

要想成为优秀的推销员，必须先成为优秀的心理学家

★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★

推销的过程实质上是一个对客户的思维意识引导的过程。从陌生到熟悉，

从拒绝到接纳，从心理抵触到自愿将钱从兜里掏出来。

高效推销的心理操纵

GAOXIAOTUI
XIAODEXINLICAOZONG

左夫◎编著



洞察意念 解读人性 引导心理

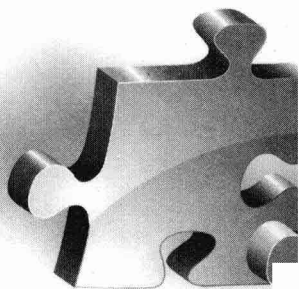
在销售的过程中，如果能恰当地运用心理策略，客户往往不会对产品百般挑剔，也不会对价格斤斤计较，而且能够使客户更加忠诚。

中国商业出版社

高效推销的心理操纵

GAOXIAOTUI
XIAODEXINLICAOZONG

左夫◎编著



中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

高效推销的心理操纵/左夫编著. —北京: 中国商业出版社,
2010. 4

ISBN 978 - 7 - 5044 - 6767 - 6

I. 高… II. 左… III. 推销心理学 IV. F713. 55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 040703 号

责任编辑: 刘毕林

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺1号)
010 - 63180647 [www. c - cbook. com](http://www.c-cbook.com)
新华书店总店北京发行所经销
北京佳顺印务有限公司印刷

*

787 × 1092 毫米 1/16 开 18 印张 280 千字

2010 年 4 月第 1 版 2010 年 4 月第 1 次印刷

定价: 35.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)



优秀推销员必须是优秀心理学家 (序)

什么是推销?

推销的过程实质上是一个对客户的思维意识引导的过程。从陌生到熟悉,从拒绝到接纳,从心理抵触到自愿将钱从兜里掏出来,这都是种种的心理操纵过程。掌握了客户的心理就掌握了销售的原理,引导了客户的意识也就达到了推销的目的——成交。

美国的一项调查显示,在销售过程中,如果销售人员能根据客户的心理需要采用一种周到的、符合消费心理的方式来销售自己的产品,那么销售成功率大约为 53%;而如果采用一般的销售方法,缺少心理技巧,则销售的成功率就只有 24%,低了一大半。可见,要想成为优秀的推销员,必须先成为优秀的心理学家——洞察意念、解读人性、引导心理,以及缓和对抗。推销员如果不掌握人的心理,就无法引导客户的消费意识,使得销售行为的效率最大化。

销售活动是由推销员和客户共同参与的活动,推销就是与人打交道,每时每刻与各行各业、形形色色的人进行沟通。在消费过程中,每个客户都有着复杂的心理过程,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。本书从推销心理学的



基本原理出发，深入浅出地分析了具体销售过程中客户的心理动态和心理问题，分析了客户为什么不采购，为什么会质疑，为什么会拒绝，为什么会讨价还价，为什么会买、会不买。当然，本书的重点是——将心理较量转化为心理引导——怎样让客户购买，怎样使客户喜欢你，怎样得到客户的信任等一系列在销售过程中行之有效的心理策略。在销售的过程中，如果能恰当地运用这些心理策略，客户往往不会对产品百般挑剔，也不会对价格斤斤计较，而且能够使客户更加忠诚。

可以说，销售是一门心理学，它要求推销员扎扎实实地掌握销售心理的基本原则和方法；销售又是一门艺术，它要求推销员灵活地运用销售心理的原则和方法。适当地运用销售心理技巧，并不是虚伪矫情的行为，这是现代社会的竞争使然，旧式的推销技巧已经过时，新一代的业绩创造者必须要有新的理念与新的技巧，才能在快速发展的市场中占有一席之地，因此学习各种不同的销售心理技巧与方法，将有助于自己推销业绩的提高。



