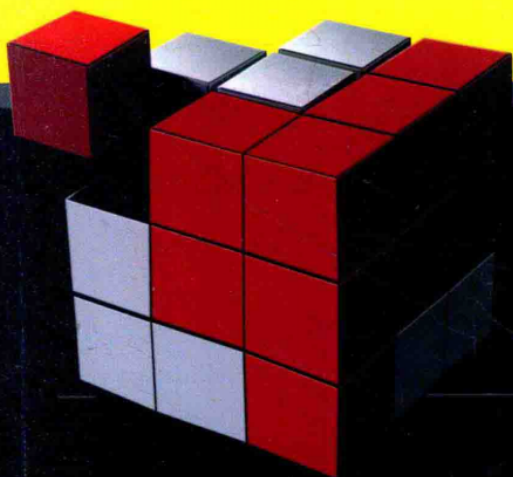


顶级销售员 心理素质训练

谭小芳 任莹慧 编著



修炼强大内心，才能创造销售奇迹

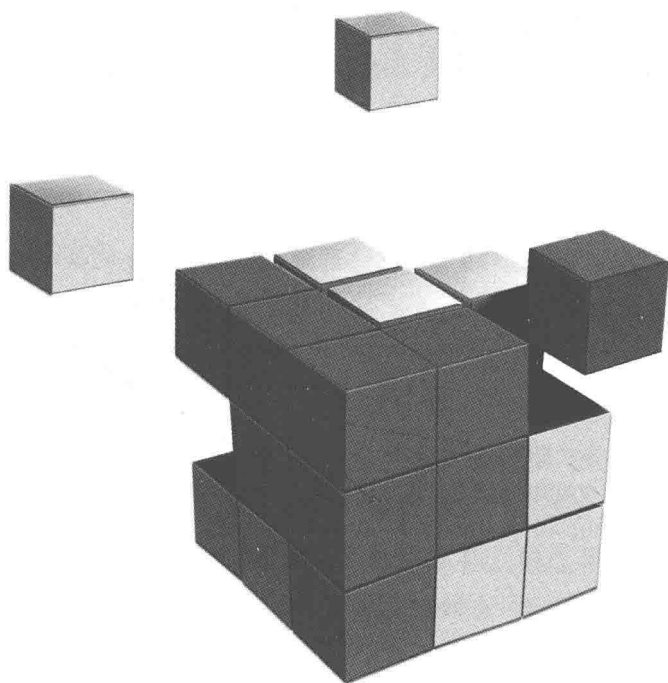
把握客户心理，应用策略快速成交



中国纺织出版社

顶级销售员 心理素质训练

— 谭小芳 任莹慧 编著 —



内 容 提 要

有人说,销售就是一场心理博弈。所谓“知己知彼,百战不殆”,任何一位出色的销售人员都深知自身的心理修炼和把握客户心理的重要性,只有这样,销售策略才更有针对性,才能帮你实现成交。

本书针对销售人员在工作中遇到的问题进行了心理学方面的分析,对销售过程进行全方位阐述,并给出了卓有教益的心理指南,希望能为将要踏上销售之路和正在从事销售行业的读者提供帮助。

图书在版编目(CIP)数据

顶级销售员心理素质训练 / 谭小芳, 任莹慧编著
—北京: 中国纺织出版社, 2016.8
ISBN 978-7-5180-2454-4

I. ①顶… II. ①谭… ②任… III. ①销售—商业心理学 IV. ①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第054397号

责任编辑: 郝珊珊

责任印制: 储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010-67004422 传真: 010-87155801

http: //www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博http: //weibo.com/2119887771

北京通天印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2016年8月第1版第1次印刷

开本: 710×1000 1/16 印张: 17

字数: 220千字 定价: 39.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换



现代社会，随着社会的发展和市场经济的繁荣，人们对商品的需求更大，销售也就顺势成为一个热门行业，而如何将产品推销出去也就成为很多销售员研究和探讨的问题。

每个销售员都希望将产品顺利推销给客户，然而，在现实的销售中，经常有一些销售员会产生这样的困惑：为什么我还没开口，就被客户拒绝呢？为什么客户明明对我们的产品表现得很有兴趣却就是不购买呢？对于销售中遇到的一些形形色色的客户又有什么不同的应对方法呢？在最后成交的阶段，客户总是不断压价怎么办？每位客户到底在想些什么呢？到底怎样销售才能让客户接受我们的产品呢？

