

销售心理学

〔美〕乔治·R.伊士曼◎著 韩磊◎译

PSYCHOLOGY OF SALESMANSHIP

心理学是一门有趣的科学，销售是一门值得掌握的艺术。

这是难得的关于销售员职业素养和职业技巧的智慧书，也是消费者必看的明智购物的指导书。

本书的智慧：让读者既能成为眼光卓著的消费者，又能成为成绩斐然的推销员。



中国出版集团



现代出版社

销售心理学

〔美〕乔治·R.伊士曼◎著 韩磊◎译

PSYCHOLOGY OF SALESMANSHIP



中国出版集团



现代出版社

图书在版编目(CIP)数据

销售心理学 / (美) 伊士曼著 ; 韩磊译 . —北京 :
现代出版社, 2015.10

ISBN 978-7-5143-4084-6

I. ①销… II. ①伊… ②韩… III. ①销售—商
业心理学 IV. ①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第 239170 号

作 者	[美] 伊士曼
译 者	韩 磊
责任编辑	张桂玲
出版发行	现代出版社
通讯地址	北京市安定门外安华里 504 号
邮政编码	100011
电 话	010-64267325 64245264 (传真)
网 址	www.xdcbs.com
电子邮箱	xiandai@cnpitc.com.cn
印 刷	北京中印联印务有限公司
开 本	787mm × 1092mm 1/32
印 张	7
版 次	2016年1月第1版 2016年1月第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-5143-4084-6
定 价	29.00元

版权所有，翻印必究；未经许可，不得转载

前言

PREFACE



本书适用于这类销售员：他们在寻求一本将销售技巧与心理学知识相结合的读物。

热爱销售工作并以销售职业为荣的人是本书的读者对象。通常，销售员在工作中提供的是促成交易的服务。本书的读者们要意识到这个事实：销售员不是天生的，销售能力也不是与生俱来的。

在很大程度上，要成为一名优秀的销售员必须经过严格的训练。一名高效的销售员必须认识到心理学知识对销售工作的重要性，此外，还要深知使用这些心理学知识的技巧。销售员要学会引导人们的行为需要付出持续不断而又艰辛的努力。能否做到这一点取决于其对本书的理解程度。

懂科学的农民、老师、会计师、律师、工程师、建筑师、医生、部长等都已经发现，对任何工作来说，大量的认真的



准备都是非常值得的。销售员也要认识到这一点，这能为自己的工作效率带来质的飞跃。

在工作中，销售员可以问自己几个问题，然后根据自己回答问题的能力进行评定，看看自己是否准备充足。

什么是销售技巧？销售要实现的目的是什么？当顾客想得到某一件物品时，怎样才能吸引他们对该物品的注意力？这种注意力和个人兴趣有什么关系？普通人会有哪些兴趣？你知道你的销售主张应该指向消费者的哪些兴趣点吗？兴趣和欲望的关系是怎样的？你将如何激发消费者的欲望？当你激发了消费者的欲望后，你知道如何使其转化为行动吗？你如何辨别已经到达了“心理最佳时刻”而应该设法停止劝说？当销售员的注意力完全放在说话上的时候，他怎样才能预先思考并计划好接下来要讲的话呢？学习、记忆和思考的最佳方法是什么？本书是为了向销售员传授科学知识，使其能够比较自信地回答上述及其他类似的问题。上述科学知识既全面翔实又具有连续性，在科学知识指导下形成的方法可以高效地完成工作任务。关于销售 and 心理学的一套科学知识能使销售员睿智地工作，助其直接达成预想目的。本书绝不是传播与现实脱节的知识，让读者漫无目的地进行一次次徒劳的尝试。

即使销售员不能一下子完全明白本书内容的意义或实际

益处，也不应该感到失落，更不应该对本书大加指责。要理解并掌握在销售中运用心理学的方法，就需要带着思考阅读第二遍或更多。只有理解了本书的所有章节，并且认识到各章节之间及章节与整体之间的关系，才能掌握书中的精髓并从中最大限度地获得帮助。

长期以来，作者力图使这本书变得简单实用。作者也确信可以做到这一点。虽然销售工作很复杂，把握人心很困难，但是随着读者阅读的深入、工作的积累，书中的销售技巧和心理学知识的作用都能一一发挥。

1. 销售员的必修课：知道做什么、怎么做

作为商界的中间人，销售员忙于一种互利的交流，为顾客提供服务或者耐用的商品，作为回报，他会得到钱或者其他东西。因为销售员要发挥重要的经济功能，所以他应该了解一些经济事务。

