고 있습니다. 이번 달도 분위기가 좋아요"라고 밝게 답해 주세요. 매출이 떨어지는 회사에서 상품을 사는 사람은 없기 때문입니다.

### 상대를 대하는 법

상대를 있는 그대로 받아들이고, 미소를 보내며 따뜻하게 대해 보세요. 상대가 가진 시계 같은 물건을 칭찬하면 상대는 신이 나서 이야기를 들려줍니다. 실제로 이 방식으로 한 사업가에게서 1~2개월 만에 15억 원 규모의 부동산 개발 업무를 수주한 사례가 있습니다. 수년 뒤 다시 만났을 때도 그는 그날 시계를 칭찬받았던 순간을 생생히 기

억하고 있었습니다. 고객은 영업 담당자의 언행 하나하나를 모두 기억하고 기록합니다. 사소한 것이라고 놓치지 않아야 합니다.

고객의 말을 절대 틀렸다고 말하지도 마세요. 틀렸다고 지적받은 사람은 마음을 닫고 방어적으로 변하기 때문입니다. **반박하지 말고 보충**하시면 좋아요. 요령은 적을 만들지 않으면서 내 주장을 펼치는 기술입니다.

### 스스로에게 거는 말

자신의 현재 모습이 아니라 **앞으로 되고 싶은 모습**을 스스로에게 이야기하는 겁니다. 상상은 다가올 인생사의 예고편입니다. 일이 잘 안 풀릴 때도 "일이 잘 풀리고 있습니다. 최고입니다", "만사가 잘 되어갑니다"라고 말하고, "나는 모든 면에서 나날이 좋아지고 있다", "나는 항상 운이 좋다"라고 되뇌어 보세요.

상담 전에는 눈을 감고 구매 결정을 확인하며 대화를 마무리하는 모습을 시각화합니다. 긍정문으로 적어 두는 것도 좋습니다. "이번 상담은 완벽하게 끝나리라 확신한다." 숨을 내쉬고 미소를 지으며 긴장을 풀고, 상담을 갈 때마다 이미 큰 계약을 체결했다고 상상해 보세요. 그리고 **큰 계약일수록 작은 규모의 계약을 대하듯** 하는 게 좋습니다.

### 자기 자신부터 확신 갖기

"난 영업의 귀재다, 틀림없이 팔린다"라는 자기암시를 계속 반복해 보세요. 내가 나를 믿지 못하면 고객도 나를 믿기 어렵기 때문에, 확신은 상담 전에 나 자신에게서 먼저 만들어야 합니다.

### 나 자신과 상품을 대하는 자세

자기 자신이 되어야 합니다. **당신부터 자연스러워지면** 상대도 당신 곁에서 편안해지고 당신을 좋아하게 됩니다. 이 세상에 당신보다 더 나은 투자처는 없습니다. 내 실력과 태도가 곧 수입으로 이어지기 때문에, 더 벌고 싶다면 더 많이 배워야 합니다.

내가 파는 상품을 진심으로 좋아하는 것이 무엇보다 중요합니다. 고객은 상품과 함께 그것을 소개하는 사람의 확신과 애정을 받아들이기 때문입니다. 그래서 우리가 팔아야 할 첫 번째 상품은 바로 우리 자신입니다. 또 하나 기억할 것이 있습니다. **판매는 감성이고 클로징은 이성**입니다. 먼저 마음이 끌려야 결정하고 싶어지고, 그다음에 가격과 조건을 따져 확신하게 된다는 뜻입니다. 오늘날 소비자는 상품 자체보다 그 안에 담긴 스타일, 이야기, 경험, 감성을 사기 때문에, 기능만 나열하기보다 이야기와 느낌을 함께 전해야 합니다.