对此，美国一位著名的推销员指出：“**推销的98%是对人的理解，2%是对产品知识的掌握。**”销售工作的目的是推销产品，而过程则在于销售员对客户心理的把握和对客户的了解程度。有些时候，销售员做再详尽的产品介绍，也抵不过解答一句客户的疑问。销售员尽量多了解客户的心理需求和心理疑问，才能更加了解推销对象，也才能更为有效地推销产品，只要恰到好处地解答客户担心的问题，销售工作的成功也就不难实现。

销售员们的困惑来自于他们没有把握客户的心理动向，所以，赢得客户的信任是销售员完成销售的前提。而销售员能否灵活运用一些心理策略便成了销售成败的关键之所在。**专业调查机构的调查显示，在销售过程中，假如销售人员能运用符合客户心理的销售方式进行推销的话，那么，销售成功的可能性为53%左右，但是假如采用一般的推销方式的话，成功率只有24%。**可见，销售过程中，充分掌握客户的心理，可在最短的时间内将更多的产品卖出去，大幅度提高销售的业绩，让销售事半功倍。



实际上，那些销售精英们从某种意义上来说也是心理专家，因为他们能将心理学知识巧妙运用到推销之中，能在客户的一举一动中看出客户的真实想法，了解客户的购买特点，知道客户想买什么样的产品，知道客户有什么需求。那么，你是否希望自己也成为能掌握客户心理的销售精英呢？你是否也希望能找到一条“快速通道”，以便能以最便捷的方式掌握销售秘诀呢？

本书正是从实用性出发，针对销售工作中最常见的问题，结合案例，从心理学的角度给予分析，并将一些心理学技巧全方位、巧妙地运用到了销售过程中。本书内容包括两大方面：销售员心理修炼和如何把握客户心理，为刚刚进入销售行业和正在从事销售工作的朋友提供了切实可行的指导方法，实用性强，随学随用。阅读本书，你可以更好地进行销售工作、提高销售业绩，继而在现有岗位或未来的岗位上做出一番成就。

编著者

2016年3月





上篇 销售员心理修炼，让自己成为一个有“心”人

第01章	了解自己：打开销售冠军大门的心灵密码	2
	接纳并积极定位自己	3
	你也想成为最伟大的推销员吗	5
	良好的自我期望助你成为优秀的销售员	8
	强烈的“我可以”的信念，你有吗	10
	销售工作并非低人一等	13
	自信开口，敢说敢卖才能做好销售	15
第02章	锻造信念：唯有热爱让自己业绩提升	18
	热爱是做好销售工作的前提	19
	热情能帮你拿到订单	21
	找到销售中建立自信心的方法	23
	对产品有信心，表达才更令人信服	26
	即使被拒绝，也要重燃激情	29
第03章	心态积极：每一个订单都需要不断努力	32
	不要因为别人的打击而颓丧	33



积极乐观的销售员才有感染力	35
时刻微笑,让客户愿意亲近你	37
始终精神饱满,热情展现	40
如何消除销售中的不良情绪	43
销售切忌烦躁不安、急于求成	45



第04章

排解压力:扫清销售中的心理障碍	48
你可以让销售工作有趣些	49
用你的耐心去融化客户的抱怨	51
放下面子,太爱面子有碍销售	54
控制情绪,绝不与客户争执	57
学会享受忙里偷闲的乐趣	59
劳逸结合,千万不要透支生命	61



第05章

克服恐惧:销售员就要敢说敢做敢直面拒绝	65
别让恐惧使你语无伦次	66
随时做好被拒绝的心理准备和应对措施	68
寻找新客户,让老客户为你牵线搭桥	70
练习当众说话,能助你逐渐消除恐惧	73



第06章

责任在心:销售员有担当才能有业绩	76
对产品了如指掌是对客户的负责	77
做客户的知己,忧客户之所忧	79
平和地对待客户,让客户满意	82
售前售后都要对客户尽职尽责	85
励志做一个尽职尽责的销售员	87



