

实现顶级销售的必备技能，成功洞察人心的销售方略

销售

要懂心理学III

赵建勇 ■ 编著

读懂
客户的心

“望”——察言观色，看出客户的爱好脾性

“闻”——听话听声，听懂客户的弦外之音

“问”——寻根问底，问出客户的真实意愿

“切”——摸准脉搏，读懂客户的心理需求

中国商业出版社

销售

要懂心理学



赵建勇/编著

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

销售要懂心理学 3/赵建勇编著.—北京：中国商业出版社，2010.1

ISBN 978-7-5044-6629-7

I. 销... II. 赵... III. 销售—商业心理学 IV. F713.55
中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第166120号

责任编辑：张新壮

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c-cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京燕旭开拓印务有限公司印刷

* * * *

710×1000毫米 16开 15印张 字数 170千字

2010年1月第1版 2010年1月第1次印刷

定价：29.80元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

版权所有 翻印必究

前言

Preface

做客户最好的医生，做行业最棒的销售员

“望闻问切”本是中医用语，是中医给病人看病时候必要的步骤。望，指观气色；闻，指听声息；问，指询问症状；切，指摸脉象，合称“四诊”。《古今医统》中说：“望闻问切四字，诚为医之纲领。”这是成为一位好医生的根本条件。

其实，在销售中，销售员之于客户，就好比医生之于病人的关系。销售员其实就是客户的“医生”。乔·吉拉德曾说：“销售人员是用产品与服务来解决问题的人，而不是去找产品买主的人。”销售员帮助客户解决问题、给客户“治病”，开最有效的“药方”才是其本职工作所在。

既然是医生，就要对自己的“病人”负责，在诊断和医治过程中要准确地把握客户的“病情”，找到病因，这样才能开出最合适“药方”，真正实现“治病救人”的目的。

因此，准确把握客户的“病情”是治病的前提，也是销售活动中重中之重的一步。而“望闻问切”则是直击客户内心最真实需求和欲望的最有效途径。因此做一个优秀的销售员，这四项本事也是必不可少的。因此，望闻问切四字，亦是洞察人心，成功实现销售的必备技能。

中医的望诊，是对病人的神、色、形、态、舌象等进行有目的的观察，以测知内脏病变。因为机体外部，特别是面部、舌质，舌苔与脏腑的关系非常密切。而客户的心理活动与其外在表现也是有密切关系的。销售中的望诊，就是通过对客户的外表、举止、面部表情等进行细致的观察，



初步了解客户的爱好、品味等，发现客户的心理需求和购买特点，寻找合适的应对策略。

中医的闻诊，包括听声音和嗅气味两个方面。主要是听患者语言气息的高低、强弱、清浊、缓急等变化，以分辨病情的虚实寒热。而销售的闻诊，就是通过聆听客户说话的语气、特点、细节等，从客户的言语中发现客户的心理变化以及情感的起伏，“去伪存真”，找出症结之所在。

中医的问诊，是通过询问患者或其陪诊者，以了解病情，有关疾病发生的时间、原因、经过、既往病史、患者的病痛所在，以及生活习惯、饮食爱好等与疾病有关的情况，故问诊是了解病情和病史的重要方法，在四诊中占有重要的位置。销售中的“问”也是十分重要的，通过有针对性的问，从客户的回答中，发现客户的真实心理，并对其进行因势利导和有效的说服。

中医的切诊，包括脉诊和按诊两部分，是医者运用指端之触觉，在病者的一定部位进行触、摸、按、压，以了解病情的方法。而销售中的“切”则是通过之前的观察和了解，进行整体的分析和判断，从而摸清客户的脉搏，读懂客户的心声，并给客户开出最切合其心理的“药方”。

销售中的“望闻问切”，是销售员了解客户心理，读懂客户心声的重要途径和法宝，是成为优秀销售员的必备技能；同时，它能够帮助销售员有效地读懂并说服现在越来越精明的客户，向顶级销售员的行列迈进。

