

# 一本书读懂 销售心理学

司徒超  
著

- 为什么说得越多，客户越反感？
- 为什么起早贪黑，业绩还下滑？
- 为什么请客吃饭，签单仍遥遥无期？

迄今为止，  
影响百万销售人的内训法则，  
让万科、华润置地长销不衰，通用、雷诺业绩爆表的销售宝典。

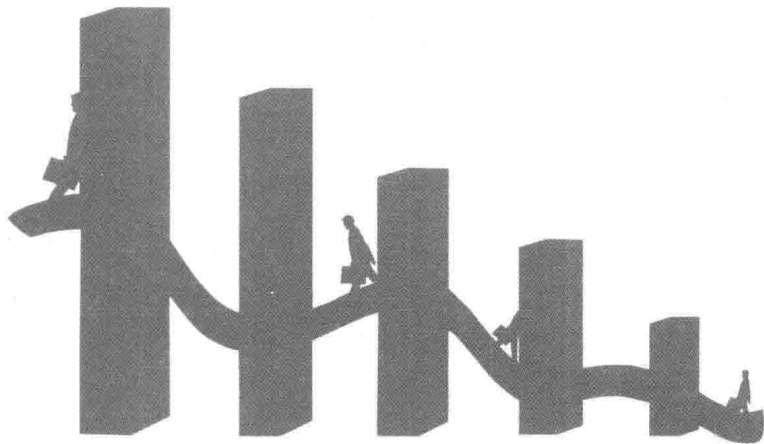
不请客不送礼，揭示成功签单的惊人秘密！



北京理工大学出版社  
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

# 一本书读懂 销售心理学

司徒超 著



 北京理工大学出版社  
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

---

图书在版编目(CIP)数据

一本书读懂销售心理学 / 司徒超著. — 北京: 北京理工大学出版社, 2016.1

ISBN 978-7-5682-1372-1

I. ①—… II. ①司… III. ①销售—商业心理学—通俗读物 IV. ①F713.55-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 273703 号

---

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

82562903 (教材售后服务热线)

68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京富达印务有限公司

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 15

字 数 / 225 千字

版 次 / 2016 年 1 月第 1 版 2016 年 1 月第 1 次印刷

定 价 / 32.00 元

责任编辑 / 梁铜华

文字编辑 / 梁铜华

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 边心超

---

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

销售是一场交易双方智力与心理的较量，每个成功的推销员都是一名足智多谋的心理专家，他们往往能够通过顾客的一句话、一个动作、一个表情甚至一个眼神窥探其内心的想法，进而采取有效的进攻策略，掌握谈判的主动权。知己知彼方能百战百胜，在不了解对方内心需求及其心理变化的前提下盲目地采取推销策略是不明智的，因为销售策略要因人而异、因情而变，能够根据谈判对象的心理特征随机应变，灵活调整推销策略才是最好的选择。

不难想象，在销售领域中，占据失败名额的往往是那些不善于推敲、揣测对方心思的销售员。一项针对销售员推销方式对成功率影响的调查表明，符合消费者心理需求的推销方式能使销售的成功率高达60%；而忽略消费者的实际情况，只采用惯用的推销方式时销售的成功率还不到20%。

40%的差距从何而来？天壤之别的薪金待遇从何而来？为什么有人的销售工作能够如鱼得水，而有人却费尽周折？为什么有人能够顺利打开谈判局面，而有人却往往会吃闭门羹？

正确的方向是成功抵达目标的前提，在竞争如此激烈的今天，一个不懂心理学的销售员只能误打误撞，盲目地游弋在商海中。销售的最终目的并不是将产品卖出去，而是把客户引进来，即了解顾客的需求心理，发掘其潜在的购买需求，进而激发其购买欲望，从而形成一种稳定的交易关系。如果忽视消费者仅把推销产品作为销售活动的终点，那么稳定的客户群、源源不断的利润都将无从谈起。

21 世纪是一个充满竞争的时代，客户已经变得越来越聪明，商品的选择性极多，可替代性也强，让客户去接受销售员的个性更是不可能的。这就要求每一个销售人员都要懂得一定的销售技巧，无论是在成交之前还是成交之后，都要以客户的想法、客户的利益为出发点去做销售工作。