第07章	正视挫折：每一次失利都是鼓励	91
	别颓废，销售就是要愈挫愈勇	92
	让绊脚石变成磨刀石	94
	销售中的挫折亦能带给你经验	96
	要坚信，方法总比困难多	98
	别放弃，没有拒绝就没有销售	101
第08章	奋力进取：具有强烈的成功欲望	104
	欲望是业绩不断提升的动力	105
	与优秀者为伍，会有利于你的进步	107
	不断奋进，提升你的目标	110
	作好评价和总结，提升销售能力	112
	每天进步一点点，离成功近一点	115
第09章	心理激励：消除销售中的不良心理	118
	不卑不亢，平等地与客户沟通	119
	用心解读产品才能说服客户	120
	诚信第一，千万不可做“一锤子买卖”	122
	报喜亦报忧，告诉客户产品的真实情况	125
	别诋毁竞争对手的产品	127
第10章	技巧修炼：销售成功不可或缺的综合素质	131
	立即执行，要有高效的执行力	132
	储备朋友，良好的人际关系助你成功	134
	幽默开口，总能打开客户的心灵之门	136
	察言观色，要有明察秋毫的洞察力	138



利用各种渠道，深挖潜在客户 141

下篇 把握客户心理，应用策略快速成交



第11章	洞悉顾客的购买心理：销售就是一场心理暗战	146
	顾客的需求是你的使命	147
	感性销售，让客户心甘情愿掏钱购买	149
	顾客排斥推销员是因为害怕上当受骗	152
	客户都希望购买物美价廉的产品	154
	销售的最高境界是客户需要你	157
	双赢让买卖双方交易中都获利	159



第12章	激发客户的购买欲：把握客户真实的内心诉求	163
	嫌货才是买货人	164
	让客户看到产品的销售量和畅销程度	166
	对比法让客户看到产品的优势	169
	为客户制造一种产品短缺的假象	171
	对症下药，掌握应付不同消费群体的销售策略	174



第13章	打开客户的“心锁”：你不可不知的心理定律	177
	250定律：把自己看作商品推销出去	178
	二选一定律：能将主动权始终把握在自己手中	180
	奥美定律：一百分的服务带来一百分的业绩	183
	伯内特定律：让你的产品占领客户的大脑	186
	欲扬先抑定律：先晾出产品的“不足”，更易获得信任	188



	第14章	缩短心理距离：销售中的客户心理效应	191
		开场白效应：一开始就赢得好感	192
		亲和力效应：亲和力让你拉近与客户的距离	195
		聆听效应：有时听比说重要	197
		权威效应：让客户深信不疑	200
		借势效应：他人的一句话胜于你的十句话	202
	第15章	发现心理突破点：抓住“上帝”那根“软肋”	205
		犹豫不决型客户：给出建议促进成交	206
		销售型客户：说话销售痕迹不能太重	208
		沉默型客户：如何打开他的口	211
		羡慕虚荣型客户：多给他灌点蜜语甜汤	214
		对于不同年龄段的客户如何劝购	216
	第16章	牵引客户说“是”：认同感让你赢得客户的心	220
		让客户在一开始就说“是”	221
		利益引导法，让客户看到自己将获得的利益	223
		鼓励客户体验产品，促进成交	226
		将痛苦放大，告诉客户不购买将要遭受的痛苦	228
		巧妙引导，始终掌握销售的主动权	230
	第17章	销售话语打动人心：销售中的语言制胜妙招	234
		为了成交，也可以适度退让	235
		关键时刻可以帮客户作决定	237
		别在最后一刻失去客户	239
		真诚建议让客户成为你的死党	242



