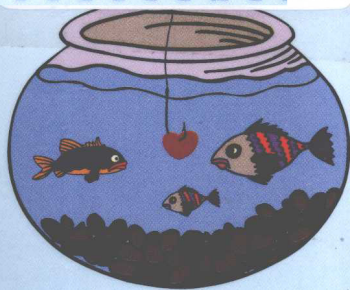


瞬间掌握客户心理的必读枕边书

不可不知的 销售心理学

段军华◎编著



揭示销售真谛 · 掌握销售精髓 · 提升销售能力



金城出版社
GOLD WALL PRESS

— 瞬间掌握客户心理的必读枕边书 —

不可不知的 销售心理学



金城出版社
GOLD WALL PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

不可不知的销售心理学 / 段军华编著. - 北京: 金城出版社, 2010.5

ISBN 978-7-80251-407-2

I. ①不… II. ①段… 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 068126 号

不可不知的销售心理学

作 者 段军华
责任编辑 白京兰
开 本 680 毫米 × 980 毫米 1/16
印 张 15.5
字 数 160 千字
版 次 2010 年 6 月第 1 版 2010 年 6 月第 1 次印刷
印 刷 北京金瀑印刷有限责任公司
书 号 ISBN 978-7-80251-407-2
定 价 29.80 元

出版发行 **金城出版社** 北京市朝阳区和平街 11 区 37 号楼 邮编: 100013
发 行 部 (010)84254364
编 辑 部 (010)64210080
总 编 室 (010)64228516
网 址 <http://www.jccb.com.cn>
电子邮箱 jinchengchuban@163.com
法律顾问 陈鹰律师事务所 (010)64970501

前言

销售就是一场心理战

与客户心理战

下面是两个销售员对客户说的话，虽然话的内容一样，但给人的感觉却是完全有差别的。

销售员甲：“我们这套房子附近有2家超市，可以说购物是非常方便的，而且小区周围环境比较安静，很适合居住。当然，也不能说没有不好的地方，交通是有些不方便，离地铁也比较远，但从总体上来说还是相当不错的。”

销售员乙：“虽然小区离地铁比较远，交通不是太方便。但是，小区周围有2家超市，出门就能购物。而且，更为重要的是，小区的环境很好，不吵不闹的，晚上不必担心睡不着觉，空气质量又很好，非常适合居住。”

两个销售员说的都是同一个意思，但由于他们的表达方式不一样，给客户的感觉是完全不同的。第一个销售员说的话会给客户这样一种感觉：离地铁比较远，交通不方便；第二个销售员说的话给人的感觉是：购物方便，环境好。

销售是与人打交道的过程。如果销售员不能体察到客户的心理，就无法捕捉到客户的各个细节透露出来的讯息。因此，很难和客户达成共

识，分歧就会越来越大，沟通也就会落空。自然，交易也会泡汤。相反，销售员若能准确地把握住客户的心理，能听懂客户的话外之音，并能看出客户的身体语言，就会有意识地运用客户喜欢的方式对待他们，这样一来，不愁客户不签单。

和客户做生意，是把利益带给客户，同时也要让客户有愉快的心理感觉。如果一个客户在和你做生意的时候觉得不高兴，他还会继续和你合作吗？购物的时候他觉得很受气，下次他会来你这里购物吗？很明显，销售员需要给客户一种美好的心理感觉，顺应客户的心理，这样才能使客户愉快地购买。

与自己的心理战

掌握心理学后，销售员不但可以在和客户谈判的时候准确地获得更多的信息，更能依靠心理学来给自己注入力量，从而使得销售员真正做到知己知彼。

销售员小李认为：保险业务太难开展了，人们对保险销售员那么讨厌，我走到哪里人们都不欢迎我。让我每天低着头厚着脸皮去求人，这业务我该怎么展开？还是过一天算一天吧，看有没有什么好的机遇。

小李一直认为自己是不被人们所欢迎的，面对众多的拒绝，他产生了这样的消极心理。

销售员小张认为：随着时代的发展，人们的理财意识越来越强了，人们对保险的认识也越来越清楚了。虽然保险业务会遇到很多拒绝，但克服困难就是胜利。再说，我们做保险的是给客户带去利益，我们不是去求他们，而是去服务他们，总有一天我的业绩会让人们刮目相看的。

小张每天积极地奋斗，他虽然也遇到过很多困难，但他认为这是通向成功之路必须经历的磨难，因而他越战越勇。

一年之后，小李离开了保险行业，小张果真如他所设想的，达到了

他的目标。

实际上，心理的力量是巨大的！一个销售员要是满脑子有这样的想法：我不行。那么他真的会不行，走向消极；反之，一个销售员相信自己能获得成功，那么，他就会把理念贯彻到行动中，从而影响他的行动，让他每天都能以一个乐观、坚强的心态去面对挫折和困难。