目 录

一、销售前必要的心理准备

- 你尽自己最大努力了吗 / 3
- 热情能得到别人得不到的订单 / 6
- 我是销售,销售的是我 / 10
- 如果你都不相信自己,谁还敢相信你 / 12
- 凡事一定要主动出击 / 15
- 销售,无法生存胆怯者 / 17
- 用耐心去等待成功 / 21

二、引导顾客的消费意识

- 感动“上帝”的心理过程 / 27
- 把客户变成“人” / 30
- 小人物也有大自尊 / 33
- 赞美,迅速拉近心与心的距离 / 35
- 赞美他真正在乎的亮点 / 37
- 人们最关心的是他自己 / 43



人都喜欢像他自己的人 / 48

真诚,你才能感动“上帝” / 52

站在对方的立场上阐述自己的观点 / 55

三、买与卖的心理效应

区别“想要”与“需要” / 63

需求效应——客户购买的主要诱因 / 66

意图效应——心理需求左右购买行为 / 69

情感效应——赚客户感情的钱 / 72

虚荣效应——很多人在买给别人看 / 75

好奇效应——一切出于想要了解的目的 / 77

短缺效应——利用“怕买不到”的心理 / 78

逆反效应——你不卖他偏要买 / 81

求廉效应——占便宜的心理人皆有之 / 83

从众效应——大家都买了这个东西 / 87

名人效应——人们往往喜欢跟着“权威”走 / 88

四、高效成交的心理引导

向顾客“买”东西 / 93

专家,而不仅仅是推销 / 96

视所有人都是百万客户 / 98

爱你就等于爱自己 / 100

让顾客自己说服自己 / 102

调动客户的“参与心理” / 105

为客户省钱才能赚钱 / 109

信任是关键——巧诈不如拙诚 / 110

想成交,小处不妨忍让 / 113



没有一个顾客会完全满意 / 115
控制情绪——喜怒不形于色 / 118

五、推销是一场心理较量

把大决定变成小决定 / 123
反复刺激客户的购买兴趣点 / 124
在三分之一处成交 / 125
销售过程不可忽视细节 / 127
扮演不情愿的卖主 / 129
让第三者来当“证人” / 130
牧羊,要抓领头羊 / 133
让他们单独待一会儿 / 136
“围魏救赵”的杀价手法 / 137
以柔克刚,以静制动 / 139
用激将法帮他下决心 / 141
换个角度,柳暗花明 / 144
旧的不去,新的不来 / 146
一次示范胜过一千句话 / 147
任何时刻都是签单的最佳时机 / 150
订购单也是说服的工具 / 151
弱者往往在交涉中达到目的 / 153
见方则方、见圆则圆的急智 / 154
煮熟的鸭子别飞了 / 157
当所有的方法都失败了,还有一招 / 158
“胜对胜”,而不是“零和” / 159



六、推销是心与心的沟通

- 难就难在与人打交道 / 165
- 生意是“谈”出来的 / 167
- 把话说得人耳动听 / 170
- 设置疑问勾起好奇心 / 173
- 话不投机半句多 / 176
- 用语言引导顾客的心理 / 180
- 听是工夫,说是本领 / 182
- 有耐心,才会有高效率 / 186
- 问对问题赚大钱 / 187
- 肢体语言传达着潜意识的信号 / 190

七、面对面的心理距离

- 如果有出错的可能,就会出错 / 195
- 珍惜最初的6秒钟 / 197
- 好的开场白是成功推销的一半 / 200
- 卖方必须自始至终扮演配角 / 204
- 用微笑去面对陌生环境 / 206
- 商务关系说白了就是人际关系 / 209
- 陌生人只是你还没认识的朋友 / 212
- 展示商品的内在价值 / 215
- 别在细节上摔跟头 / 217
- 用环境制造心理压力 / 220
- 成交是下次推销的开始 / 222