一个优秀的销售员必须要像水一样随时改变自己，接受改变缺点的挑战。没有人刚开始做销售就能成为行业精英，而当你每天学一点销售技巧，长期坚持下去，就能收到意想不到的效果。

这本书是我根据多年的销售实践经验总结出的销售心理学，详细阐述了如何利用心理战术攻克销售难题，还将销售实践与消费者心理学相结合，通过大量的实例揭示了隐藏在客户内心深处的心理现象，同时融合了国内外销售大师的成功经验与方法，为你拨开层层迷雾，使你直抵成功的终点。

## 第一章

### 修习微心理——先学心理学，再做好销售

- 修炼一颗平常心 / 002
- 千万别怕见客户 / 004
- 与心理压力面对面 / 006
- 别让自信停留在想象上 / 008
- 主动敲破“退堂鼓” / 010
- 急于求成只会坏事儿 / 014
- 消除不良的抵触情绪 / 016
- 平等对待每一位客户 / 017
- 开发热情的原动力 / 019
- 给予每一个客户尊重 / 021
- 心理测试：测试你的销售能力 / 023

## 第二章

### 消费微心理——天下人买东西，都逃不出这些定律

- 抓住人们的各种情结 / 030
- 客户也自认为是上帝 / 031
- 人人都有好奇心 / 034
- 时时作祟的虚荣心 / 035
- 购买活动的复杂心路 / 037
- 客户都是爱面子的 / 040
- 防卫心理是正常的 / 042
- 期待优惠的心理谁都有 / 044
- 谁都想被“众星捧月” / 046
- 填补客户的“安全感” / 048

- 女性的消费心理特点 / 050
- 男性的消费心理特点 / 052
- 心理测试：你是个懂幽默的人吗？ / 053

### 第三章

#### 察言观色微心理——读懂那些身体语暗藏的信息

- 真心 90% 藏在肢体语言里 / 056
- 从言语中发现弦外音 / 058
- 买卖中的心理悖论 / 060
- 读懂客户的肢体语 / 063
- 小动作的秘密 / 065
- 从生活习惯中解读客户 / 067
- 眼神常出卖他的心 / 070
- 读懂客户的成交信号 / 071
- 心理测试：你有超准的“读心术”吗？ / 073

### 第四章

#### 价格微心理——“不贵没人买”和“太贵无人问”

- 开价一定要留降价的空间 / 076
- 永不接受客户的第一次开价 / 078
- 不丢生意的拒绝法 / 081
- 明示出自己的让步空间 / 083
- 化整为零的报价法 / 085
- 如何让客户情愿出高价 / 088
- 让你的让步有价值 / 091
- 这样应对“砍价狂” / 094
- 给高价一个合理的解释 / 096
- 试探出客户的底牌 / 098
- 灵活处理价格异议 / 101
- 巧妙应对老客户的降价要求 / 103
- 欲擒故纵的谈判技巧 / 105
- 用真情捍卫价格 / 107

## 第五章 沟通微心理——如何跨越客户心中的门槛

- 不被拒绝的开场白 / 112
- 第一时间读懂客户的诉求 / 113
- 打破客户的心理“防火墙” / 116
- 如何引起消费者的兴趣 / 117
- 别出心裁，吸引客户的眼球 / 119
- 不可不知的销售攻心法 / 121
- 主动示弱的销售法 / 123
- 如何高效介绍商品 / 125
- 迎合客户的购买需要 / 126
- 减少客户的拒绝有方法 / 130
- 如何摸准客户的需求 / 132
- 人性化服务激发消费欲 / 133
- 学会乘“需”而入 / 136
- 速战速决不如循序渐进 / 138
- 心理测试：测试你的想象力 / 140

## 第六章 促销微心理——把让利变成客户的“小棉袄”

- 促销要有的放矢 / 144
- 打折中的大学问 / 146
- 如何跌价不跌份儿 / 148
- 蔬菜也要陈列得像艺术品 / 151
- 让商品变成“限定” / 155
- 把利润藏在背后 / 156
- “免费的午餐”法则 / 158
- 别出心裁的馈赠 / 162
- 给促销加一个期限 / 165
- “舍不得孩子套不着狼” / 167



