

5分钟 搞定客户

人人都要学会的销售心理学技巧

瞬间洞察客户心理变化

一旦熟练掌握和运用读心、诱导、暗示、攻心等销售技巧，我们和客户之间便会做到心有灵犀，一点就通，成交之门自然打开。

杨宗勇 编著

广东省出版集团
广东经济出版社



5分钟 搞定客户

人人都要学会的销售心理学技巧



广东省出版集团
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

5 分钟搞定客户 / 杨宗勇编著. —广州: 广东经济出版社,
2010.4

ISBN 978—7—5454—0435—7

I. ①5… II. ①杨… III. ①销售—商业心理学
IV. ①F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 041028 号

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	广东新华发行集团图书发行有限公司
印刷	惠州日报印务公司 (惠州市江北文华 1 路惠州日报社)
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	13.25 2 插页
字数	228 000 字
版次	2010 年 4 月第 1 版
印次	2010 年 4 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 978—7—5454—0435—7
定价	28.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

图书发行有限公司网址: <http://www.gdpgfx.com>

电话: (020) 83781559 销售: (020) 83781543 / 57 / 27

本社市场部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 邮政编码: 510075

本社营销网址: <http://www.gebook.com>

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：秒杀客户的成交话术

我曾经说过，在今天，专业销售的本质就是建立并维护高品质的人际关系，这是基于与客户建立的一种高度信任与信赖感。

说起来容易，做起来难。在传统的销售观念中，销售员和客户之间就像攻城者和守城者，阻碍成交的大门永远存在，且客户总是无视销售员的诸多努力。时至今日，许多销售员仍然没有弄明白，销售员和客户之间应该建立一种怎样的互惠双赢的关系，或者不知道怎样去建立这样一种关系。

问题就是机会！这是销售人员的困惑，也是销售人员的方向所在。

在长期的销售团队建设和销售人员技能培训中，我总结了许多行之有效的销售技巧，经过反复验证，被证明它们具有非常强的杀伤力。本想将这本书叫做《秒杀客户的成交话术》，回头一想，怕许多销售朋友不明其义，误以为销售是用秒来计算的。事实上，我这里强调的是，真正优秀的销售员要善于和客户打交道，而攻克客户最有效的办法就是让对方心服。如果销售人员和客户之间能做到心有灵犀，一点就通，成交之门便会洞开。我们需要明白，不管我们花了多少时间，费了多少心血，只要面临成交，我们就必须用好读心、诱导、冷读、暗示、攻心等技巧。一旦我们掌握了这些“必杀技”，那么搞定客户，获得超高业绩也就是举手投足间的事了。

心理学深奥而复杂，销售中的心理学更是最近几年才被提及，一些销售心理学的图书仍然停留在理论的基础上，许多销售朋友阅读完后，仍然不明白面对客户时怎么说、怎么做。本书为了解决这一难题，深入分析了销售心理学中的各种原理，在此基础上，全面总结出了70种帮助我们成功说服客户，顺利导向成交的心理学技巧。不管你是门店导购、保险业务员、理财专家，还是直销员，只要你的工作是“卖东西”，就一定不能错



过这些充满杀伤力的技巧。

——什么是让客户无法拒绝的成功约访术？

——有没有一种人人都可学会的例行话术？

——为什么客户喜欢先否定后肯定的批评？

——有没有一种即使客户不开口，我们也知道的读心术？

——什么情况下，我们可以不断地让客户说“是”？

——怎样才能轻易地做到分割和化解客户的拒绝？

——什么是推着客户成交的心理促成法？

• • • • •

亲爱的读者朋友，如果你想知道这些答案，那么请翻开这本书，它会带给你惊喜和收获，也会让你的销售之路充满快乐和成就感。

我衷心地希望，这本书能够给广大从事销售事业的朋友带来帮助。如果您发现书中的不足之处，也请向我们提出宝贵的意见和建议。

在本书的写作过程中，姜上泉、林海、刘耿、齐忠玉、沈方楠、杨兴文、杨玉柱、杨智斌、孙海芳、孙健、戴宇剑、洪少生、孙丽、冯彬、吴发明、杨靖、孙东风、陈凌飞、孙科柳、曾建英、宋莹莹、李春燕、石强、郑悠然、张强强、杨海燕等人参与部分文字的编写和校正。在此，对以上人员给予的鼎力支持表示衷心的感谢！