八、一切都是为了成交

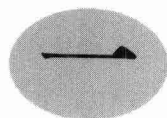
- 销售从被拒绝开始 / 227
- 每个客户都有内在的防卫机制 / 229
- 化解客户心理上的抗拒 / 231
- 形形色色的拒绝理由破解之道 / 233
- 不要被不是理由的理由所迷惑 / 238
- 对待吹毛求疵的人 / 241
- 把握恰当的推销时机 / 243
- 抓住一切机会成交 / 245

九、洞察各类顾客的心理弱点

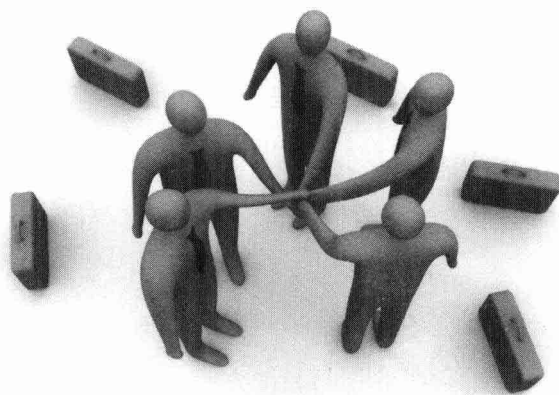
- 因人而异 量体裁衣 / 249
- 对待精明型的人 / 253
- 对待执著型的人 / 254
- 对待独断专行的人 / 255
- 对待外向型性格的人 / 256
- 对待随和的人 / 258
- 对待分析型的人 / 260
- 对待沉默寡言的人 / 262
- 对待喜欢炫耀的人 / 266
- 对待学者型的人 / 267
- 对待演员型的人 / 269
- 对待令人讨厌型的人 / 270
- 关注年轻人的购买力 / 272
- 走老人的路线 / 273
- 在小孩身上动点脑筋 / 276
- 巧讨主妇欢心 / 277

TOP

SALES PROMOTION



销售前必要的心理准备





你尽自己最大努力了吗

作为一个推销员，你认为是赚一万容易，还是一百万容易？让我告诉你，是一百万。

要成功，你必须要有强烈的成功欲望，一个顶尖的推销员最优秀的素质就是要有强烈的成交欲望。

在美国，有一个卖汽车的推销员总是在他们公司销售成绩排名第一，有人问他：“你为什么总是第一名？”他回答说：“因为我每个月都设法比第二名多卖一台车子。”这么简单的一个方法，这样简单的一句回答，告诉了我们一个简单的销售秘诀——永远比第一名还要更努力。

1964年的一天，刚刚从海军学院毕业的吉米·卡特遇到了当时的海军上将里·科弗将军。将军让他随便说几件自认为比较得意的事情。于是，踌躇满志的吉米·卡特得意洋洋地谈起自己在海军学院毕业时的成绩：“在全校820名毕业生中，我名列第58名。”他满以为将军听了会夸奖他，孰料，里·科弗将军不但没有，反而问道：“你为什么不是第一名？你尽自己最大努力了吗？”这句话使吉米·卡特惊愕不已，答不上话来，但他却牢牢记住了将军这句话，并将它作为座右铭，时时激励和告诫自己要不断进取，永不自满和松懈，尽最大努力做好每一件事。最后，他以自己坚忍不拔的毅力和永远进取的精神登上了权力顶峰，他成了美国第39任总统。卸任后，吉米·卡特在撰写自己的传记时，便将这句话作为标题《你尽最大努力了吗》。

吉米·卡特的故事，或多或少会给你我一些启迪。在推销中，经常听一些人叹息：“我觉得已经做了努力，可是……”好像做推销工作是轻而易举的，只要稍费一点儿劲，成功就应该属于他们。诚然，



努力是做好推销工作的前提，但努力还有个程度问题。许多时候，你不做出最大努力就不能获得销售成功。俗话说，“天不负人”，你付出多少，便会得到多少。因此，不要埋怨客户，不要哀叹命运，你尽了最大的努力，客户就会给你以最丰厚的回报！