目 录

Contents

第一篇

“望”——察言观色，看出客户的爱好脾性

中医的“望”，是对病人的神、色、形、态、舌象等进行有目的的观察，以测知内脏病变。因为机体外部与脏腑的关系非常密切。而客户的心理活动与其外在表现也是有密切关系的。销售中的“望”，就是通过对客户的外表、举止、面部表情等进行细致的观察，初步了解客户的性格、脾性、爱好、品味等，发现客户的心理需求和购买特点，寻找合适的应对策略。

第一章 以貌取人，由表及里判断客户的类型

心理学家认为，人的外在表现是“内在自我”的延伸。外貌和装饰在一定程度上能够反映出人们的内在品性和心理特点。因此，透过一个人的外表，可以发现他内心深处的秘密。要了解客户，销售员就需要练就由表及里，洞察客户的性格特点和人格类型的本领。

- 一、不动声色，洞察客户.....2
- 二、依据着装为客户分类.....4
- 三、根据体型判断人格类型.....6



四、通过脸型，揣摩脾性.....	8
五、透过头发，发现性格.....	10
六、通过眼镜发现心理信号.....	12
七、从手提包中分析人心.....	14

第二章 以行定心，从一颦一笑体察客户的心理变化

人的心理的外部表现渠道是很多的，通过微笑、眼神、眉毛、嘴巴、鼻子、手和脚，都能传递出人们内心的一些信息。作为“信息侦察兵”的销售员，要格外注意客户的一举一动，并从细微之处发现客户的心理变化，进而摸透客户的心理，为销售做好“战斗准备”。

一、揭示客户笑容里隐藏的秘密.....	16
二、从打招呼中了解客户的态度.....	18
三、从头部动作发现客户的真实心理.....	20
四、注视双眸，透过“窗户”看心灵.....	22
五、关注眉宇之间透露出心情变化.....	24
六、嘴角的表情，心情的指示.....	26
七、关注鼻子上的心理信号.....	28
八、手是客户内心振颤的传感器.....	30
九、“有情有义”的腿和脚.....	32

第三章 关注细节，解读客户的心理习惯

一个人的心理习惯，往往会渗透在他的一些生活细节中。因此，要察人识人，通过对他在生活细节中的种种具体表现，是可以分析出他的性格和心理特征的。要读懂客户的心理，销售员就应该把这里当成一个重要的突破口。

一、走步站姿揭示客户的性格.....	34
二、从坐姿中看出客户的秉性.....	36
三、握手握出来的“秘密”.....	38
四、从选择座位识别客户的性格.....	40

五、从吸烟看客户的心理特点	42
六、从点菜看客户的性格特点	44
七、从颜色喜好上识别客户心理	46
八、从交谈场合分析客户心理	48
九、以空间距离测量心理距离	50

第二篇

“闻”——听话听声，听懂客户的弦外之音

中医的闻诊，包括听声音和嗅气味两个方面。主要是听患者语言气息的高低、强弱、清浊、缓急等变化，以分辨病情的虚实寒热。而销售中的闻诊，则是通过聆听客户说话的语气、特点、细节等，从客户的言语中发现客户的心理变化以及情感的起伏，“去伪存真”，找出症结之所在。

第一章 竖起耳朵，听懂客户的心声

俗话说：“锣鼓听音，说话听声。”销售中，销售员要善于倾听，因为，从客户讲话的声音、语气、方式、口头禅、称呼以及选定的话题中，都能在一定程度上反映出了他们内心的真实想法。因此，从细节中听懂客户的心声，才能把销售做得更加到位。

一、从讲话的声音上判断客户的个性	54
二、从口头禅了解客户的性格	56
三、根据语气、语速变化发现客户的心理变化	58
四、从交谈的话题发现客户心中的秘密	60
五、通过说话方式了解客户的心理状态	62



六、在称呼中发现客户的性格	64
七、从措辞上听出客户是“肯定”还是“否定”	66
八、从说话顺序发现客户的心理特点	68

第二章 听话听音，过滤“杂质”听出客户的真心意

在销售中，很多时候客户嘴上说的和心里想的其实是不一致的，话里有话，可能是为了掩饰，可能是委婉地表达别的意思，这就需要销售员仔细倾听，去粗取精，去伪存真，过滤掉客户所说的话中的“杂质”和“水分”，进而发现客户的意愿和需求。