### 말과 루틴

스크립트는 달달 외우세요. 못 외웠다면 정성스럽게 읽으시면 됩니다. 스크립트의 힘을 믿으셔야 해요. 영어를 잘하는 사람의 비결도 **같은 문장을 200번 반복**하는 것입니다. 말은 그만큼 반복해서 몸에 익힐수록 힘이 생기고, 그 힘이 고객을 움직입니다. "우리는 단어로 사람들을 지배한다." (나폴레옹)

매일 100번씩 외쳐 보세요. "나는 왜 이렇게 하는 일마다 잘 되지? 나는 날마다 잘 된다! 나는 영업의 귀재다! 누구든 나를 좋아하고 반긴다!" 여기에 미용감사, 즉 "미안합니다, 용서해주세요, 감사합니다, 사랑합니다"를 **하루 100번씩 반복하는 것도 필수 루틴**으로 삼으시길 권합니다. 이 방법으로 자동차 영업 담당자 마빈이 수억 원의 수수료를 받은 사례가 『호오포노포노의 비밀』에 소개되어 있습니다.

### 완벽주의를 내려놓고, 웃음을 무기로

완벽주의를 버려야 합니다. **65%의 능력만 갖춰도 전문가**입니다. 매일 새 출발 하고, 항상 고객이 구매할 거라고 생각하시면 좋아요. 일부러라도 웃고 기운찬 척해 보세요. **기운이 안 나는 게 아니라 기운을 내지 않는 것**입니다. 처음엔 어색해도 계속하면 어디서든 자신감 넘치게 행동하게 되고, 시종일관 웃음으로 판매하면 목표의 3~10배 실적을 달성합니다.

**세일즈는 상품에 대한 자신의 느낌을 고객에게 전이시키는 일**입니다. 상대방의 반응은 내 마음을 비추는 거울이어서, 내가 먼저 "비싸다"고 생각하는 순간 절대 팔 수 없습니다. 사람을 만나기 전에 "나는 이 사람을 좋아해, 오늘 만나는 사람을 좋아하게 될 거야"라고 되뇌어 보세요.

마지막으로, **급한 일은 중요하지 않고 중요한 일은 결코 급하지 않습니다.** 눈앞의 급한 일에 쫓기다 보면 정작 중요한 일은 뒤로 밀리기 쉽습니다. 운동이나 식습관 관리처럼 본인 컨디션을 돌보는 일도 여기에 포함됩니다.

### 고자세로 자존감 지키기 — 왜 고자세여야 하는가

고객의 요구대로만 움직이면 **신뢰를 얻기는커녕 오히려 무시당합니다.** 고객이 영업맨을 신뢰하게 되는 지점은 십중팔구 거절당했을 때입니다. 예를 들어 이렇게 말해 보세요. "유감스럽지만 말씀하신 날짜에는 일정이 어렵습니다. 일주일 이내로는 조정 가능하지만 이틀 안에는 불가능합니다. 급하시면 다른 담당자와 진행하셔도 괜찮습니다. 고객님 입장 충분히 이해하고 존중합니다." 이렇게 "안 된다"고 말하기 시작한 뒤로 오히려 영업 실적이 늘었습니다.

상담 중에 고객이 딴청을 부린다면 조용히 자료를 정리하며 이렇게 말합니다. "고객님, 제가 드리는 설명이 지금은 크게 중요하지 않으신 것 같네요. 괜찮습니다. 이건 충분한 집중과 신중한 선택이 필요한 상담이니까요. 다음에 여유되실 때 다시 이야기 나누는 게 어떻겠습니까?" **상담 중에는 전화도 절대 받지 말아야 합니다.** 변호사가 심문 중에, 의사가 수술 중에 전화를 받겠습니까?

고객이 영업 담당자에게서 상품을 사는 기준은 이렇습니다. 첫째는 신뢰할 수 있는 영업 담당자인가, 둘째는 영업 담당자의 열정, 셋째는 상품 품질, 넷째는 가격입니다. 계약 체결에 가장 큰 영향을 주는 것은 **브랜드나 요금이 아니라 영업 담당자**입니다. 그러니 본인이 힘들다는 식의 **사적인 이야기는 절대 하지 마세요.** 우아함을 지키는 게 좋습니다.