销售员必须对自己的商品了如指掌，比如他需要足够了解商品的原料，了解商品在制作过程中所经历的生产过程。他必须清醒地认识到生产过程给商品带来了什么，比如提升了商品的商业价值，提升了商品的竞争力。在销售行业中，对一名销售员来说，掌握推销技巧的相关知识很重要。

在销售时，销售员即使熟知上述事情也有可能心有余而力不足。交易能否成功取决于销售员如何介绍商品，用了多



少销售技巧等。销售技巧最好在实践中培养。销售工作需要“做什么”和“为什么”这种知识的指导。本书教给读者的就是在销售中“做什么”及“为什么”这么做这类知识。

2. 销售艺术：一些实用知识和技能

销售的艺术可以通过向他人直接模仿获得，也可在实际工作的尝试和失误中获得。错误的方法遭到拒绝，正确的方法被人接受，但一些人不知道其背后的原因。

通过模仿他人，一个人可以获得大量关于“做什么”的知识，在做的过程中也能边学边用。但是，通过模仿获得的知识和技能一般不能被活学活用，因为那些人不知道“为什么”要那样做。

销售员在尝试和失误中获得的知识和技能可以给自己的工作提供有效的指导，但适用范围仅限于常见的、与之前遇到的情况相似的案例。通过这种方法学习的人，不能意识到环境变了情况也就不同了，即使意识到了，也只能通过失误寻找经验，将学到的知识和技能用于有限的环境。

这种获取知识和技能的方法说不上高明。通常而言，一个销售员能通过这种方法取得偶然的成功，而且，他搞不清楚为什么有的尝试成功了，有的却失败了。

如果销售员之前就有相关的知识并懂得成功的原因，那么他在遇到新情况时就能睿智地选择正确的方法去应对。如

果他有这种知识，那么当他尝试的时候，他就能比较准确地预测每一次尝试的结果。因此，他就能省下许多摸索的时间。

销售理论使人清楚地意识到在销售工作中应该做什么、怎么做及其原因。本书的目的是使销售员的知识和技巧原则化和系统化，从而在销售中发挥最大的实际用途。本书所讲的不是脱离实际的理论，而是一个由一般原则组成的知识系统，它能为销售员的各种实践活动提供有益的指导。

本书认真分析了销售的过程，提出了一种销售理论。此外，销售员能在本书中学到可在销售中高效运用的销售方法。通过学习并使用《销售心理学》中的知识，销售员能迅速掌握销售的艺术并在这方面变得十分专业。

能够指导人们去做一件事的知识和技能是很有价值的。不过，除非他知道背后的原因，否则，他将无法把知识和技能用于不同的情形，而这些情形意味着需要改变做事的方式。

如果一个人知道做事的方法及其背后的原因，那么，他就可以灵活运用这种方法做许多其他的事。掌握了销售的科学方法和技巧也可以让人变得机敏和灵活。

如果销售员掌握了《销售心理学》的精髓，就可以指导其他销售员了。本书中的知识可以帮助销售员成为一名销售经理。



3. 销售员的必修课：应用心理学

为什么对销售员来说研究心理学有益处？销售是一门艺术，尽管销售员发挥的是经济功能，但是销售技巧的本质却是心理学上的。在销售行为中，销售员直接和人心打交道。本质上，销售知识是一般性的个人和社会的应用心理学。

销售员通过引导顾客的心理，从而使其购买自己提供的商品或服务。销售的艺术不仅有助于销售工作，而且还能提升个人的影响力和说服力。

销售的艺术包括洞察人心和引导他人的行为。通过仔细观察顾客的行为，销售员要发现顾客内心的兴趣点，还要了解自己的商品能满足顾客的什么需求。

销售员必须牢牢地抓住顾客的注意力，例如，可以通过讨论或建议吸引顾客。此外，他必须引导顾客的心理过程并激起顾客购买该商品的欲望。最终，他要让顾客觉得应该完成这次购买。销售员不仅要看到顾客作出了购买的决定，还必须看到顾客确实完成了购买。

讨论、建议、注意力、兴趣、欲望、信念和决定都是心理过程。一个人要想弄懂这些，就必须研究其他的心理过程，如习惯、记忆力、关联和思考等。

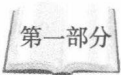
销售员要知道，在销售工作中，他是直接与人心打交道。理解人心的学问是心理学。销售员要了解心理学，以便能睿