目 录

第1章 屡试不爽的约访法

技巧 01	主动把握约访的时机和条件	3
技巧 02	轻松自然地提出拜访请求	5
技巧 03	用电话提出约访请求的技巧	8
技巧 04	在电话中传递积极情感的技巧	10
技巧 05	写一封让对方心动的约访信	12
技巧 06	电子邮件也要讲究基本礼仪	15
技巧 07	用好人脉资源，一切变简单	17
技巧 08	情境激发到位，客户自然配合	19
技巧 09	客户拒绝见面，请这样化解	21

第2章 这样拜访客户才有效

技巧 10	除了约访，还可以这样拜访客户	27
技巧 11	突击拜访必须做好这些事	29
技巧 12	良好装扮展示出令人瞩目的气质	30
技巧 13	自信心态是一种积极的价值观	32
技巧 14	热情是成功销售的催化剂	36
技巧 15	有礼有节，拜访才会顺利进行	38
技巧 16	用优雅的举止赢得客户的欣赏	41
技巧 17	说好第一句话，营造良好的交流气氛	44
技巧 18	开场白要这样说才能打动对方	47
技巧 19	巧用“移情术”转移客户的拒绝心理	51
技巧 20	用坚韧的毅力融化客户心中的坚冰	55

第3章 会说会聊才能赢得客户好感

技巧 21	用相似性心理吸引客户的注意力	59
技巧 22	用共情心理制造相见恨晚的感觉	62



技巧 29	记住! 产品介绍一定要针对客户需求	85
技巧 30	抓住客户心理, 进行互动式交流	88
技巧 31	产品缺点和不足之处一样要交流	91
技巧 32	帮助客户提升竞争力也是一种方法	94
技巧 33	关心客户的目标, 顺利导向销售	95
技巧 34	突出自身优势的比较销售策略	99
技巧 35	提供一份让客户心动的销售提案	101
技巧 36	请这样完善和美化销售提案	102
技巧 37	还要给客户建立心理安全感	103

技巧 38	通过言行快速判断客户的性格	107
技巧 39	掌握不同性格客户的交流策略	110
技巧 40	仔细聆听客户的话语	114
技巧 41	透过行为看出客户的态度	117
技巧 42	及时发现和捕捉客户的谎言	120
技巧 43	透过面部表情看穿客户心理	122
技巧 44	通过手部动作看穿客户心理	127
技巧 45	透过眼神变化看穿客户心理	129
技巧 46	判断对方心理说“不”的技巧	131

技巧 47	用互惠心理营造客户的负疚感	137
技巧 48	及时唤醒客户的积极情感体验	140
技巧 49	巧妙提问, 主导对方的思维	142



技巧 50	让客户主动说“是”的说服术	144
技巧 51	掌控销售主导权的报价技巧	147
技巧 52	处理价格异议的基本策略	149
技巧 53	用暗示法影响客户的购买意识	152
技巧 54	创造心理优势，控制交流格局	155
技巧 55	掌握提问技巧，成为套话高手	158
技巧 56	巧妙提问的十大实战话术	160

第 7 章 请这样化解客户的异议

技巧 57	面对客户异议，请这样处理	167
技巧 58	客户不答应，我们有办法	168
技巧 59	一步到位，认清客户的拒绝	171
技巧 60	八种常见的客户拒绝的化解话术	173
技巧 61	抬高客户面子，让客户无法拒绝	175
技巧 62	用分割法消除客户的抗拒心理	177
技巧 63	合理拒绝客户常用的七种方法	178
技巧 64	策略性拒绝客户才合情合理	181

第 8 章 瞬间促成购买的成交策略

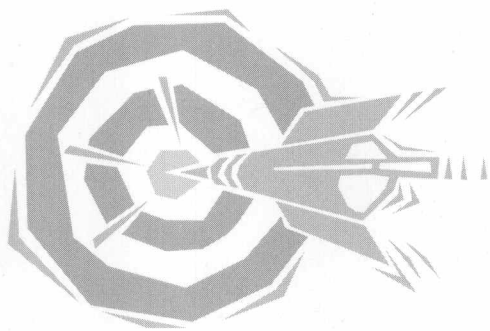
技巧 65	通过细节看穿客户的购买心理	187
技巧 66	及时抓住一闪而过的成交信号	190
技巧 67	推动客户快速成交的技巧	193
技巧 68	策略性让步是成交的最后一击	197
技巧 69	销售完成后，还要给客户心理安慰	200
技巧 70	记住！投诉也是一次销售机会	203



◆ 第1章 ◆

屡试不爽的约访法

成功的推销员擅于制造借口，利用时机，准确地抓住客户的心理，从而获得与客户交往的机会。其实要做到这一点并不难，只要我们有效利用心理学技巧，巧于攻心、诱导，就一定有办法在客户的心理打开一个缺口。





