

读懂客户， 搞定订单，

读懂顾客心理，
把产品卖给任何人

绝对成交
实战销售
培训读本

郑竞一◎著

如何让客户与你开心交流？
如何让客户爽快约见你？
如何排除客户的一切异议？
如何精准快速地实现成交？

SPM

南方出版传媒
广东经济出版社



读懂客户， 搞定订单，

读懂顾客心理，
把产品卖给任何人

郑竞一◎著

SPM 南方出版传媒 广东经济出版社

· 广 州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

读懂客户, 搞定订单/ 郑竞一著. —广州: 广东经济出版社,
2016. 2

ISBN 978 - 7 - 5454 - 4372 - 1

I. ①读… II. ①郑… 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 309863 号

出 版 人: 姚丹林

责任编辑: 甘雪峰

责任技编: 许伟斌

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11 ~ 12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	东莞市翔盈印务有限公司 (东莞市东城区莞龙路柏洲边路段)
开本	730 毫米 × 1020 毫米 1/16
印张	13.75 1 插页
字数	170 000 字
版次	2016 年 2 月第 1 版
印次	2016 年 2 月第 1 次
印数	1 ~ 5 000 册
书号	ISBN 978 - 7 - 5454 - 4372 - 1
定价	32.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 37601950 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601950 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •

前言

销售是一个伟大的职业，有统计显示，世界上超过 90% 的富豪都是由销售起步的。其实，销售不但是职业，同时也是事业；是一门学问，也是一门艺术。只有认真钻研它的人，才能真正掌握其中的奥妙。

做销售，难免要遭人冷眼，吃闭门羹。刚开始做销售的人，一定会觉得这是一份又苦又累，要看人脸色，还没有尊严的工作。但是，就像所有的初学者一样，刚做销售的人并不能真正理解销售工作，所做出的评价也不正确。

如果你做不好销售，不是因为你遇到的人不对，而是因为你自己的技术不过关。那么，怎样才能做好销售，拿下订单呢？答案就是：读懂客户！做销售就是和人打交道，所以只有读懂了客户，你才能知道怎样做，你才能搞定订单。

销售失败的原因有成千上万种，但这些原因都可以归结为你不懂客户。

从客户的外貌上，你能看出他的性格是什么吗？你要利用客户喜欢的东西来激发他们的兴趣，但是，客户喜欢什么？从客户的行为细节上



你读到了哪些信息？而你又应该注意什么细节才能让客户满意？客户脸上的表情说明了他正处在怎样的情绪中？心理有了什么变化？客户都有哪些心理上的消费壁垒？要通过客户的心理软肋刺激他们购买，可是，客户的心理软肋是什么？客户挑三拣四，嫌弃你的货物，是真的不想买吗？客户有什么表现的时候，就说明是时候一锤定音，拿下订单了？

如果客户的这些心理你都不懂，你还谈什么搞定订单？

做销售，不是整天背那些产品数据，也不是火急火燎地跑业务，这些都不是最重要的，最重要的是读懂你的客户。如果你愿意多学点心理方面的知识，多把精力投入到销售过程中的细节里，多了解你的客户，那么恭喜你，你做对了。这绝不是浪费时间，任何一个有头脑的人，一个想把销售工作做好的人，都会明白这一点。

“工欲善其事，必先利其器。”而销售人员最重要的利器，就是对客户的了解。对客户了解得多，读懂了客户，你就能对症下药，结果就是药到病除，迅速搞定订单。如果你不屑于把时间花费在揣摩客户心理，关注细节上，那就只能是每一服药都不对症，你只有干着急。

很高兴地告诉你，本书正是讲述了做好销售工作最重要的知识——如何读懂客户，搞定订单。书中用简明的事例，透彻的讲解，将上面所提到的，你无法读懂的问题全都解决掉。相信读过本书之后，你就可以通过客户外在行为和语言细节上表现出来的内容，直抵他们心灵，读懂他们内心的想法，然后用最有效的方式，搞定你的订单。