小李和小张给自己的心理暗示是不同的，这必然会导致不同的选择与行为，不同的选择和行为必然会有不同的结果。有人说：“一切的成就，一切的财富，都始于一个意念。”一个不相信自己能获得成功的销售员，是永远都无法取得成功的。

是积极向上，给自己的头脑里装满积极的想法，还是消极悲观，自己断定自己不行，这是两个意念。怎样选择，就是销售员自己与自己的心理战争。

本书会让你准确地读懂客户的内心世界，更好地和客户交流。能让你在遇到挫折困难的时候，懂得给自己积极向上的选择，不怕拒绝，充满自信，告别消极悲观，为成功销售打下坚实的基础。

2010年5月

目 录

第一篇 销售离不开心理学

——从了解客户的心理开始

第一章 成功应对——一眼看穿六类难以接近的客户心理	2
1. 滔滔不绝的客户——把话说完了才会达成交易	2
2. “冰山式”的客户——外面是冰，里面热得烫手	5
3. 高压还价的客户——认为不还价就是吃亏	8
4. 谢绝约见的客户——不信任感和不安感埋藏在他们内心	11
5. 虚情假意的客户——有一些怀疑和顾虑	13
6. 因故发怒的客户——心中的安全感会降低	16
第二章 对症下药——攻破七类客户的心理弱点	19
1. 精明型——喜欢真诚和坦率的销售员	19
2. 虚荣型——恭维和夸奖是最有效果的	22
3. 老好人型——需要多次劝说、多次拜访	26
4. 性格急躁型——先说最重要的，多说对方感兴趣的	29
5. 节约朴素型——给他们一种物超所值的感觉	31
6. 性格开朗外向型——先做朋友再谈生意，用“人情味”去吸引他们 ...	34
7. 窘迫腼腆内向型——创造轻松的环境，温和地对待他们	37
第三章 根据客户的外貌特征来洞察人心	41
1. 通过体形和身高来做大致的判断	41

2. 掌握脸形的学问	42
3. 头发也可分析出客户的性格趋向	44
4. 学会观察客户的眉毛	45
5. 眼睛是了解一个人的最好工具	47
第四章 根据客户的身体语言读出内心世界	50
1. 走路的姿势也能泄露一个人内心的秘密	50
2. 站立能反映客户的性情	52
3. 通过坐姿窥视客户心理	53
4. 学会酒中看人	55
5. 从抽烟分析客户的性格	57
6. 点菜识人	59
7. 解开笑的密码	60
8. 从握手来了解客户	62

第二篇 销售有学问

——不能忽视心理学上的技巧

第一章 解除心理防线，与客户不再陌生	66
1. 第一次见面一定要留下好印象	66
2. 让客户觉得你很重视他	69
3. 谈论客户感兴趣的话题，让对方产生亲近感	72
4. 巧妙地引出双方都熟悉的人或者事物	76
5. 要把客户的名字记住	78
第二章 缩短心理距离，满足客户的心理需要	82
1. 在销售过程中，让客户觉得自己占了便宜	82
2. 认真听一听客户在说什么	86
3. 少说多见——与客户见面次数越多越能增强感情	89
4. 有针对性地对客户进行赞美	91

5. 让客户说“是”	95
6. 做销售, 始终不能舍弃“真”与“诚”	99
7. 对于销售员来说, 微笑是必需的	102
第三章 客户的五大心理在消费中的体现	105
1. 参与心理——让客户感觉到自身价值的存在	105
2. 从众心理——你去买我也去买	108
3. 好奇心理——都想早些了解未曾见过的东西	111
4. 紧迫心理——害怕别人捷足先登	114
5. 逆反心理——客户买或者不买双刃剑	117
第四章 四大心理效应在销售中的运用	120
1. 权威效应——让顾客完全相信产品	120
2. 对比效应——让比较结果说话	123
3. 名人效应——借助名人的名气来达到销售的目的	125
4. 相悦定律——喜欢你的客户才能带来他人对你的认可	129
第五章 操纵客户心理, 让客户心甘情愿地付出	132
1. 想办法满足顾客“眼见为实”的心理	132
2. 事实胜于雄辩, 让真实的案例把讯息传达给你的客户	135
3. 欲夺先予	138
4. 欲扬先抑——先说产品的缺点, 再强调独特的优点	141
5. 欲擒故纵——让客户更加有期待心理	145
6. 过分的热情会让客户高度戒备、心生厌烦	147
7. 仔细观察, 看谁是具有决定权的人物	151
第六章 把握客户心理, 突破销售的最后一道障碍	155
1. 销售的铁律——永远不能和客户发生争论	155
2. 在沉默中等待客户自己说话	159
3. 学会找到客户最关注的问题	162
4. 告诉客户你已经替他考虑过了	165
5. 让犹豫不决的客户锁定自己的选择	168