一、倾听其实是对客户最大的尊重	70
二、去伪存真，滤掉客户话语中的“水分”	72
三、从“拒绝”中发现客户的需求	74
四、聆听客户的抱怨，会有新的发现	76
五、从交谈中发现客户自己都不知道的需求	78
六、从“话外之意”揣摩客户的心理	80

第三篇

“问”——寻根问底，问出客户的真实意愿

中医的问诊，是通过询问患者或其陪诊者，以了解病情，有关疾病发生的时间、原因、经过、既往病史、患者的病痛所在，以及生活习惯、饮食爱好等与疾病有关的情况，故问诊是了解病情和病史的重要方法，在四诊中占有重要的位置。销售中的“问”也是十分重要的，通过有针对性的问，从客户的回答中发现其真实心理，并对其进行因势利导和有效地说服。

第一章 问长问短，问寒问暖，问出端倪

销售是一种销售员与客户的互动和交流。如何有效地与客户进行交流，如何从客户口中发现有价值的信息，这就需要通过巧妙的提问来进行发掘。而这“问”是需要技巧的，要有效地引发客户的兴趣，消除客户的戒心，并问出自己需要的答案。

- 一、以精彩的开场白引发客户的兴趣..... 84
- 二、主动发问，“撬”开客户的金口..... 86
- 三、从生活的话题中刺激客户的欲望..... 88
- 四、故作亲密，先做朋友再做生意..... 90
- 五、从孩子入手，消除客户的戒心..... 92
- 六、亲切的询问，引发客户的共鸣..... 94

第二章 投石问路，发现客户的兴奋点

在销售中，客户有时候并不会把自己内心的真实需求表露出来，这就需要销售员去投石问路，去探究和发现。通过有技巧的提问来打开客户的心门，转移客户的注意力，刺激客户的消费欲望，并锁定客户的需求，积极地向成交的方向迈进。

- 一、开门见山，打开客户的心门..... 96
- 二、引发好奇，发现客户的真实需求..... 98
- 三、把客户的注意力转移到产品上来..... 100
- 四、站在为客户解决问题的角度来问问题..... 102
- 五、在假定客户会买的基础上发问..... 104
- 六、发问中觉察客户的隐性需求..... 106
- 七、在发问中引导客户自我否定..... 108
- 八、发挥感染力，“问”出客户的热情..... 110
- 九、二选一，把客户锁定..... 112



第三章 积极沟通，对客户进行有效说服

问出了客户真正的心理需求，接下来就需要销售员通过对话和沟通，运用各种策略，对客户进行有效的说服，把客户的购买欲望变成购买事实。其中可以应用很多有效的问答技巧对客户进行积极的引导，突破客户的抗拒，成功地实现销售。

- 一、通过语气、语调营造出不同的氛围 114
- 二、用闲聊和赞美减轻客户的压力 116
- 三、用幽默的语言打破僵局 118
- 四、依靠话语给客户一些暗示 120
- 五、巧说反话，迂回突破客户的拒绝 122
- 六、转移话题，找到客户的新需求 124
- 七、在请教中对客户进行感染 126
- 八、不断重复，强化对客户的影响 128
- 九、用小话题掀起客户的情感波澜 130
- 十、找准购买的“平衡点”说服客户 132

第四篇

“切”——摸准脉搏，读懂客户的心理需求

中医的切诊，包括脉诊和按诊两部分，是医者运用指端之触觉，在病者的一定部位进行触、摸、按、压，以了解病情的方法。而销售中的“切”则是通过之前的观察和了解，进行整体的分析和判断，从而摸清客户的脉搏，读懂客户的心声，并给客户开出最切合其心理的“药方”。

第一章 了解客户的购买过程和心理需求

客户的购买行为其实是一种心理行为,客户购买产品不仅是为了满足日常生活所需,更主要的是满足自身的某些心理需求。销售员只有准确地把握这一点,才能真正读懂客户的心理,从而更好为客户服务,使客户在消费中获得快乐和满足。