利用“从众心理”促销 / 170

让对方产生负债感 / 172

让客户看到优惠 / 175

**心理测试：你具备优秀的表达能力吗？ / 177**

## 第七章

### **成交微心理——拼单不靠磨嘴皮，而靠击软肋**

对待霸道的客户要服从 / 180

对犹豫的客户要会“激将” / 182

对急躁型客户要高效 / 184

对待冷漠的客户要热情 / 187

对待精明型客户要真诚 / 190

对朴素型客户要谈性价比 / 192

对内向型客户要善意 / 194

对开朗型客户要讲情义 / 197

对老好人型客户要耐心 / 200

对个性型客户要别出心裁 / 201

**心理测试：看看你的自信度有多少？ / 203**

## 第八章

### **售后微心理——买卖成交后，要给个温暖的拥抱**

真正的销售始于售后 / 206

迅速处理售后问题 / 208

让投诉有一个美好的结局 / 211

买卖成了人情在 / 214

像对待朋友一样对待客户 / 216

别忘了客户，也别让客户忘了你 / 218

售后服务也能增效益 / 220

妥善解决客户遇到的问题 / 223

成交后不忘说声“谢谢” / 226

退货也能赚吆喝 / 228

**心理测试：你的情绪控制能力 / 230**

## | 第一章 |

### 修习微心理——先学心理学，再做好销售

世界上没有卖不出的货，只有卖不出货的人。想要做一名优秀的销售员，取得不俗的销售业绩，首先需要销售员修炼自我。要知道，所有的客户都是在买你的态度，因为你非常努力，非常热爱你的工作，所以他们就会相信你的产品。

## 修炼一颗平常心

销售员在平常的工作中会见到形形色色的客户，有的人和蔼可亲，有的人傲慢可憎，有的人甚至根本不搭理你，还有的人干脆直接拒绝你。一旦碰到傲慢无礼的客户，年轻气盛的你可能会有“愤怒”的感觉，无法在他的地方多待片刻。而且你可能不止一次遇见过这种傲慢无礼的客户，但是，要想做好销售，遭遇这种冷脸和闭门羹是你的必经之路！那么，如何做一个成功的销售员呢？那就是只要客户没有坚决地拒绝你，你就要把握住每一次可以尝试的机会。

池先生是一家金属打包机生产厂的销售员，3周前他打电话给一个公司的经理。

池先生：“陈经理吗？您好，我是金属打包机厂的池先生。听说咱们公司需要一批新设备，您看能和您约个时间吗？”

经理：“我现在很忙，你过几天再打吧。”

池先生隔了两天又打了一次电话，陈经理说有时间想去他们厂考察一下，看看他们的金属打包机。当池先生第三次打电话再约的时候，陈经理敷衍说下个星期有时间再去，就匆匆地挂了电话。结果池先生还是被放了鸽子，因为客户公司的一个大型设备要维修走不开。于是在客户多次爽约之后，池先生又对客户说：“陈经理，如果您有了时间就通知我一声，到时候我好提前给您安排一下。”可是客户又说：“可能下周才有时间，下周我们会考虑去。”

一再紧张地跟踪让池先生知道客户还在，毕竟他没有直接拒绝自己，那就还有希望。池先生决定下周继续跟进，给那个被公务缠身的客户提个醒，以免他又忘记了。

一周过去了，眼看又到周末了，池先生心里盘算着约好来考察的客户也应该来了吧，可还是觉得给他提个醒比较安全，就算客户计划撤销或者另有安排，自己也就安心了。但是就在池先生准备打电话的时候，电话突然响了：“你好，我是×厂的陈经理。”池先生先是心里一喜。

“哦，您好，我是打包机厂的池先生。陈经理，您今天会到我们厂考察吗？”

“呵呵，不好意思，我打电话就是想先和你说一下，我们公司要去谈一个项目，估计去你们厂的时间又得拖后了。”

“原来是这样，陈经理，那你们有时间了再过来，我们厂随时欢迎您。”就这样，池先生结束了和陈经理的对话，虽然客户说不能来了，但他却乐在嘴里，甜在心上，毕竟客户没有忘记和他约定的事，而且还很有礼貌地给他来了电话，这又一次给了他希望。

