

销售就是察言，观色，攻心

销售

要懂心理学

了解心理学，洞察客户的心理。
学习心理学，提升销售的技巧。
掌握心理学，赢得客户的青睐。
善用心理学，增加成功的筹码。

心理大讲堂

姚会民 编著

天津科学技术出版社

XIAOSHOU
YAODONG XINLIXUE

销售

要懂心理学

姚会民◎编著

天津科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

销售要懂心理学 / 姚会民编著. — 天津: 天津科学技术出版社, 2008.6

ISBN 978-7-5308-4536-3

I. 销... II. 姚... III. 销售—商业心理学 IV. F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 052554 号

责任编辑: 杨庆华

责任印制: 王 莹

天津科学技术出版社出版

出版人: 胡振泰

天津市西康路 35 号 邮编 300051

电话 (022) 23332398 23332393

网址: www.tjkjcs.com.cn

新华书店经销

北京市密东印刷有限公司印刷

开本 710 × 1000 1/16 印张 17.5 字数 258 000

2008 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

定价: 29.00 元

前言

PREFACE

心通销路通，有心才会有销量

——心理学帮你成为顶尖销售员

销售活动是由销售员和客户共同参与的活动，双方都是最重要的角色，缺一不可。销售是面向客户进行的，客户是销售员最直接的服务对象。如果没有客户，销售员的工作则会无从做起，而如果没有销售员，也就没有销售活动的存在。

销售员销售商品既是为了从工作中获得利益，实现自身的价值，也是为客户、为社会提供服务。而客户之所以购买商品，除了满足其基本生活所需之外，更是对自己心理需求的满足。不管是买还是卖，销售员和客户在整个的买卖过程中都会产生各种心理活动和心理变化，有着各自的动机和想法。因此，懂得心理学才会使销售工作更加顺利地进行。

在消费中，客户有着复杂的心理，很多的因素会促使客户购买，也有很多因素会导致客户放弃购买，而心理因素对客户的决策的影响是巨大而深远的。销售员要想把自己的商品销售出去，就必须了解客户的心理，知道了客户真正想要的是是什么，有哪些不利因素影响了客户的心情，从而采取有效的措施，激发促使客户购买的积极因素，消除阻碍客户购买的消极因素，让客户愉快地、满意地购买到自己喜欢的商品，才能够赢得客户的心，从而使自己受到欢迎和青睐，也给自己带来巨大的利益。销售是从了解客户的心理开始的，想要成为一名优秀的销售员，首先要学会全面地了解客户的心理。

作为一名销售员，除了具有高超的专业知识水平和扎实的销售基本功之外，更重要的是要善于进行自我的心理修炼。销售是一项极具挑战性的工作，是对销售员的心理素质的全面考验。如果没有较高的心理素质，销售员很容易在严峻的考验中败下阵来，最终走向失败。销售员不仅要正确地看待自己的职业，树立自信，为自己的工作感到骄傲，还应该管理好自己的情绪，避免冲动和浮躁，保持持久的工作热情。此外，销售员还要经常进行心理调整，发现自己在工作中的心理问题，及时地进行纠正和调节，努力让自己做到最好，成为最优秀的销售员。

销售工作是销售员与客户之间心与心的较量。销售员不仅要洞察客户的心理，了解客户的愿望，还要掌握灵活的心理应对方式，以达到推销的目的。如何才能打开客户的心门，不是仅靠销售员几句简单的陈述就能够实现的。客户有着自己的想法和决定，销售员必须在尊重客户心理的前提下，采取灵活的销售策略，用自己的真心、诚心、耐心、爱心来捕获客户的心，控制客户的情绪，化解客户的抵触，让客户的心变得畅通，交易自然就会达成。

销售员不仅要疏通客户的心，还要坚定自己的心。毕竟销售工作不好做。销售中会遇到各种各样难以处理的难题，会遭遇到很多意想不到的挫折和打击，会面对来自各方面的心理压力，以至于影响自己的正常情绪和身心健康，所以，销售员要学会抵御和化解销售中的各种心理压力，从而正确地面对压力，乐观地看待挫折和失败，树立正确的心态，并积极地对压力进行疏导和管理。

要想提高销售业绩，销售员就要善于在销售中运用心理学，了解客户的心理，扫描自己的心理；疏通客户的心，呵护自己的心，这样就会带着快乐而自信的心情去工作，并获得出色的成绩，成为最优秀的销售员。

