

You Can Read Anyone

图解

看穿人心的 识人术

粗眉毛

适度使用“激将法”
就能顺利成交

头发粗硬

主动套交情
反而让他反感

椭圆型脸

专业套装可以瞬间获得他的好感

耳朵大

图像说明
才能说服他

单边酒窝

试用产品是成交关键

握拳的手势

从手势看出
对方的防卫心

以貌取人的
瞬间
识人术

行销管理专业顾问
畅销书作家

张潜 著

我把六、七成时间都花费在“人”身上，但还是有百分之二十五的几率会看走眼、用错人。

——GE集团前总裁 杰克·韦尔奇

当代世界出版社

看穿人心的识人术

I Can Read What You Need

行销管理专业顾问 **张潜** 著
畅销书专家

常州大学图书馆
藏书章

当代世界出版社

图书在版编目(CIP)数据

看穿人心的识人术 / 张潜著. -- 北京: 当代世界出版社, 2010.3

ISBN 978-7-5090-0629-0

I. ①看… II. ①张… III. ①人际交往-通俗读物 IV. ①C912.1-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第033830号

著作权合同登记号:图字01-2010-1314

本书由松果体智慧整合行销有限公司授权当代世界出版社出版中文简体版本

书 名: 看穿人心的识人术

出版发行: 当代世界出版社

地 址: 北京市复兴路4号(100860)

网 址: <http://www.worldpress.com.cn>

编务电话: (010)83907528

发行电话: (010)83908410(传真)

(010)83908408

(010)83908409

(010)83908423(邮购)

经 销: 新华书店

印 刷: 北京市通州京华印刷制版厂

开 本: 650×970 1/16

印 张: 14

字 数: 180千字

版 次: 2010年4月第1版

印 次: 2010年4月第1次印刷

书 号: 978-7-5090-0629-0

定 价: 26.80元

如果发现印装质量问题,请与承印厂联系调换。

版权所有,翻印必究;未经许可,不得转载!



我把六、七成时间都花费在「人」身上，
但还是有百分之二十五的几率
会看走眼、用错人。

—— GE 集团前总裁
杰克·韦尔奇

【自序】

以貌取人,打造双赢

日本最有名的保险业务专员柴田和子在接受周刊专访时说了一句很值得思索的话,她说:“普通的打扮,就只能做普通的事情。”

她这里所说的,其实就是“以貌取人”这件事。我想,她说这句话的意思是,如果你不能在第一眼就得到客户的注目,或表现得和其他业务、销售人员有所差异,凭什么期望自己能得到比别人更好的机会?

之所以会提到这些,是因为我发现自从两年前我所著作的《公关专家不告诉你的读心术》、《公关专家不告诉你的识人术》系列书出版后,市面上也相继出现许多指导业务、销售人员如何“以貌取人”的书。



不过,和那些特别强调肢体动作的书不同的是,我所说的“以貌取人”,指的不只是肢体动作,更不是一般坊间算命师所说的“面相”、“手相”之类,而是希望大家能更进一步,除了透过对方的肢体动作外,更能综观他们使用的语言和语气、穿着打扮等等,来解析你所面对的客户性格,唯有这样才能真正认识他们,了解他们究竟是怎么样的,而不被一些刻意为之的小动作所欺骗。

不过近来我和一些业务、销售人员接触交流后,却也发现一件值得深省的事:很多人心中都有个似是而非的观念,他们似乎认为,“只要能透过这些读心、识人的技巧‘看透对方’,就能提高成功销售的机率。”

这句话本身并没有什么不对,但是如果想要成为一个成功的业务销售人员,仅仅掌握这些是不够的。

创造最美的距离

我希望大家能够理解,“以貌取人”这件事是双向的,当你看过第一眼之后开始评论对方的同时,对方也正在评论你。我想柴田和子之所以能成功,绝对不只在在于她能看

透对方的心, 必定有大部分得归功于她能针对不同客户而调整自己的穿着、表情、肢体动作等表现, 让客户对她投以信任。

所以, 请大家务必了解, 你手上这些指导如何看透客户的书籍, 以及里头所陈列的方法, 目的绝对不是要大家利用客户的“弱点”来销售, 而是希望能藉由你对客户的瞬间了解、创造让客户喜欢的形象, 来增进彼此之间的信任感才对。

更进一步, 如果你能测量出对方所需要的“最美的距离”而不造次, 必定能使客户感觉更为良好, 让交易源远流长。

其实, 透过多年观察, 我发现一般人和客户接触时常见的状况是: 新的业务、销售人员总是和客户“离太近”, 因为他们积极地想和客户建立“关系”, 却忽略了每位客户需要的空间不一样, 尤其是不熟识的客户, 多数对这种“装熟”行为甚至是反感的; 但相反的, 有些多年经验的业务、销售人员则和客户“离太远”, 他们虽然明白过于积极会让客户退缩, 却不知道有些人就是必须透过近距离的接触,



才会把你当朋友。

其实关于抓对“对美的距离”这一点，有个可以大致进行判定的简单方法：当对方和你对谈时，他的手势呈现抓紧物品（例如持续提着公文包），或握拳（例如把玩项链）时，表示你已经离他太近；而倘若对方会先找地方放置一些随身物品，那么你不妨再和他拉近一点距离。当然，想了解如何透过这些小地方进行判定的方法，大家都可以从书中介绍——发掘。

在过去相关的著作里，我比较着重在透过文字的详细说明，让读者可以自己在心中绘建出相关蓝图。现在，经过一年多的规划设计，我统整之前所著作的有关“读心术”及“识人术”文字内容，并且更新近年相关信息，搭配近两百张的插图、图表说明，这本图解版“识人术”终于出版，我非常希望各位读者能透过本书的图文搭配，获得更多与客户的良好互动，创建打造双赢的机会。

好的开始才能让你成功收尾

不过，在运用这些“以貌取人”的技巧时（不管是判断

他人,或藉此反思自己的行为、动作),有一个先决条件是绝对不能忽略的,就是一定要有个“好的开始”。

所谓“好的开始”,就是要把自己在客户心中塑造成一个成功的业务员。

我相信有不少人,在历经金融海啸到现今景气依然不佳的阶段,面对客户问道:“最近生意应该不好做吧?”时,都会无奈地点点头,甚至开始抱怨起最近差劲的业绩。

其实面对这种问题,我的建议是,偶尔“打肿脸充胖子”又何妨?