目录

第一章 破译顾客下单玄机，步步为营才能搞定订单 1

注视：没有关注就没有成交 // 2

兴趣：把客户目光留住，挖掘出其购买兴趣 // 5

联想：激发客户的购买欲望 // 9

欲望：通过体验式营销，让客户找到购买后的感觉 // 12

比较：通过比较提升客户满意度 // 16

信赖：取得客户信赖，其才会做出购买行动 // 20

购买：精准把握购买时机，一举拿下订单 // 24

第二章 了解顾客关注的细节，是打造金牌销售的基石 ... 27

预约：给顾客想要的预约方式 // 28

礼仪：注重礼仪是赢得客户认可的关键 // 32

产品：对产品的了解程度决定赢得订单的概率 // 36

服务：给客户完美的服务是签单的前提 // 39

环境：让顾客感受到一种“家”的感觉 // 43



销售工具：准备好道具，才能做到有备无患 // 47

第三章 由表及里巧评估，透过外表看虚实 51

判断客户类型可以从“以貌取人”入手 // 52

客户的购买力可以通过外表体现 // 55

用心观察，找出客户的需求特点 // 59

从外表看客户的性格特征与购买模式 // 63

让客户的头发成为你销售的指南 // 66

脸型也可以“出卖”客户的脾性 // 70

第四章 顾客的面部表情是销售成功的晴雨表 75

客户的笑之语大有含义 // 76

客户的心理变化在眉宇之间有直观的体现 // 80

眼睛就是顾客内心的窗户 // 83

客户鼻子上的信息 // 87

客户的真实心理可以从头部动作窥探 // 91

客户心理就在嘴部表情上 // 94

第五章 以行定心，客户的一举一动都是关键信号 97

从走步站姿了解客户性格 // 98

客户的坐姿蕴藏着很多秘密 // 102

交谈时身体前倾的客户，颇具购买的诚意 // 106

空间距离代表客户的心理距离 // 109

主动与你握手的客户就是准客户 // 113

第六章 熟知顾客消费心理，打破成交壁垒 117

警戒心理：大多数顾客都对销售员有警戒心理 // 118

实惠心理：顾客最喜欢物美价廉的产品 // 122

虚荣心理：顾客都喜欢享受 VIP 待遇 // 126

效率心理：时间有限，快速成交也是卖点 // 129

求异心理：顾客都喜欢与众不同 // 132

逆反心理：你不卖，我偏要买 // 135

安全心理：使用和体验能让顾客第一时间下单 // 139

第七章 找准顾客的心理软肋，让其无法拒绝 143

抓住客户的好奇心，销售就成功了一半 // 144

免费午餐能让顾客在负疚感中自愿下单 // 148

节俭型客户要突出你的价格优势 // 151

干练型客户最讨厌销售员拖泥带水 // 155

用恭维拿下炫耀型客户 // 159

用真诚的建议打动犹豫不决的客户 // 163

标新立异的客户都喜欢有个性的产品 // 166

第八章 嫌货才是买货人，从拒绝中发现成交契机 169

客户的异议是成交的信号灯 // 170

在拒绝中发掘客户的真实需求 // 173

去伪存真，过滤“杂质”听出客户的真实心声 // 176

客户的哪些异议需要忽视 // 179

如何处理客户在价格方面的异议 // 182



客户对产品有过不良消费体验如何处理 // 185

第九章 解读顾客成交信号，秒杀订单 189

顾客对产品提出质疑 // 190

顾客表情由冷淡、拒绝变为热情亲切 // 194

顾客肯定或称赞产品 // 198

顾客向销售员询问产品的具体情况 // 202

顾客委婉地探究产品的最低价格 // 206

顾客向销售员介绍自己的“老板” // 210



第一章

破译顾客下单玄机， 步步为营才能搞定订单

销售的过程需要销售人员与顾客进行互动，因此，销售过程与双方的关系，绝非一成不变的。顾客的消费心理会在与销售人员交流的过程中发生改变，只有销售人员能针对他们的需求，破译出他们的下单玄机，并使用恰当的方法来激发他们的购买欲，才能搞定订单，实现成交。

注视：没有关注就没有成交

郑钧是一个食品公司的销售员。有一次，郑钧找了一个顾客较少的时间段，来到一家小商店里。然后他就开始一个挨一个地看货架上的商品，但是找了半天，却一样也没有拿。

店老板看他找了这么久，却什么也不买，便走过去问：“您好，您是要买什么东西呢？如果找不到的话，我可以帮您。”