目 录

CONTENTS

第一篇

客户永远是主角

——销售从全面了解客户的心理开始

第一章 学会了解客户心理 2

- 一、了解客户的心理特征 2
- 二、了解客户消费心理的类型 4
- 三、了解客户消费心理的外部表现 7

第二章 客户真正需要的不只是商品 ——洞察客户的心理需要 10

- 一、人人渴望被重视 10
- 二、客户的参与心理 13
- 三、占便宜的心理谁都有 15
- 四、随波逐流的从众心理 18
- 五、你不卖他偏要的逆反心理 21

六、害怕买不到的心理	23
七、喜欢被恭维的心理	25
八、只关心自己的心理	28

第三章 是什么扰乱了客户的心智 ——影响客户购买心理的因素 31

一、社会阶层对客户心理的影响	31
二、家庭角色对客户心理的影响	33
三、生活方式对客户心理的影响	35
四、参照群体对客户心理的影响	37
五、消费时尚对客户心理的影响	39

第四章 寻找客户心理的突破口 ——掌握各类客户的心理弱点 42

一、随和型的客户怕压力	42
二、独断专行的客户注重自我	44
三、虚荣的客户爱面子	46
四、精明的客户害怕真诚	48
五、外向的客户怕啰唆	50
六、内敛型的客户需要温柔对待	52
七、标新立异的客户爱独特	55
八、墨守成规的客户注重实用	57

九、炫耀型的客户喜欢被恭维	59
十、分析型的客户重细节	62

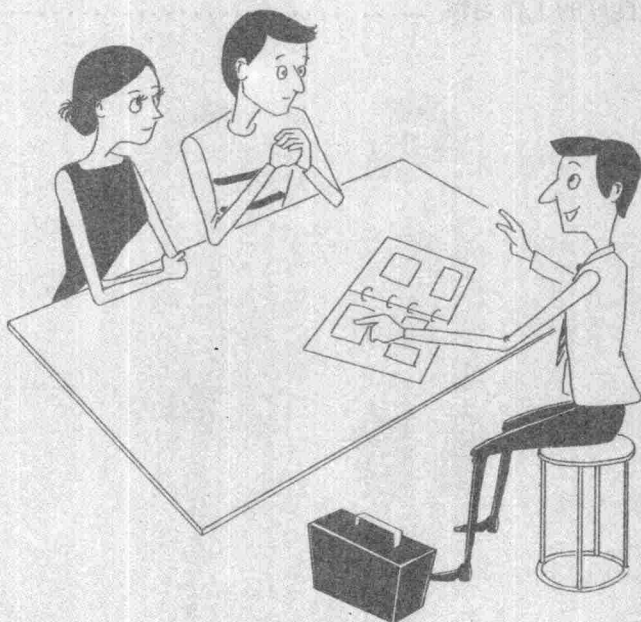
第五章

察言观色洞察人心

——从细节上把握客户的心理及其变化

65

一、由表及里，从外部表现洞察客户的基本状况	65
二、仔细观察，从肢体语言透析客户的心声	76
三、听话听音，竖起耳朵，听懂客户的心语	88
四、平中见奇，从日常生活习惯中解读客户的心理	101

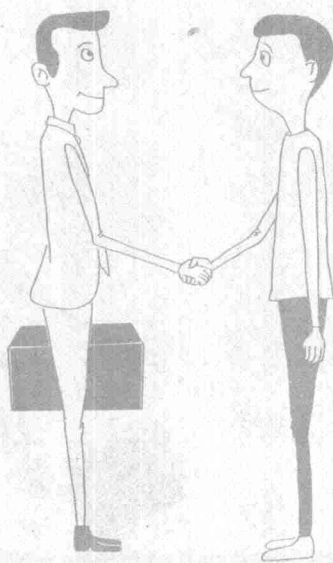


第二篇

努力做最好的销售员 ——销售员的自我心理修炼

第一章 摆正你的职业心态 114

- 一、为自己的工作感到骄傲 114
- 二、培养积极的心态 117
- 三、保持持久的激情 120
- 四、清除思想上的顾虑 123
- 五、养成良好的工作习惯 125



第二章 管理好你的情绪 129

- 一、鼓起勇气，战胜怯场 129
- 二、心急吃不了热豆腐 132
- 三、妄自菲薄是顽敌 134
- 四、盲目自大是莽撞 137
- 五、不对工作产生厌倦 139

第三章 进行积极的心理扫描 ——销售中最容易出现的心理问题 143

- 一、信心不足，缺乏动力 143
- 二、消极的心理，失败的人生 145
- 三、贪心不足蛇吞象 147
- 四、小偷懒大损失 150
- 五、不负责任的敷衍 152
- 六、半途而废无恒心 155
- 七、安于现状，不思进取 157