这么说吧,没有人会想要和失败者做生意,当你一再向客户强调“我没业绩,请你帮忙”、“东西很难卖出去”……时,通常不会得到同情票,只会让“这个业务员没实力”的印象深植在客户心中,即使客户一时大发慈悲跟你买,未来想再让同一个客户掏钱恐怕就没这么容易了,这种做法只会让你的销售之路充满阻碍。

不过如果在各种时局,你都能神清气爽、开朗地告诉客户:“最近业绩还不错,真的要感谢很多朋友的帮忙。”客户对你当然另眼相看,一旦他们觉得你是个有实力的业



看穿人心的识人术
I CAN READ WHAT YOU NEED

务、销售人员,你再运用书中提到的这些判断和说服技巧,
创造和客户间的共鸣,必定能得到事半功倍的成效。

读懂面部表情，
才能按对客户的心动钮

【自序】以貌取人，打造双赢 1

识人法则 1 具备识人能力，才能让客户说 YES 003

【满足客户的购物心理】才是真正的销售关键 005

识人法则 2 眉间距离近的人，最在乎产品的附加价值 009

从眉毛形状看穿客户的健康情况 014

识人法则 3 细眉毛的人喜欢你用聊天方式开场 015

从眉间距离看出一个人的度量 018

眉毛粗细||职场压力承受度 019

识人法则 4

短眉毛最注重长期投资报酬率 021

足够的利益才能吸引眉毛稀疏的人 022

别对三角眉的人采用负面营销 024

成功人士的眉毛较短 026

识人法则 5

跟大小眼的客户交涉前，先准备白纸跟黑笔 027

瞳孔放大是乘胜追击的最佳时机 029

眼睛的血丝透露冲动购买的讯息 031

识人法则 6

圆眼的人耳根软，多说好话成交快 033

【毒树果实】理论 035

识人法则 7

眼睛习惯向右上方看的人，「画面」是最佳的销售工具 037

识人法则 8 面对额头有痣的人，千万不要劈头谈公事 041

痣呈现咖啡色的人较多愁善感 043

识人法则 9 有王字型抬头纹的人最强势 045

识人法则 10 眉间有数条直纹的人，玩笑开不得 049

面对嘴角纹路复杂的客户，你应该这么做 053
法令纹不对称，心意比大海更难琢磨 054

识人法则 11 颧骨扁平的客户，要你推他一把 055

五形三骨影响一个人的美丑、善恶与情绪 057

识人法则 12 面对眉骨凸出的客户，要有话直说 059

从眉骨看出客户的职业 062

2 Chapter

识人法则 13 看鼻梁骨掌握客户最脆弱的死穴 063

【将心比心】是成功销售的第一步 066

从鼻子看出客户的理财观 068

同理心是进入客户心房的钥匙 069

瞬间看穿需求

让客户主动成交

识人法则 14 精确数据最能打动国字脸客户的心 073

脸部比例大，是销售员的最爱 076

识人法则 15 时尚感是上唇胡客户的死穴 079

说服山羊胡客户的销售法则 080

识人法则 16 单边酒窝的客户，喜欢挑战权威 083

服务，要像一帖独一无二药方 085

识人法则 17 避免跟嘴歪的人讨价还价 087

从嘴巴观察对方在公司中的重要程度 088

识人法则 18 嘴尖且薄，赠品是他们的最爱 091

识人法则 19 好话专说给厚嘴唇的人听 095

别跟嘴唇红润的人跑马拉松 098

最容易成交的客户特征 TOP3 099

识人法则 20 面对耳朵高过眉毛的客户，要自问自答 101

识人法则 21 耳朵尖且耳垂小的人，没签约都不算数 105

不购买主流产品的黑耳族 107

说服耳朵尖的人，怎么做才会成功？ 108

耳朵厚薄，看出客户利益敏感度 109

识人法则 22

耳朵小而肉薄的人，最容易三心二意

准备图表说明，才能说服耳朵大的人

112 111

多介绍不同产品给耳朵小、整体形状圆的客户

113

识人法则 23

面对招风耳客户，千万不要故意抬价格

117

识人法则 24

下巴戾斗的人，最喜欢你有话直说

121

识人法则 25

面对发际低额头窄的人，要帮他做决定

125

额头告诉你，客户要什么？

127

别对有美人尖的人吐露太多

129

说服额头高、发线向后退的人，你应该这么做

130

识人法则 26

面对利落的短发女性，专业的权威感才能说服她

131

从摸头发的动作，看出客户的个性

133

头发软而密的客户最肯花钱

135

客户的肢体动作
·
会透露他的死穴

识人法则 27 面对咬手指的人，要比钓鱼更有耐心 139

识人法则 28 习惯把烟刁在嘴上的人，要采取亲情攻势 143

从抽烟方式看出个性 145

识人法则 29 客户怎么找座位，隐藏合作机会 149

从客户挑选座位，看出他对你的想法 154

识人法则 30 从喝茶的习惯，看出客户的性格与品味 155

业务必知：与人谈话的最佳距离 157