技巧01 主动把握约访的时机和条件

要想成功地预约客户，与客户作进一步沟通，我们必须学会给客户“号脉”，准确知道客户的兴趣点是什么，客户什么时候需要，客户具体需要什么，这样我们才能确定合适的时间或状态与潜在客户打交道，推销自己的产品。

要做到主动把握约访的时机和条件，我们必须采取以下方法：

方法1 做好约访的准备工作

公司客服部告诉销售员李亚文，××广告公司最近1个月已经打了四五次电话报修他们的喷绘机。李亚文就想是不是××广告公司的喷制量超过了机器定额，或者新职员操作有误。正好手里有一款全新的全自动喷绘机，精度高、速度快，说不定适合那里。

李亚文给××广告公司制作部主任打电话，问他们喷绘机怎么了。一问才知道公司老总正在发愁呢。原来自从新经济区开发以来，××广告公司的业务量大大增加，不得不让两台喷绘机24小时工作，连检修的时间都没有，因此故障频发。

李亚文给××广告公司总经理打电话说道：“孟总，我想见您一面，帮你解决喷绘单子的问题。如果您有兴趣，明天我来拜访您，行吗？”孟总痛快地答应了。

心理学中有一个好心情效应，就是当一个人心情好的时候，他会比较爽快地答应他人提出的请求。我们在向客户提出约访时，也必须遵循这个原理，在联系客户之前，做好一些准备工作。

➤ 了解客户公司的经营现状，如果客户公司暂时出现亏损，不具备购买能力，可以选择推迟拜访，或者用事实证明你的产品具有起死回生的功效，能够帮助客户改变现状。

➤ 熟悉客户的个人情况，尽量用客户能够接受的方式与客户交流。

➤ 先通过前台、接线员、关键岗位了解客户当时的情绪状况，最好不要在客户大发雷霆的时候顶风而上。



- 如果客户事务缠身，暂时不能接待，可以另行约定时间，再行拜访。
- 充当客户的知心朋友，引导客户说出心里话，认真听客户倾诉，尽力安慰，但不要盲目地帮客户出主意。

方法2 掌握最佳的约访时机

最佳的访问时机，必须靠销售人员自己判断和选择，既要考虑到行业的差别，又要考虑到潜在客户的个人习惯等因素。

我们应该把握这样一条原则：不要考虑自己是否方便，一定要方便客户，令客户满意才是销售的根本。

➤ 约访公司管理者应该避开星期一、星期五，这两天他们在忙于开会、总结等工作。

➤ 大多数商铺一般会在9:00之后正式营业，那么上午7:00~8:00之间是他们比较空闲的时间，也就是比较理想的访问时间。

➤ 有些商场，大都在深夜才打烊，一般会在中午以后才营业，如果你的客户是这些商场，最好在下午2:00左右登门拜访，那时候他们比较清闲。

➤ 如果你的客户是公务人员或公司职员，到其工作的地方拜访，应该在上午11:00以前进行；若是到其住宅访问，应该在晚上6:00~8:00之间，太早会影响客户用餐，太晚会耽误客户休息。

➤ 如果你的客户是医生，应该把拜访时间定在8:00之后9:00之前，因为9:00开始，病人就开始川流不息了，他才没工夫接待不看病不买药的你呢。

如果希望约访一次就获得成功，我们还要掌握最佳的拜访时机。那么，什么时候提出拜访请求比较适宜，又容易获得成功呢？

- 客户对原来使用的产品有意见，感到不满意时。
- 客户暂时遇到困难，急需帮助的时候。
- 客户心情愉快时。
- 下雨天或下雪天。

方法3 选择最佳的约访地点

根据拜访对象、拜访内容的差异，选择不同的约见地点。一般可以选择在客户的工作单位、客户家里、社交场所、公共场所等。具体选择在哪儿



里，应视情况而定。

➤ 你可以通过招待会、订货会、展销会、座谈会、新闻发布会等，提前发出邀请，借此机会和客户沟通、交流。

➤ 如果客户出于某种原因，不便于在公司、工作单位或家里接待销售人员，我们可以选择在对方认为方便的公共场所见面。

方法4 巧妙地表达自己的交往意愿

在与客户沟通的过程中，我们不妨尝试这样的表达方式：

“马老师，听说您在××××报上发表了一篇小说，而且反响很好，我也是一个文学爱好者，希望有机会能够跟您学习学习，您看行么？”

“赵主任，这么晚了，您还在加班啊？吃饭了没有？这两天很忙是吧？要多注意身体……要不我今天晚上请您做个足疗，放松放松……”

“陈经理，您好，上次您帮了我一个大忙，今天过来没有别的事情，不谈生意，就是想请您吃个饭。”