一些大公司在招聘销售人员的时候，总会问这样一个问题：“你为什么要做销售员？”对于这个简单的问题，大部分的应聘者会回答：“我喜欢这个有挑战性的工作”，“为了实现自己的梦想”，等等。作出这样回答的应聘者一般是不会被录取的。相反如果应聘者说“为了赚钱”，招聘者反而会露出满意的笑容，祝贺他被录用。

说“为了赚钱”似乎有点低俗，但为什么被录用了呢？这是因为从这个回答中，招聘者能够看到应聘者所拥有的强烈的成功欲望。

拿破仑曾说：“不想当元帅的士兵不是好士兵。”这句话套用到推销员身上，也可以这样说：“不想赚大钱的推销员不能成为一个顶尖的推销员。”事实也确实如此，一个不想赚大钱的推销员一般都不能创造良好的业绩。

有两个推销员，他们分别来自两个不同的公司，但销售的产品和活动的区域却是一样的。一年下来，其中一个比另一个卖出的东西要多3~4倍。为什么会这样？因为业绩优秀的那个拥有强烈的成功欲望，有强烈的赚钱欲望，工作时总是全力以赴。结果，理所当然地获得了丰厚的报酬。而另一个人得到的报酬只能维持他的生活之用，因为他的欲望太小，没有强烈的成功欲望。

大部分销售人员总是对销售技巧的提高特别有兴致。然而一个销售人员所产生的问题当中有80%是来自于自我心态的问题，即使解决了销售技巧的欠缺也只是治标不治本的方法。要训练出一个顶尖的销售人员，最重要的是如何能够使他建立正确的销售心态，否则便是“皮之不存，毛将焉附”了。

有一个台湾宝洁公司的王牌销售，他曾说，在他成为王牌销售的那几年，时常因为心态的调整而痛苦。王牌销售都是如此，可见一般销售人员心态的调整，确是一件非常不容易的事。

他还说，最开始他的梦想是拥有一辆奔驰。这并非是可望而不可及的理想。于是为了天天刺激自己，他在床头以及办公室的电脑屏幕



边贴上一张奔驰车的照片，用来激励自己。对着他的奔驰车，他每天将自己的目标细化出来，逐个来对付它们。当然，最后他没有买奔驰车，却在加拿大买了一套豪华的别墅。

将你自己的梦想贴出来，形成强烈的视觉刺激，从而鼓励自己的信念，时刻提醒自己坚持就是胜利，这是高手们常用的策略。人的内在积极性如同激光的原理，需要反复频繁的刺激，才能激发出耀眼的光芒来。同时你别太在乎周围的人怎么想，当年韩国总统金大中在读书时，在床头贴上“成为总统”的奋斗目标，那时可没有人会相信这会成为现实。

推销之王乔·吉拉德认为，有两个单词非常重要：一个是“我想”，另一个是“我能”。

全世界95%的人并不知道他们要什么。然而，没有强烈的欲望，就不能成为好的推销员。乔·吉拉德说，这一点在我身上很管用。知道自己需要什么，最好把所想要的东西拍张照片挂起来，以增强自己的欲望。做推销员时，他把全公司最好的推销员的照片挂在墙上，告诉自己要打败他们。

一定要与成功者为伍，以第一为自己的目标。乔·吉拉德以此为原则处世为人。他的衣服上通常会佩戴一个金色的“1”。有人问他：因为你是世界上最伟大的推销员吗？他给出的答案是否定的。他说，我是我生命中最伟大的！没有人跟我一样。

一位医生告诉乔·吉拉德，每个人体内有一万个发动机。乔·吉拉德就在家最外面的门上写了一句话——把所有发动机全部启动。

他每天这样离开家门——观察身上所有细节，看看是否自己会买自己的账。一切都准备好后，他把手握在门把上，打开门，像豹子一样冲出去。乔·吉拉德总是对自己说：“我是第一！”

人们往往对第一的印象深刻，对第二、第三却没有兴趣。我们能记住世界上最高的山峰，但对第二高的山峰却印象淡薄；我们能记住中国最高的人，但却不在乎谁是第二高的人。

在公司内你可能是一位平凡的推销员，成绩始终维持中等程度，和顶尖优秀的推销员相比，你的业绩不及对方的一半。你也许因此认为，凭自己的能力是绝不可能拉近这两倍的业绩距离的。