第四章 销售员的心理领悟 160

- 一、销售其实是在推销自己 160
- 二、没有热情就没有销售 162
- 三、只有自信才能被别人信任 165
- 四、永远要积极主动地出击 168
- 五、成功来自尝试 171

第三篇

销售要懂心理学

——销售是场“心”与“心”的较量

第一章 找到打开客户“心门”的钥匙 176

- 一、巧妙地预约客户是成功的开始 176
- 二、塑造打动人心的第一形象 179
- 三、让自己看起来很棒 183
- 四、真诚换取真诚 185
- 五、学会聆听客户陈述 188
- 六、说到客户心里去 191
- 七、让客户感到自己很重要 194

第二章 情感投资，捕获客户的心 197

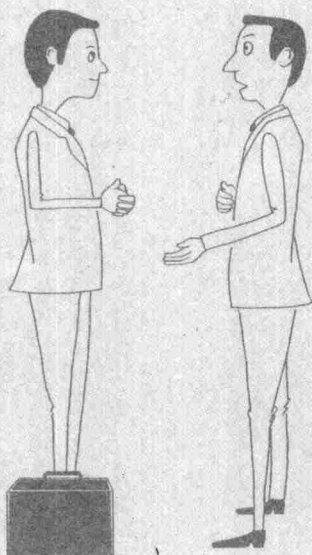
- 一、用微笑征服客户 197
- 二、迎合客户的兴趣 200
- 三、让客户多多参与 203
- 四、真诚地赞美和欣赏客户 205
- 五、把客户的姓名放在心中 208
- 六、给客户最有效的证明 211
- 七、像朋友一样同客户谈生意 213

第三章 掌控客户的情绪 217

- 一、引发客户的情感共鸣 217
- 二、积极回应客户的抱怨 220
- 三、适当地为客户着想 222
- 四、避免和客户发生争论 225
- 五、帮助客户消除顾虑 227

第四章 攻心为上，突破客户心理抗拒 231

- 一、提供客户真正想要的产品 231
- 二、促使客户早做决定 234
- 三、适当给客户一点“威胁” 237



四、让挑剔的客户满意而归	239
五、用真心堵住客户的借口	242
六、在谈判中“俘虏”客户	245

第五章 抵御销售中的心理压力 248

一、抛弃负面思考	248
二、消除对大人物的恐惧	251
三、视客户的拒绝为成交机会	253
四、学会一笑了之	255
五、保持一颗平常心	258
六、从挫折与低谷中振作	261

第一篇

客户永远是主角

——销售从全面了解客户的心理开始

销售活动是面向客户进行的，客户是销售员最直接的服务对象。如果没有客户，销售员的工作则无从做起，因此，客户是销售中最主要的角色。

客户之所以购买商品，除了满足其基本生活所需之外，更是对自己心理需求的满足。在消费中，客户有着各种各样的复杂心理，很多的因素会促使客户购买，也有很多的因素会导致客户放弃购买，其中心理因素对客户决策的影响是巨大而深远的。销售员要想把自己的商品销售出去，就必须了解客户的心理，当你知道了客户真正想要的是什么，有哪些不利因素影响了客户的心情，从而采取有效的措施，激发促使客户购买的积极因素，消除阻碍客户购买的消极因素，让客户愉快地、满意地购买到自己喜欢的商品，才能够赢得客户的心，使自己受到欢迎和青睐，也给自己带来巨大的利益。

销售从了解客户的心理开始，想要成为一名优秀的销售员，首先要学会全面地了解客户的心理。

第一章

【学会了解客户心理】

销售工作是面向客户推销产品和服务的过程，客户是整个销售活动的主角。作为销售员，除了基本的交际能力、推销技巧之外，更应该学会了解客户的心理，当一个销售员能够轻松准确地洞察和把握客户的心理时，就会使自己的销售技巧发挥出更大的效用，使销售工作能够更加顺利地开展，从而也给自己带来更好的效益。

学会了解客户的心理是每一个销售员的必修课。毕竟只有了解客户的心理，才能顺势而动，少走弯路，使“上帝”的心情更好一些，自己的工作也会更顺一些。

一、了解客户的心理特征

销售活动是销售员与客户双方参与的活动，而客户又是整个销售活动的主体，因此对于销售员来说，客户是自己的真正的“上帝”，是销售员的衣食父母。正是客户的购买，才使你能够从自己所从事的工作中获取生活所需。所以，对于销售员，客户永远是你最贵重的资产。那么如何才能发掘出这份资产，就需要销售员对客户有具体的了解，特别是对客户心理特征的了解和把握。这样才会帮助你做好销售的准备和应对，从而使你认准对象、选对策略，促进销售的成功。