激将法让客户对你“俯首称臣” 244



第18章 感情投资引导客户：销售的高级策略是情感营销 248

真诚的赞美为你赢得客户的好感 249

亲情式服务让客户喜欢上你 251

总是站在客户的角度推销产品 254

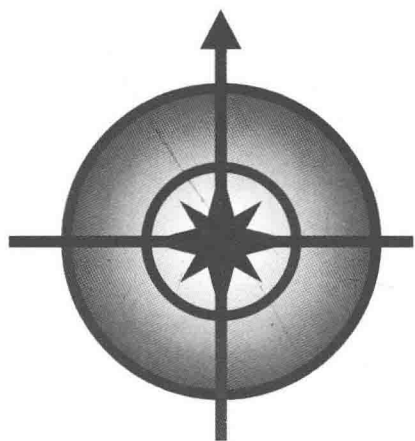
谈谈自己的经历，拉近与客户之间的距离 256

以情动人，随时出现在客户“需要”的地方 258



参考文献 262

上篇 销售员心理修炼，让自己成为一个有“心”人



第01章

了解自己：打开销售冠军大门的心灵密码

作为一名销售人员，每个人都希望自己拥有良好的销售业绩，希望自己成为独当一面的销售高手。然而，在销售过程中，有一些销售新人虽然敢于迈出推销生涯的第一步，但直接面对客户进行交流时，就会坐立不安、语无伦次，致使沟通进行不畅。为什么平时谈笑风生的销售人员，一旦与客户交谈起来，却变成了这个模样呢？这其实是缺乏自信的表现。与其他职业相比，销售人员就更需要有足够的自信。因为，客户一旦发现你信心不足，则对你的商品就更不会有什么好感了。



接纳并积极地位自己

有人说，作为一名销售员，他有两大敌人：看得见的敌人——竞争对手；看不见的敌人——自己。无法以正确的心态接纳、认可并积极地位自己，这就是那个看不见的敌人在作怪。要想战胜这个看不见的敌人，就一定要自信，要经常鼓励自己。

作为一名销售员，要想赢得客户好感，要想取得良好业绩，首先就要认同自己，并给自己以积极的定位，或许，这并不能为你带来直接的业绩，但是从你内心散发出来的自信一定能感染你的客户。一个自信十足、积极乐观、热情洋溢的销售员与一个内心自卑、消极悲观的销售员哪一个更能吸引客户呢？当然是前者。你想有谁会愿意向那些连自己都不相信的人购买产品呢。

自信是积极沟通的首要因素，如果销售人员在讲话之前先怯场，对自己说的话都没有把握，别人怎么会相信你呢？

心理情境

有一个刚从学校毕业的年轻人，不成熟而且缺乏信心，在实习后，他依然信心不足。不过，他的经理却告诉他：“我相信你能行”，并说了很多鼓励的话。

一天，经理开始给他布置任务了：在他们公司对面住着一个老大爷，经理希望他能去推销产品。从表面上看，那个老大爷是一个孤寡老人，实际上，他是三个大型工厂的董事长。经理告诉他：“我的一个朋友的父亲和这位老人是朋友，我从他那里得知，这个老人脾气很坏，而且是个厚脸皮、令人讨厌、爱吵嘴而且满口粗话的人。你如果去见他，他肯定不会和你和颜悦色地说话，但你也别害怕，只要你默不作声，然后坚持你的立场，是能成功的。因为每次最终他都会购买我们的产品。去吧，年轻人。”

于是这位年轻人敲开了这位老人的门。可是当他说明来意后，老人



暴跳如雷，然后绝口不提购买产品的事，只是问他一些无聊的话题，诸如他多大了，喜欢吃什么之类。年轻人也觉得无聊，但是他想起了经理的话——这老人最后肯定购买。于是，他继续耐心地等着。最后，老人终于唠叨完了，纵然他没有讲上一句话。最后，他说：“是的，先生，我明白了。那么，这是本市最好的机械制造的商谈说明，这样的商谈说明，当然是您想要得到的东西。”这样的进攻和防御大约持续了半个小时。半小时后，那个年轻的销售员终于得到了老头手下的三个大型企业的机械购买订单。

回到公司以后，总经理对他进行了一番出乎他意料的嘉奖：“你是我们这里最出色的销售员，你知道吗，你攻下了我们这里十五年来最难攻的堡垒……要知道，15年来，他从来没从我们这买过任何一件东西。”年轻人听完，诧异得很。

★ 情境分析

这位所谓的“新手”为什么能成功呢？毫无疑问，是老板的话使他充满了信心，坚定了立场。如果销售人员对自己没有信心，那么就不会有人对你有信心。当然自信不是自傲。自信是人与人之间积极交流与沟通的重要因素，没有人愿意与一个畏首畏尾的人交谈。

那么，销售员该怎样接纳自我并积极地定位自我以获得自信呢？

1. 了解自己不自信的原因

有一些人，对销售行业存在一些误解，如果销售员很在乎周围人的看法和眼光，便不能正视自己的工作、自己的产品，在与客户接触的过程中，一来他们放不下架子，把保住自己的脸面看的最大，导致客户不愿意和销售员深入的沟通；二来，销售员因为自卑心作祟，在与客户交谈时挺不起腰杆，很难了解到客户的真实需求，所以销售成功率自然极低。