“没事，我就是找找看，好像您这里没有某某品牌的面包。”郑钧回答说。

店老板说：“这个品牌的面包很好吃吗，我怎么没听说过，我这里没有，不过你可以选择其他品牌的嘛，你看这些都很好吃的。”说着，他指了指货架上的那些面包。

郑钧说：“最近某某品牌的面包在市场上的销售情况非常好，很多超市、便利店、小卖部都纷纷进货，消费者在购买面包时也是首选这种品牌的，怎么你这里没有啊？”

店老板说：“是吗？看来我没有跟上市场的节奏啊，你说的这种面包真那么好吃吗？”

“当然了，它吃起来又松又软，口感上佳啊！我可以向您保证。”郑钧十分认真地说。

店老板想了想，说：“看来我也要赶紧进一批才行。”

郑钧听他这么说，连忙说：“其实我就是生产这个面包的食品公司的销售员，来看看有哪些店里还没有我们的产品，您想要进多少货，告诉我就可以了。”

郑钧先是用区别于一般消费者的行为及话语，引起了店老板的注意，进而和店老板攀谈起来，最终成功取得了这家商店的订单。

经典实例解读

郑钧非常聪明，他采用了与众不同的方式，成功引起了店老板的关注，接着又以推荐商品的方式，打破了双方心理上的距离。然后，通过轻松的谈话，郑钧就拿下了对方的订单，使交易达成了。正因为郑钧有效地引起了对方的关注，才能既不使对方觉得突兀，又能成功达到销售的目的。

拿单要点解析

销售人员和客户谈话的目的很简单，就是要把自己的东西卖出去，完成销售任务。要想达到这个目的，首先就得把客户的注意力吸引过来，让他们关注你的东西。无论一个销售人员口才多好，如果他不能成功吸引客户的注意力，所有的努力都将白费。要想自己的产品得到客户的关注，销售员应该从下面的几个方面去做：

1. 抓住客户感兴趣的事

销售人员要将客户的注意力吸引到商品上去，从而令客户产生购买的想法，在这个过程中，能做到自然而然是最好的。要产生自然而然的

效果，就要先从客户感兴趣的事情上入手，然后再过渡到商品上。

例如，你是一个箱包销售员，顾客领着自己的孩子来买拉杆箱。通过对话，你得知顾客的孩子刚刚考上了某名牌大学，就不妨以此为话题，先夸奖一下顾客的孩子学习成绩好、有出息，让顾客和你在情感达成一致。接着，你再把话题转到拉杆箱上来，告诉顾客什么样的拉杆箱最适合他的孩子使用。这样做，交易成功的机会就大得多。

2. 从客户的对手那里寻找突破

人们都希望自己能够战胜对手，这是人之常情，所以，假如销售人员与客户谈及他的竞争对手，客户就会下意识地紧张起来。客户一紧张，注意力自然就集中了，你就成功取得了他的关注。然后，你再用自己的商品来安慰他，告诉他只要能够和你达成交易，你的商品就会在他战胜对手的过程中起到积极的作用。这样一来，成交就不难了。

3. 利用时效信息引起关注

通常情况下，人们对具有时效性的东西会很敏感，所以在听到时效信息的时候会产生紧迫的感觉，注意力也就会集中起来。比如，销售人员可以在向客户介绍产品时，说一下近期有什么活动，然后告诉客户活动的截止时间，这样就能得到客户的关注。

拿单秘诀

销售人员如果能在销售的过程中不断用话语来使自己的产品得到客户的关注，那就可以在非常投契的谈话中，令客户逐渐提升他们的购买欲，最终达到成交的目的。客户的关注对于他们是否想要购买有很大的关系，所以，怎样在最短的时间里取得客户的关注，在销售过程中是十分重要的。



兴趣：把客户目光留住， 挖掘出其购买兴趣

小周开了一家面馆，主要经营的是鸡汁面。做鸡汁面最重要的就是鸡汁，所以小周每天都要准备十几只鸡，早早就开始熬制，一直熬上3个多小时。等熬好了汤汁，还要把鸡肉与鸡骨头取出，切成细小的鸡块，这才算是将汤料准备完毕。因为制作非常精细，所以尽管小周的鸡汁面卖得比较贵，但还是有很多人愿意来吃。

旁边的几家餐馆见小周的面馆生意这么好，也都纷纷效仿他，推出了鸡汁面。这样一来，原本到小周家吃鸡汁面的人，就有不少流入到别的餐馆里了。小周对附近各家餐馆都调查了一下，发现这些餐馆做鸡汁面的汤料全都是从市场上买来的便宜货，尽是些没有多少鸡肉的鸡架和一些鸡肉加工企业剩下来的东西。有的餐馆直接用猪腔骨的肉和鸡肉掺在一起，放上些鸡精，就充当鸡肉了。