但请你仔细想一下，业绩多你两倍的推销员，比起你 8 小时工作时间，他工作了 16 小时吗？当然那是不可能的。在顾客访问中你一天 10 次，他也不过多了你一次而已。而你用了 10 个小时的心思于工作上的同时，他也只过多用了 1 个小时。

诸如此类，像这样只要再稍加努力便可得到非凡的成果。但是多数人却在自我满足后便停滞不前了。其实只要再进一步稍加努力，你便可由庸俗的世界升到超脱的世界，你的身价便会加速地飞升。

热情能得到别人得不到的订单

谁都不喜欢面对一个脸上没有阳光的人，更不要说购买他的产品了。

曾有一位销售培训大师说，如果你只是因为找不到工作的原因才来到销售的行列中，销售只是你过渡时期的选择。在这样的状况下要求自己每天去面对自己不喜欢的工作，这种自我煎熬是维持不了多久的。成为推销高手的先决条件，是本身心理上的认知，因为有了热情才能衍生出其他优秀的品格。

所谓热情，是指一种精神状态，一种对工作、对事业、对顾客的炽热感情。爱默生曾经指出：“缺乏热情，就无法成就任何一件大事。”

推销员面对的是人，推销是心和心的交流，推销员必须用热情去感染对方。

一个推销员如果缺乏热情，面无表情，冷冰冰，毫无生机，像机器人一样，那么谁也不愿意去接近他，更不用说购买他的产品。

还有，推销员对自己的职业也要充满热情。热情是事业成功的基础，热爱自己的职业，才能发挥出自己的潜力，从而做好自己的工作。



推销工作是艰苦的，推销员要常年在外奔波，辛苦异常；同时，在推销中还会遇到各种障碍、困难，需要解决，这些都需要推销员以满腔热情从事自己的工作。

有一次，吉拉德先生走进一家旅行社，想问一问去拉斯维加斯度周末需要花多少钱。他随手拿起一本介绍夏威夷的旅游小册子，一位推销小姐立刻走了过来。

“你去过夏威夷吗？”她问吉拉德。

“只在梦里去过。”吉拉德说。

“哦，我想你会喜欢夏威夷的。”她说。

当那位小姐给他看一些资料图片时，吉拉德强烈地感受到她为自己服务的热情。她甚至还画了一幅生动有趣的图，图上显示出吉拉德和太太如何尽情地享受迷人的海滨沙滩。

“你一定能在那几度过你一生中最快乐的时光。”她自信地说。

当她谈到10天度假所需的花费时，吉拉德本能地皱了皱眉，有些迟疑起来。而他的这些细微变化都被她看在眼里，她平静地问：“吉拉德先生，请问你最近的一次休假是在什么时候？”

“我记不太清了。”吉拉德含糊地说。他不想承认那是很多年前的事了。

“那你就欠自己和你夫人的太多了。”她笑着说，“生命本来就很短暂，你不应该光顾着拼命工作，那样并不值得。另外，等你从夏威夷放松回来之后，你可以卖出更多的车，比起来日方长的推销工作，这点旅游费用根本不算什么，对吧？我相信你一定需要调剂紧张的生活和工作节奏。”

那位小姐说得如此热情，于是吉拉德先生毫不迟疑地当场决定赴夏威夷度假。然而，在这之前，他是想去拉斯维加斯的！

无论何种推销人员，小商小贩也好，在高级商场工作的人也好，或者是独自上门推销的人以及企业间进行的大规模销售，都离不开热情。只有拥有热情、传递热情才能创造交易。

据一份调查表明，热情在推销中占的分量为95%，而产品知识只占5%。当你看到一名新推销员在不知道成交方法，而只掌握一点最基本的产品知识，却能不断将产品推销出去时，你就会认识到热情是