要解决这一难题，销售员必须知道，荣誉和脸面是自己挣来的，而不是别人所给的，作为一名销售人员，销售业绩是你的荣誉和脸面，也是你能力的最好证明。你更要记住的是，在一个陌生客户面前，你唯一需要做的就是让对方接受你，接受你的产品，如果你做不到这点，那么，是没有任何荣誉可言的。



2. 销售前做足准备

销售员的自信从何处来呢？自信来自于充分的准备工作，只有熟识自己的行业，熟悉自己的产品、公司，才能做到有备无患。

3. 勇敢是第一位的

任何人都害怕失败，销售员最怕的是被客户拒绝，但如果你因为害怕失败而不敢走出第一步，那么，你就永远失败了。其实，即使暂时被拒绝，依然有回转的余地。没有永远的拒绝，只是客户暂时还没有接受。

总之，销售员要记住，全力以赴地去做销售，就一定能达到目标，要有任何疑问也要完成任务的勇气。唯有如此，你才会想尽一切办法与客户接触，用口才说服客户购买自己的商品。

你也想成为最伟大的推销员吗

在销售行业，乔·吉拉德是个人人知晓的名字，他被吉尼斯世界纪录称为世界上最伟大的推销员。

心理情境

乔·吉拉德1929年出生于美国一个贫民窟，他从懂事时起就开始擦皮鞋、做报童，后来又做过洗碗工、送货员、电炉装配工和住宅建筑承包商等。35岁以前，他可以算是个全盘的失败者，患有严重的口吃，换过40个工作仍然一事无成，负债累累，朋友也都弃他而去。

“我遭遇过一次人生的低谷——我的事业在一夜之间垮了，我又变得一无所有，负债达6万美元之多，法院传了一份令状，要没收我的家当，银行要拿走我的车子。更糟的是，家里连一点吃的都没有，两个年幼的孩子——小乔和格雷丝整日饿得嗷嗷叫。这样的情景仿佛是一场噩梦。”吉拉德曾经这样叙述自己的遭遇，但他也说：“没关系，笑到最后才算笑得最好。我望着一座高山说：我一定会卷土重来。我紧盯的是山巅，旁边这么多的小山包，我一眼都不会看。”3年以后，他成了全世界最伟大的销售



员。“因为我相信我能做到。”他说。

“‘信心产生信心’，我再次确认这句话对我产生的力量。一年内，我的汽车销售业绩达到了1425辆，我终于从失败转而成为世界上最伟大的汽车推销员。”

★ 情境分析

乔就是这样一个传奇式的人物，他从一个身负重债、走投无路的人，竟然在短短的三年间就成为一个世界顶级销售员，而且，他至今还保持着销售昂贵商品的空前纪录——平均每天卖6辆汽车；最多一天销售18辆车；一个月最多销售174辆车；一年最多销售1425辆车；在15年的销售生涯中总共销售了13001辆车。

是什么让乔·吉拉德走向了销售的顶尖位置？是自信！推销需要自信！就是要有成为“全世界最伟大的推销员”的自信。销售人员要想成功敲开客户的心门，说服他们，赢得他们的信任和欣赏，就必须坚信自己的能力，然后从容不迫地与他们侃侃而谈。如果销售人员缺乏自信，害怕与客户打交道，那么最终就是一事无成。

然而，现实推销中，很多销售人员都做不到这一点，一旦客户提出“不需要”或者“价格太贵”等问题时，他们便断言：要做成这笔买卖是不可能的。实际上，世界上没有什么不可能的事。在那些成功的销售员的字典里面，根本没有“不可能”三个字。只要你有信心坚持下去，就有成功的可能。

下面，我们来探寻一下，乔·吉拉德是怎样获得自信的：

每次有人路过乔·吉拉德的办公室，乔·吉拉德的内心都在吼叫：“进来吧！我一定会让你买我的车。因为每一分一秒的时间都是我的花费，我不会让你走的。”

“你认为自己行就一定行，每天要不断向自己重复。”

乔·吉拉德说过，“在我的生活中，从来没有‘不’，你也不应该有。我不会把时间白白送给别人的。所以，要相信自己，一定会卖出去，一定能做到。”