又过了一周，池先生直接给客户去了电话：“陈经理，我是池先生。最近忙吗？今天是我值班，如果您今天有空，不妨过来一趟，我把资料都给您准备好了。早点对厂子做个考察，您对我们的产品也就能早点了解。这样也不耽误您的生意。”

“哈哈，池先生啊！我最近比较忙，把你们那边的事都给忘了。这样吧，下午我过去，到时候再详谈吧，你把你们的资料都备齐了。”

“行，那就下午见吧！我泡一壶上好的普洱茶等着您。”

“行，行，行。”

陈经理觉得自己很被他们厂重视，服务更是热情，尤其是在自己爽约几次之后，池先生的态度仍然友好，这让他心里很舒服。就这样，池先生从陈经理的手上签了一个大单。

由此可见，做销售不是刚开始就被人认可的工作，它需要你不断地去尝试，要试着和客户反复沟通。很多时候都会听到客户说“我最讨厌你们这些做销售的了，一天到晚烦不烦”“我不需要”“我最近很忙”“这东西我卖给你，你要不要”等一些不友善的话，但越是那些居高临下的客户，带给你的爆发力和销售潜力就越大。这也是很多人不愿意放弃这一类型客户的主要原因。

想要做一个成功的销售员就必须做到这一点：不管是可亲的客户，还是可憎的客户，你都必须去喜欢他。在这样或那样的情况下，你需要掌握一套相应的交流技巧与谈话技术，以此来改变对方那种居高临下的态度。

每个人的思想都不一样，处理同一件事情的态度也不一样，但切忌在工作时把自己的私人态度带进来。

要想做一个成功的销售员，就必须具备以下这些能力：

(1) 态度要端正，知道被拒绝是销售成功的开始，也是必经之路。

(2) 把自己的眼光放得长远一点。

(3) 要对自己的痛苦有所觉悟：①一切都会过去。②有的人甚至比自己更惨。

(4) 销售只是自己的职业，它并不是自己的生活。

(5) 要知道别人为什么对自己有那么恶劣的态度，并找出原因所在。

(6) 将自己本身跟自己在工作中的角色分开。

(7) 将他人的拒绝视为你们在某一时间的互动行为。

(8) 将他人的拒绝视为自己无价的教训。

(9) 看看自己的成就。

(10) 让自己的身心充分休息一下。

(11) 要清楚成功的百分比。

(12) 跟家人与朋友分享自己工作中的感受。

(13) 了解这一行的景气循环。

(14) 当自己处于工作低潮时，更应该精心准备迎接下一波高潮。

## 千万别怕见客户

很多销售员在初涉销售领域时，都会面临自身的心理障碍，这时就需要及时调整，先战胜自己，才能成功地销售。

郑先生是一家生产去油污剂公司的销售员。一天，郑先生去拜访一位当地很有名的老板，而这位老板也是靠推销产品致富的。郑先生心想，如果能把产品卖给他，一来是对自己销售能力的肯定，二来还能向他求教一些销售经验。

郑先生仰头看了一眼7楼最东边那个亮着乳白色灯光的窗户，心里不禁思索着：“自己是上还是不上呢？”他知道这次如果再上去，就是今天第五次上这栋楼的第7层了。前4次他虽然都是满头大汗地跨进那位老板家的门槛，但得到的回答都是一句话：“今天我没空，你改日再来吧！”郑先生明显感觉到那位老板分明就是看不起自己，有意用这句话来搪塞和敷衍自己。一想到这里，郑先生就开始后悔自己不该在第一

次跨进他家门槛时就说是靠推销商品过日子的，而应该说自己是来求教经验的。但郑先生心里又愤愤不平：“有什么好神气的，你不就是从销售员做到有今天这种成就的，为什么看不起人呢？”郑先生开始后悔去他那里上门推销，但当郑先生满街乱转，累得腰酸腿疼，说得口干舌燥也销售不了几瓶去油污剂时，便再次不知不觉地转到了这幢楼下。虽然他想上去，但内心却有了之前被拒绝的恐惧感，他想：我如果这次上去依然被拒绝，那估计自己就再没有信心卖出任何东西了，到底要不要再去呢？郑先生在心中做了很长时间的较量，最后还是决定再去一次，不能因为被拒绝就失去信心。