销售是一个很复杂的过程，与此相对的，客户的购买也是一个复杂的心理过程。客户从对你的产品和服务有了初步的了解和认识，然后分析判断，到准备购买，再到实行购买行动，整个过程中，客户的心理活动是十分复杂的。作为销售员，必须要对客户具体的心理表现和心理变化做到很好的认识和把握，这样才能有心理准备，能够分清对象，有的放矢，果断地采取对策，使销售活动得以顺利开展。

一般地，客户作为消费者，其在准备购买和实行购买的过程中，具有如下心理特征。

1. 多样性

销售员所面对的客户是形形色色的，而不同的客户所表现出来的心理也是各不相同的，即使是购买同一款式的商品，或是享受同一类型的服务，由于客户的年龄、性格、习惯、文化程度和竞技水平等方面的差异，其表现出来的消费心理也是不同的，甚至两个客户的态度也会大相径庭，或者截然相反。客户的消费心理具有多样性，主要由于客户的心理需求层次高低有所差异造成的。例如，同样是购买生活用品，有的客户追求实用，既要物美又要价廉；有的客户注重品牌和档次，并不在乎价格的高低；有的客户喜欢流行时尚，注重新颖的款式；有的客户青睐古典，喜欢传统的工艺和格调……总之，客户的需求是各不相同的，所表现出来的购买心理也是多种多样的。销售员应该注意到客户心理的这些特征，利用不同客户的不同特点，迎合其具体需要，使自己的产品和服务能够赢得客户的注意和青睐。

2. 复杂性

客户购买商品，是其心理需要、审美判断、思想观念、生活习惯等各方面的因素综合之后才得出的结果，因此在购买过程中，客户可能拥有多种主导心理。而在多种主导心理之中，又以一种心理为主，具体以哪一种心理为主也是在不断变化的，它会根据外界的情况而变换其主次关系，所以在销售过程中，我们往往会遇到这样的状况，一位客户本来已经决定购买你的商品，而且钱已经从口袋掏出，却又突然决定不买了，因为他觉得刚刚自己看上去完美的商品突然间瑕疵百出，心情由喜欢变成讨厌。可能是某种外界条件影响了客户的主导心理，才导致这种情况的发生。

作为销售员，要善于判断客户在思想认识、评判观念上的差异，抓住客户的主要心理特征，促使客户的消费意愿向好的方面转化，促进客户实施购买行动。

3. 可变性

人的心理本来就是复杂多变的，而客户的购买心理也是随着各种外界因素的影响，随时会发生变化的。当客户要购买一件商品时，他可能会因为各

种原因而不断改变自己的选择。影响其选择的原因是多方面的,例如广告的吸引、产品的独特、自身的需要、爱好习惯、审美情趣等,这些因素都会引起客户购买心理的变化。这些变化,有的是有规律可循的,而有的却是难以捉摸的。

客户心理的可变性,对于销售员来说,既是一个难题,也是一个很好的突破口,销售员可以利用这种心理特征,给客户创造积极的心理影响,使客户顺利地接受你的产品和服务。

了解了客户主要的心理特点,可以使销售员有一定的心理准备,在面对突发状况时,能够有一个大体的思路,不至于慌乱而不知所措。

【心理提示】

客户的心理其实并不是想象中的那么难以捉摸,虽然说客户的心理具有多样性、复杂性、可变性,但是这对于销售员来说,既是难题又是突破口,销售员可以由此而揣摩到客户心理变化的规律以及应对的策略,从而打开推销的局面,使销售得以顺利开展。

二、了解客户消费心理的类型

影响人们购买心理的因素有很多,主要有客户自身的思想道德观念、文化知识水平、个人审美眼光、经济收入水平、家庭生活习惯等,而从心理学的角度来说,人们的消费心理的形成和变化要受很多综合因素的制约和影响,所以形成的消费心理也会因为其主导因素不同而分为很多类型。一般的,不管客户购买什么样的产品,享受什么样的服务,在选择和购买的过程中,总会带有一定的感性色彩,喜欢或者讨厌,以追求某一种心理满足为主要目的。作为销售员,对于客户不同类型的消费心理应该有具体的了解和把握。以便在以后的销售过程中,能够知己知彼,有的放矢。美国著名的心理学家马斯洛于1943年提出的一种关于人的需要结构的理论,叫做“需要层次理论”。马斯洛把人的需