- 一、购买行为源于消费动机的产生 136
- 二、消费是为了满足某种心理需求 139
- 三、分析影响客户购买的心理因素 142
- 四、了解客户接受信息的方式 146
- 五、摸清客户的购买能力 149
- 六、辨别购买过程中的决策人物 152

第二章 不同类型客户的心理分析和攻心方略

俗话说,“龙有九子,各不相同。”因为生存环境、出生年代、教育经历等差异,人们在性格特征上也有很大不同,有的人冷静,有的人冲动,有的人随和,有的人固执,销售中,销售员也会遇到这样不同类型的客户,善于分析,对症下药,才能药到病除,攻克客户。

- 一、遇到冷静的客户千万不要急躁 155
- 二、精明理智的客户需要有效的证明 158
- 三、好奇心强的客户注重商品是否合其心意 160
- 四、发掘总是借故拖延的客户的隐衷 162
- 五、给喜欢抱怨的客户发泄的机会 164
- 六、喜欢斤斤计较的客户希望获得实惠 166
- 七、满足大吹大擂客户的炫耀欲望 168
- 八、面对自以为是的客户要交出主动权 170
- 九、针对沉默寡言的客户要晓之以理 172
- 十、品性随和的客户害怕压力 174
- 十一、给内向含蓄的客户一些赞美和鼓励 176



十二、遇到情感冲动的客户要速战速决	178
十三、固执己见的客户渴望理解和安慰	180
十四、给足爱慕虚荣的客户面子	182
十五、用自信感染犹豫不决的客户	184
十六、独断专行的客户注重自我	186
十七、墨守陈规的客户注重实用	188
十八、先入为主的客户需要用真诚去打动	190
十九、耐心等待讲话滔滔不绝的客户	192
二十、面对外向型的客户不要啰嗦	194
二十一、以最恳切的态度应对生性多疑的客户	196
二十二、追求时尚的客户喜欢标新立异	198

第三章 不同职业客户的心理分析和应对策略

在销售的实战中,销售员会遇到各行各业、形形色色的客户,而不同职业的客户有着不同的心理特点和性格类型,销售员绝对不能一概而论,用一种方式僵硬地应对所有客户,而应该依据其特点,用灵活多变的方法,分而应之,各个击破。

一、不要在专家型客户面前卖弄	200
二、以高品位迎合企业家型客户	202
三、集真诚和优质来说服工程师型客户	204
四、对公务员型客户要积极进攻	206
五、对农民型客户要动之以情晓之以理	208
六、多向教师型客户请教和聆听指导	210
七、用商品的价值吸引医师型客户	212
八、用真情感化护士型客户	214
九、给退休工人型客户最真诚的服务	216
十、用有力的证明打消警官型客户的疑虑	218
十一、用专业素养感染银行职员型客户	220
十二、实惠是普通职员型客户追求的目标	222

第一篇

『望』

——察言观色，

看出客户的爱好脾性



中医的“望”，是对病人的神、色、形、态、舌象等进行有目的的观察，以测知内脏病变。因为机体外部与脏腑的关系非常密切。而客户的心理活动与其外在表现也是有密切关系的。销售中的“望”，就是通过对客户的外表、举止、面部表情等进行细致的观察，初步了解客户的性格、脾性、爱好、品味等，发现客户的心理需求和购买特点，寻找合适的应对策略。



第一章

以貌取人，

由表及里判断客户的类型

心理学家认为，人的“外在表现”是“内在自我”的延伸。外貌和装饰在一定程度上能够反映出人们的内在品性和心理特点。因此，透过一个人的外表，可以发现他内心深处的秘密。也就是说，以“貌”可以“取人”，要了解客户，销售员就要练就由表及里，洞察客户的性格特点和人格类型的本事。