当郑先生拎着装满去油污剂的提包大汗淋漓地登上第7层的楼梯时，他在心里告诉自己：“不要害怕，大不了他再拒绝我，还能有什么比拒绝更吓人的结果呢？”于是他鼓足自己仅剩的一丝勇气按下了那位老板家的门铃，这次老板却不同以往地把门打开，并请他进屋，说：“你三番五次来我家也够辛苦的，这次为了不让你太失望，那我就买两瓶去油污剂，但是今天我仍然没有空和你谈别的事情，等以后再说。”

郑先生再次失望了，但失望之余又想到老板买了他的去油污剂能让他挣点儿钱，总算今天的努力没有白费，心里也就有了些慰藉。于是郑先生像在别人家里一样放下提包，打开后让老板随意取一瓶开塞，先在厨房的排油烟机上做实验。当看到一处处油渍转眼消失时，老板当即夸赞：“这东西好用，我就买10瓶吧。”郑先生一听买10瓶，就马上说：“您一下子买10瓶可不行，这东西有效期很短，过期就会失效。您还是先买两瓶，以后有需要我会及时送过来。”

“那好，就听你的，先买两瓶吧。”老板说着就掏钱包付钱，两瓶50元。郑先生接过钱想再等会儿，好请老板传授点儿销售经验，但见他欲做关门状，郑先生无奈，只得离去。郑先生回到家，当他清点当天的收入时，居然发现货款不符，多收入50元，显然是哪个买主多给他的。他心里不安起来：“怎么能多拿人家钱呢，这可是不义之财啊！”他决定给人家退回去，可到底是谁错给他的呢？他回忆今天所有买主的门牌号，马上出发，逐户地询问。好在今天的买主只有6户，前5户买主都回答没有错给他钱，于是郑先生再次登上那幢7层楼。

老板听了郑先生的来意后，告诉他这钱是自己错给的，而且是有意将一张100元整钞当做50元给他的。

郑先生气红了脸：“你让我来你家5次才决定买我的去油污剂，现在你又故意多给我钱，你是不是看不起人，故意耍我啊？”没想到老板听郑先生这样说后不但不生气，还很和蔼地说：“我不是耍你，而是测试你，你不是要我传授你销售经验吗？告诉你，你已经踏上了成功之路，不需要什么销售经验了。”

郑先生这才恍然大悟。

“我的体会是：一个人要成功，一要不惧失败，要有坚持的精神；二要靠至诚至信赢得广泛的信誉。而这二者你都出色地具备了。”老板告诉郑先生，前4次让他看冷眼是要测试他的意志和精神：一个人一次次拎着大包登7层楼还要看冷眼，没有坚强的意志和不怕失败的精神是做不到的。

老板还说，凭他现在的经济实力，什么样的房子买不到，但他还要坚持住在这幢不带电梯的7层楼里，就是为了锻炼自己的意志和精神。

郑先生若有所思，情不自禁地向老板鞠了一躬，说了句：“谢谢！”

之后，郑先生推销出去的去油污剂日渐增多。再后来，郑先生有了自己的公司，做了老板。

不要沉湎在一次或两次的成败情绪当中，因为那样只会破坏自己积极进取的信心，会让自己失去很多机会。成熟的销售员要有马上跳出情绪牵绊的能力，这样才能从失败中汲取教训，也才能从成功中学到如何让自己下次表现得更好的经验。

实现商品最终的销售是惊险的跳跃，如果不成功，受到损失的不是商品本身，而是商品的销售者。事实证明，不能经历和战胜沉重的失败、焦虑和等待这些难关的人是很难成功的。做业务必须有耐心，要不断地拜访，必须从容不迫，察言观色，并在适当的时机促成交易。在被客户拒绝时，切勿泄气，要进一步努力说服客户，并设法找出客户拒绝的原因，再对症下药。只有这样，你才能大步迈向成功。