这种表达交往意愿的方法，一直以情感交流为主，相当于先种下交往的种子，然后再逐渐培育客户关系，直到最后开花结果。

技巧02 轻松自然地提出拜访请求

有一些进入销售行业不久的推销员，有时候会直接打电话给客户，说：我要见你们老总。或者冒冒失失地登上门去，直冲客户办公室，不管对方乐意不乐意，逮着机会就说：“您好，我是××公司的×××，我想……”有过类似经验的恐怕都知道结果——十有八九被客户“轰”出来。

其实我们可以先打电话预约，告诉客户我们是谁，询问客户能否约见或者客户什么时候有空，再登门拜访。对方一般会告诉你没有空或者索性挂掉电话。即便如此，这项工作还是必须做的，否则很可能堵死了下一次拜访的路。

方法1 打电话前做好准备工作

打电话预约客户，首先需要做好充分的准备工作，保证电话的有效性





好了。如果你有了一个好的开头，接下来的交流可能半个小时都不止。

➤ 让客户选择见面时间。不要什么都你说了算，如果客户有时间，你可以限定星期二或星期四，但要给客户上午或下午的选择权，以示尊重。

➤ 照顾客户情绪。客户接通电话后，应该礼貌地询问客户是否方便，并及时回应客户。

电话沟通中，我们要做到有礼有节，给对方一个好印象，这样才能给后面的销售工作带来帮助。

➤ 不要一边打电话一边做别的事情，比如抽烟、吃东西、嚼口香糖等，无论是谁都不喜欢听到对方在电话那一端的咀嚼声，不礼貌不说，还会让你口齿不清。

➤ 不谈论产品细节。在见面之前没有必要在电话里把产品与费用的细节说得清清楚楚，这样不但会延长谈话时间，还容易引起客户拒绝，要知道约见成功后，你有的是时间说这些。

➤ 比客户晚挂电话。电话约见告一段落后，不管成功与否，都应保持礼貌的态度。如果你比客户早挂电话，可能会让客户感觉到突兀，甚至损害你公司的形象。

➤ 不要胁迫客户。沟通应该保持一种互动的状态，既要控制交流节奏，又要给客户充分的自由。

➤ 让客户觉得有利可图。当然这不是要你贿赂客户，而是让他们感觉到买你的东西比买别人的东西划算，能够获利。

➤ 保留完整的通话记录。

方法4 利用其他方式进行约访请求

除了电话预约这种最常见的方式外，你还可以通过其他途径向客户提出拜访请求，比如：

➤ 传真：传真纸张数不要太多，最好限定在1~2张，最多3张。一则传真纸比较贵，二则内容多了客户会嫌烦，不愿意接，也不愿意看。

➤ 信函：一般能够直接到达你所要约见的客户，而且能够表示你的诚意，但最好能够及时跟进。

➤ 短信：发短信时，应该好好设计、斟酌，充分利用空间，最好打上你公司的网址。

➤ 电子邮件：可以群发，也可以单独撰写有针对性的内容。



用了我们的产品之后，公司成本降低了20%，在验证效果之后他第一个想到的就是您，所以他让我今天务必给您电话。

如果借助这种关系进行约访，有了这样的开头，那么之后的交流就相对容易了。

方法3 请求帮忙约访法

销售员：您好，陈经理，我是×××，××公司的，我从您公司的网站上看到你们的联络方式，有件事情想请您帮忙。

客户：请说！

销售员：……

人人都有帮助他人的良好心理，销售员从电话接通开始，就让客户帮忙，对方一般情况下是不好意思断然挂断电话的。因此，销售员也就获得了与对方继续交谈的机会。

方法4 相关联想约访法

如果与客户没有任何联系，我们可以通过客户内部部门与人员之间的关系，创造一种联系，这种联系会帮助我们拉近与客户之间的关系。

销售员：您好，是××服装厂么？

文员：这里是品质科。您是……

销售员：我叫×××，××公司的，有件事情想请您帮个忙！

文员：什么事？

销售员：请问贵厂采购部是谁负责？采购程序是怎样的？

文员：是梁经理负责，采购程序我不太清楚。

销售员：请问梁经理电话多少？

文员：等一下。是×××××××。

销售员：谢谢你！您好，梁经理，我是××公司的×××，我刚刚跟贵厂品质科通了电话，他们说这件事情只有您能处理。

客户：什么事？

销售员：我知道贵厂新引进了一条生产线，需要一些新的原料，我想了解一下你们的需求，想跟您约个时间交流一下，您看我是星期三还是星期四过去拜访您呢？

使用这种方法，首先应该对目标客户（客户公司）非常了解，而且在