智地工作。销售大师即人性的大师。销售员要将心理学作为一种工具，为自己的工作和生活指引方向。

销售工作的一般性原则将在第一部分提出。这一部分的讨论将使大家看到销售工作常遇到哪些问题以及销售员该如何处理。第二、三部分教你理解人心。通过说明性的例子，读者可以很容易理解这部分所讲述的心理学知识。显而易见的是，在掌握了第二、三部分后重读第一部分有助于更好地理解全书。

目 录

CONTENTS



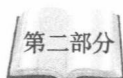
第一部分

做销售

一、销售艺术：售前准备很必要	002
1. 知顾客需求，晓买家特点	002
2. 售前准备做什么	004
3. 如何引起顾客的注意	008
4. 销售艺术的禁忌	009
二、最需要掌控的推销手段——劝说	014
1. 劝说阶段说什么	019
2. 牢记商品的卖点	020
3. 怎样调整劝说	021
4. 累积劝说有效果	022
5. 何时该简短地劝说	023
三、新一轮的劝说	024
1. 顾客的“真相”	025



2. 劝说阶段, 商品说明很重要	027
3. 销售员常被质疑的地方	029
4. 富有“争议”的推销手段	031
四、销售大师能使劝说更有效	031
1. 调查分析很有必要	036
2. 如何应对顾客的反対意见	044
3. 合时宜地说明商品价格	050
4. 把握顾客购物的时机	051
五、结束交易之后的注意事项	060
1. 离开顾客的礼仪	061
2. 提升销售艺术的学识与积累	061
3. 销售是很专业的工作	064
4. 商品销售中的问题及解决方法	064



第二部分

思考、感受和行动的过程

一、何为心理学中的行为	072
1. 心理过程和物理过程的区别	072
2. 主观和客观的区别	073
3. 怎样获得心理学知识	074
4. 实验心理学是什么	075

二、心理学中的“洞悉”人心	076
1. 各类奇妙的意识过程	077
2. 思想和大脑的微妙关系	079
3. “习惯”的重要性不言而喻	080
4. 培养新习惯的必备知识和技能	082
三、思考、感觉和行动过程之间的联系	085
1. 销售大师要知晓接近与联系	085
2. 销售员的好事：能看到相似产生联系	087
3. 改善记忆和回忆的艺术	090
四、教育的非凡意义	095
1. 如何使生活和工作更高效	095
2. 哪些事物的意义或重要性值得思考	096
3. 明白学习的目的	097
4. 掌握最高效的学习方法	098
五、培养兴趣和提高注意力	101
1. 如何吸引顾客的注意力	103
2. 注意力焦点和边缘是什么	105
3. 学会利用“预期注意”	107
4. 注意力决定着思考、感觉和行动的方向	108



六、意志行为的执行和受阻	110
1. 哪些意志行为需要深思熟虑	111
2. 思考的方法和意义是什么	112
3. 真理能否受到检验	120
4. 如何思考能得出正确的判断和推理	121
5. 你需要信心和行动	123

第三部分

决定思考、感觉和行动的要素

一、心理学中的本能或兴趣	126
1. 人的本能有哪些	129
2. 有局限的本能可以得到发展	133
3. 如何引导人的本能	136
4. 生存的意愿是什么	137
5. 人有自我实现的本能	138
6. 自我实现的兴趣与道德	140
7. 兴趣的两种含义	144
二、对兴趣的分类	145
1. 何为道德兴趣	146
2. 何为慈善兴趣	147
3. 何为政治法律兴趣	148
4. 何为家庭兴趣	149

5. 何为交际兴趣	149
6. 何为健康兴趣	150
7. 何为教育兴趣	150
8. 何为美学兴趣	150
9. 何为财富兴趣	151
10. 何为职业兴趣	152
 三、工作和娱乐需要调和.....	155
1. 娱乐的必要性	156
2. 各种兴趣如何相互联系	159
3. 兴趣、愿望、价值和价格对销售的意义	162
4. 真实是销售工作的原则	165
 四、怎样唤起市场潜在的需要.....	168
1. 如何唤起顾客的愿望	168
2. 暗示与模仿很值得研究	170
3. 销售中可以用到的暗示性因素	172
4. 要留心顾客的潜意识模仿	176
5. 有意识或有目的的模仿	179
 五、销售的是真“相”	184
1. 销售员如何使暗示有效	185
2. 何种理性暗示利于达成销售	187
3. 如何提高销售团队的效率	193



4. 为什么说定期开会很有必要	194
5. 销售竞赛也很必要	195
6. 唤起本能和兴趣会带来更多的能量	196
7. 培养性格和个性——成功取决于它们	198
8. 自信对个人的重大意义	202
9. 有吸引力的性格值得拥有	204

第一部分

做销售