## 与心理压力面对面

刁钻的客户、专横的上司、精明的同事……似乎每件事都使销售员原本紧张的神经雪上加霜。

一个销售员在刚入职的时候，也许是因为接触的都是新鲜事物，没有以往的惯例可循，也没有经验可依，只能凭自己的努力工作；于是在工作中就比较有激情，也对未来充满了希望。可是随着时间的流逝，经验越来越多，惯例越来越常见，激情就慢慢地衰退了。再加上同行业的竞争日益激烈，遇到的客户也越来越难相处，业绩上不去，就是一个字：“愁”。处于这种情绪中，你不愿意上班，即使上了班也是无精打采，这种消极怠工的情形被称为“职业感冒”。这种感冒可能会引起更大的职业问题，如自我怀疑、价值感低、对自己不再信任。

张力进入销售行业3年，总是业绩平平。对一名销售员来说，最困扰他的是：为什么在销售过程中他和客户总是互动不起来？为什么他很难让客户尽快购买？张力明白，要想赢得更好的绩效，就必须争取客户对自己的好感，以迅速获得客户的信任，与客户建立起融洽的合作关系。

张力曾参加过很多专业培训，也经常向业绩好的同事请教，试图提高自己的业务能力。但遗憾的是，尽管张力有意地使用了培训中学习的技巧，但他对客户情绪的感染能力还是没有增强，问题并没有得到解决。日复一日，激情被日常琐碎的工作、生活压抑，于是每天都很疲倦，不愿意面对各种销售情境。其实，这也是很多销售员的处境。

在重重的压力下，自己到底还能支撑多久？你也许开始对生活感到迷茫，对工作也没有了热情，只是混时间虚度日子，却从来不去自我反省。要想摆脱这种局面，你就要做到以下两点：

### 1. 利用压力产生反作用力

只有燃烧一根火柴才能去点燃另一根火柴。而一名销售员想要点燃客户的购买热情，首先就必须点燃自己内在的激情。只有真诚的情绪才能感染另一份情绪。

如果销售员的情绪处理不好，就会使自己感觉无力，对客户的影响力也减弱。

人的情绪就像钟摆一样，负面的情绪能量有多大，造成的正面情绪的能量相应的也就有多大。当你竭力压抑自己的负面情绪时，正面的情绪也会受到相应的影响。一个销售员要想加强自己对客户的情绪感染力，以调动客户的情绪促进销售，就必须完全地接纳自己的情绪并对它有清晰的认知。要积极地与自己的负面情绪相处，即能够在意识层面明白“任何的负面情绪背后都有正面意义”。因为只有建立起自己良好的情绪处理



机制，才能利用情绪调动客户的购买热情。

## 2. 释放压力

销售员往往面临着比从事其他行业的人员更大的压力。而销售的工作性质就直接决定了销售员不可能将工作、生活的界限区分得一清二楚：也许你的朋友就是你潜在的客户，而你的客户也许又是你将来的朋友。要想成为一个优秀的销售员，就必须不断地想办法延长客户的购买周期，让他们重复地去购买、不断地交叉购买，从客户那里得到更多的客户，并且要竭尽所能不断地去创造客户的需求，这样才能源源不断地从客户身上获取价值。

如果说其他工作可以很明确地将工作时间分为上班时间和下班时间，并可以利用休息时间调整身心、享受生活，那么作为销售员是没有严格意义上的休息时间的。销售本身就是一场几率的游戏，在相同或接近的成交比例下，销售员做得越多，他们“赢”的几率就越大。但销售就像抛硬币，你永远不知道是“赢”的那一面朝上，还是“输”的那一面朝上。于是，任何一个机会都可能是“赢”的机会，你所遇见的任何一个人也都有可能是你未来重要的客户之一。

所以，为了赢，销售员不得不随时随地地全天候备战。结果繁重的工作导致了很多健康困扰：胃病、骨质增生、经常感冒、过度劳累……不仅如此，它还让销售员渐渐地失去了对工作的热情和信心。

不断地承受压力而不愿意把它释放出去，有些人甚至不愿意让别人看出自己的压力大而刻意地隐藏。这对健康和工作都是极为不利的。销售员应该找一种恰当的方式把它发泄出去，只有把压力统统发泄出去，你才能重拾对工作的热情；只有自己有一个好的情绪，才能带动你的客户。要记住，没有一个客户会愿意和一个心事重重、看上去不自信的人打交道。

## 别让自信停留在想象上

在销售中比拼的就是各自平时的信念、行业资讯、工作经验、交流技巧以及口才。经常有销售员由于信念不坚定，行业资讯比较少，口才