一、不动声色，洞察客户

古人云：“管中窥豹，可见一斑。”通过审视局部而预知整体的状况，透过外表而读懂人心，这是人们在人际交往中无往不胜的必备本领。而销售员的特殊工作性质，更要求他们必须是察言观色的高手，而见微知著，一见“清”心则是销售员必备的销售技能。只有在较短的时间之内，对客户的基本情况了然于胸，才能更加从容地应对客户，满足客户的需求，赢得客户的青睐，达到双赢的目的。

而这一切都是建立在销售员对客户的观察基础之上的。然而，观察不是简单地盯着客户看，销售员在观察客户的时候需要有一定的观察技巧，不能让客户觉得不舒服，更不能让客户觉得你是在监视他，这样不仅不能达到目的，还会迫使客户匆匆离开，失去成交的机会。

观察客户要不动声色，于不知不觉中对客户进行审视，并发现其性格类型和心理特点。

洞察方略

1. 自然大方，不露声色

观察客户时，销售员不能给客户造成压力，要让客户觉得你之所以看他，是想为他提供服务，你的目光应该是真诚的、友善的、亲切的。观察对方的时间也不要太久，这样客户才会乐意接近你，特别是对于初次见面的客户，更不能死盯着对方不放，让他们感觉你是在探究他，这样你还不曾开口，客户就已经避开你了。

2. 确定观察角度

销售员对客户观察要确定具体的角度，如从相貌估计客户的年龄，进而选择合适的称呼；从身高和体型分析客户的工作性质和生活习惯；从着装和打扮判断客户的职业、收入水平、审美倾向等。

3. 带着明确的目的去观察

销售员对客户进行观察的目的是为了实现销售，一切都应该围绕这个中心展开，重点是通过观察发现客户的职业、性格、习惯等，进而分析和判断客户的购买倾向、购买能力以及需求点，而不是为了找乐，或者评价某人的美丑。

4. 观察时要投入感情

观察是了解客户的基础，感情是拉近关系的桥梁。所以销售员在对客户进行观察的时候，要投入感情，善于判断是非、利害，以便准确地定位客户的需求，给出客户满意的建议。

5. 观察与判断同步，并确定应对方案

机会对于销售员来说是十分重要的。因此，销售员在观察客户的同时，一定要迅速地对客户作出判断，判断出客户的特点以及消费的倾向和态度，对症下药，采取合适的应对策略，以求牢牢抓住客户的心。

例如，对于一些闲逛的客户要礼貌接待，简单介绍，毫不强求，以便留下良好的印象；对于一些有购买意向但目标性不强的客户，要因势利导、细作分析，但也不能强加硬塞；对于那些有明确购买目的的客户，则需要找准其需求点，对其进行有效说服。



二、依据着装为客户分类

俗话说：“穿衣戴帽各有所好。”意思就是，一个人的着装在很大程度上能体现出其本质与个性。不同的穿衣习惯背后，隐藏着一个个性迥异的个体；不同色彩和质地的服饰也映射出人们不同的偏好和生活态度。销售员要了解客户，通过客户的服饰对其性格特征进行判断是一个很重要的途径。

心理学家称，服饰是人们思想的外在流露。不同个性的人有着不同的穿着打扮，销售员只要留心观察，从各式各样的服饰中，是可以了解到客户的心理状况和审美特色的，进而把握其性格特征。

洞察方略

1. 根据穿着习惯判断性格特征

衣着朴素大方的人，为人真诚，具有责任心；性格沉着、冷静；比较含蓄，不爱张扬；遇事冷静，会理智处理。

穿淡颜色衣服的人，理性思维较强，性格大多比较正直、刚强。

穿深颜色衣服的人，性格稳重、老练，有城府，遇事冷静，深谋远虑。

穿五颜六色、款式奇特的人，虚荣心比较强，希望被人注意，爱表现，个性张扬、任性，喜欢专断独行。

穿着高档华丽衣服的人，有很强的自我表现欲和金钱欲，虚荣心极强，崇拜金钱，强调物质享受。

穿着流行时装的人，情绪波动大，缺少自己的主见，容易随波逐流，不安分守己，没有明确的审美观。

穿着马虎的人，富有积极性，待人热情，但比较看重面子，心胸比较狭窄，常会计较一些小事。