### 그냥 베풀어라

"내가 하나를 주면 세상은 그 이상을 돌려준다." **베풀어서 덕을 쌓아두면 반드시 되돌아옵니다.**

아무 대가도 바라지 않고 베푼 호의가 몇 년 뒤 전혀 예상치 못한 곳에서 돌아오는 경우가 실제로 종종 있습니다. 우연히 길에서 도와드린 분이 알고 보니 큰 거래처의 대표였다거나, 별생각 없이 챙겨드린 정보 하나가 몇 년 뒤 소개로 이어지는 식입니다. 그 순간에는 계산하고 베푼 게 아니었기 때문에, 돌아왔을 때 더 크게 다가옵니다.

고객을 무조건 '빚진 상태'로 만드셔야 해요. 정보를 제공하고, 도우미이자 해결사가 되어 보세요. 매달 도움이 되는 정보를 3년간 꾸준히 보내고 전화하고 방문하면, **되로 주고 트럭으로 받게 됩니다.** 결정을 내리는 건 한순간입니다. "**다음번은 없다**"는 마인드로 임하는 게 좋습니다. 설득 시간이 짧을수록 원하는 것을 얻을 가능성이 높습니다.

---

## 1장. 상담 전 알아둘 화법 공식

### 자주 쓰이는 화법 전환

| 이렇게 말하지 말고 | 이렇게 말하라 |
| --- | --- |
| 구매하다 | **소유하다** — "저희 제품으로 소유하시면 앞으로 만족하실 겁니다." |
| 부담 갖지 마세요 | **부담 드리고 싶지 않습니다** — 부정 명령형은 반발심을 일으킵니다(코끼리를 생각하지 말라고 하면 오히려 코끼리가 떠 |

| 이렇게 말하지 말고 | 이렇게 말하라 |
| --- | --- |
| | 오르는 원리입니다). '제 의지와 태도'를 전하는 문장이 고객을 존중하는 느낌을 줍니다. |
| "괜찮습니다" (거래가 성사되지 않아 고객이 미안해할 때) | "미안해하지 마세요. 고객님 탓이 아니지 않습니까?" — 고객의 부담을 덜어 주는 데에는 "괜찮습니다"보다 상대의 탓이 아님을 분명히 말해 주는 이 한마디가 더 효과적입니다. |
| 염려 마세요, 시간은 충분합니다 (시간이 짧을 때) | "앞으로 10분 안에 ○○님이 이 상품으로 가져가실 이점들을 말씀드리겠습니다." — 안심시키는 말보다 얻어 갈 이점을 구체적으로 말합니다. |
| 고객이 "골프 치십니까?"라고 물었을 때 "아뇨, 못 칩니다." (내가 못하는 것을 물어볼 때) | "골프요? 그거 배우면 재미있겠던데요." — 못 한다고 잘라 말하지 않고 관심과 긍정으로 받으면 대화가 끊기지 않습니다. |

### "왜냐하면" 화법

"왜냐하면" 뒤에는 **설득력이 다소 부족한 이유를 대도** 많은 고객이 수긍합니다. 그러니 핵심 문장 끝에 "왜냐하면"을 붙이는 습관을 들여 보세요. 예를 들면 "이 제품은 고객님의 재산을 지켜드릴 것입니다. 왜냐하면~", "정말 빠르게 효과를 보실 겁니다. 왜냐하면~", "이번 기회를 놓치면 손해가 큽니다. 왜냐하면~" 같은 식입니다.

**응용 — 맞습니다 ~ 하지만 ~ 왜냐하면**: 이 "왜냐하면"은 고객이 반대 의견을 내놓을 때도 그대로 쓸 수 있습니다. 고객이 반대 의견을 내놓으면 먼저 인정하고, 뒤집은 다음, 이유로 마무리하는 게 좋습니다. "맞습니다. 사실 많은 고객님들도 처음엔 그렇게 말씀하셨어요. 하지만 지금은 저희를 만나게 된 걸 다행이라고 하시죠. 왜냐하면 상담