这些餐馆虽然在制作鸡汁面时偷工减料，做出来的面味道也和正宗的鸡汁面有差别，但通常都加上不少辣椒，搞得口味很重，一般情况下顾客感觉不出来。制作上偷工减料，所以价格就比小周的鸡汁面便宜，有不少顾客就被低价吸引，去吃这些餐馆的鸡汁面了。

小周的面馆是新开张的，原本还能凭借自己的特色招徕顾客，

现在特色也被别人抄袭了，所以是优势尽失。小周想来想去，知道只有想办法留住客户的目光，挖出他们的购买兴趣，才能使他们来自己店里吃面。

于是，小周把熬鸡汁的锅摆到了门口，就在外面熬制鸡汁。人们路过这里的时候，纷纷投来好奇的目光，看着锅里咕嘟咕嘟冒泡，闻着鸡汁的香味，都被勾起了兴趣，要进来吃上一碗鸡汁面。

就这样，小周建立了自己面馆最具特色的优势，留住了顾客的目光，挖掘出他们的兴趣，终于成功把顾客吸引回来。

经典实例解读

小周的面馆是新开的，所以当附近的餐馆也有了鸡汁面，并且在价格上更便宜时，小周就没有任何优势了。小周通过展示自己鸡汁汤料制作过程、独特的制汤手法将客户的眼光留住，把他们的购买兴趣挖掘了出来。正因为他懂得把客户的眼光留住，挖掘客户的兴趣，这才赢得了顾客，重新占领了市场。

拿单要点解析

销售人员无论做什么事情，都是以达成交易为目的的，要想让顾客愿意为你的产品买单，就得挖掘出他们购买的兴趣，而要做到这一点，销售人员就必须先想办法把顾客的目光留住。无论你卖的产品有多好，如果无法吸引住顾客的目光，引起他们的购买兴趣，也只能眼看着他们

购买别人的产品。若要留住顾客的目光，挖掘出他们的购买兴趣，销售人员可以使用以下几个方法：

1. 用视觉上的冲击引起兴趣

视觉上的冲击力在销售时非常有用，所以销售人员可以用视觉效果来赢得客户的眼光，进而激发他们购买的兴趣。视觉冲击比其他形式的冲击更有力度也更直接，客户一眼就能看出你所表达的是什么意思。但如果是用其他方式，例如通过话语来吸引客户，客户还需要听一会儿才能明白，甚至听了半天都没有搞懂。

所以，你可以像例子中的小周那样，把产品的优势直接展现在客户们的眼前，让他们看得见，感受得到。你也可以用大幅的海报来凸显产品的优点，在海报中重点展示产品最核心的优势，让人一目了然，这样既有冲击力，又能引起人们的兴趣。

2. 用问题使客户产生兴趣

人的注意力都有一定的限度，客户不可能对你的产品时刻保持兴趣，所以你就得利用一些问题来引起他们的注意。从销售人员一开始向客户介绍产品时起，客户就一直处在被动接受你所提供的信息的状态下。这样一来，客户很快就不愿意听下去了。因此，销售人员要多提问，通过关系到客户本身的问题，使他们产生兴趣。比如可以说：“陈先生，刚刚我对您的电脑检查了一下，发现您的系统存在很多问题。”客户马上就会参与进来：“有什么问题？”

3. 充分利用人们的从众心理

有的人对比较陌生的东西接受起来会非常谨慎，这时候销售人员就要通过介绍让客户明白，你的产品是受到很多人喜欢的，是大众化的产品。比如，销售人员可以说：“孙先生，这款产品可以在您的工作中起

到很好的作用，关于这一点，您完全不必怀疑，您的朋友张总和刘总也都在用它。”孙先生听了这样的话，马上对这款产品产生了兴趣。

▲ 拿单秘诀 ▲

客户对产品有没有兴趣，是他们能否决定购买产品的关键，因此，销售人员要想办法将客户的目光留住，挖出他们的购买兴趣，这样才能顺利完成交易。要想引起客户的兴趣，首先在产品的宣传上要有冲击力，比如用画面来代替语言，用贴近客户身边的工作和生活的事情来引起客户的兴趣等。