6. 用激将法促使客户购买	171
---------------------	-----

第三篇 让自己变得更强大

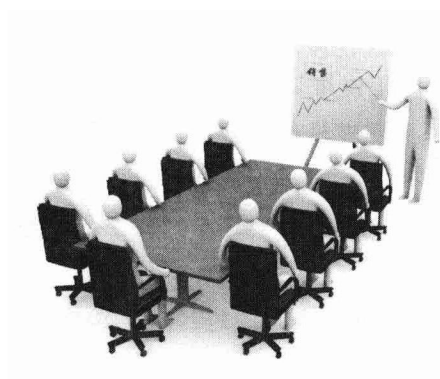
——每一个销售员都必须努力提高自身的心理素质

第一章：完善自身心理，面对形形色色的客户	176
1. 主动才是硬道理	176
2. 心态决定业绩	179
3. 克服怯场与畏惧的心理	183
4. 任何一个销售员都应该有强烈的企图心和成功欲望	186
5. 把拖延心理扼杀在萌芽状态	191
6. 任何一个优秀的销售员都需要克服懒惰	194
7. 销售员不能有自负的心理	198
8. 销售员切忌急躁	200
第二章 给自己注入力量，销售其实就是推销自己	205
1. 发挥心理暗示的巨大作用	205
2. 销售员需要比一般人更坚强	209
3. 自信的销售员才能走遍大街小巷	214
4. 即使被拒绝，也要依然勇往直前	217
5. 用幽默化解客户的不满	221
6. 一定要乐观	225
7. 远离厌倦，让激情主宰自己	229
8. 让好习惯成就自己	232

第一篇

销售离不开心理学

——从了解客户的心理开始



第一章

成功应对——

一眼看穿六类难以接近的客户的心里



1. 滔滔不绝的客户——把话说完了才会达成交易

◎销售人员越是被说得哑口无言，他越是受用。

◎在滔滔不绝的客户面前，销售员一定要学会倾听，并且是真心实意地去听。

王琦是一家培训公司的销售员，他的主要任务就是联系一些主办单位，和主办单位的领导洽谈培训的业务。

这天，王琦和一家研究机构的肖主任约好见面。王琦和司机开车来到报社，把肖主任接到了公司。王琦把肖主任介绍给老板后，肖主任就说道：“哎呀，这天可真热，你们这车里的空调不怎么好啊，热得我浑身直流汗。”

“肖主任辛苦了，让你大老远的跑过来，真是不容易。”王琦的老板赶紧接过话说道。

“小王给我打了好几次电话，叫我来你们公司看看，我就过来看看。听小王的意思，我觉得你们的培训模式不太行，已经不适合这个时代的发展了。可能在前几年还可以，但现在这种模式已经落伍了，跟不上时代潮流了。要想有发展，必须要有创新，要有新的模式。”肖主任一坐下

就开始一本正经地说了开来，好像是要给王琦的老板上课一样。

“肖主任说得对，现在是要搞一些创新了。”王琦的老板很有经验，他并没有去否定肖主任的观点，虽然他还是会用传统的模式去跟肖主任谈合作。

“你看啊，现在有谁愿意花那么多钱坐飞机坐火车去外地参加培训呢？现在是互联网时代，我们得充分利用网络的优势，比如说搞一个网络课程啊，不用出门就能接收到新知识。”肖主任一边喝水一边说。

传统的培训模式就是招收一批学员去旅游城市参加培训，这样既能满足学员的学习需求，同时还可以买足学员的旅游需求。肖主任所说的利用互联网展开培训并不适合王琦他们公司。

“我看了上次小王发给我的那些选题，这都是老掉牙的选题啊，现在有谁愿意来参加这些课程呢。所以说你们得转变思路，得有新的想法，不然还谈什么发展啊。”肖主任又批评道。

谈完工作后，王琦和老板以及司机还有肖主任一起来到饭店吃饭。席间谈到菜系的问题，王琦说他只知道川菜、鲁菜、粤菜。肖主任说：“淮扬菜你就不知道了吧？”王琦没有听过这个菜系，便说怎么还会有淮扬菜呢？肖主任很不屑地说：“淮扬菜也是四大菜系之一啊，你看你连这个都不知道。”王琦连忙说自己见识少。在说到体育运动时，肖主任说一看小王就跑不了3000米，喝酒喝不了3两。这让王琦非常不服气，虽然他身材不是很高大，体形也偏瘦，但他一直以来都在坚持体育锻炼，3000米绝对不在话下，3两白酒也不成问题，但考虑到不能生硬地驳斥肖主任，便用一句“我喝酒一般”一句话带过。

这一顿饭吃了很长时间，肖主任不仅讲述了他当年当兵时候的辉煌岁月，更是把自己转业后所遇到的一些事大侃了一番。

王琦一直耐心地听着肖主任所讲的故事。一是他自己年纪轻，对那些事情有兴趣；二是他知道必须倾听客户说话。后来王琦又去拜访了几次肖主任，每一次他都没有说话的机会，但他每一次都会认真地去听，并真诚地表示敬佩。功夫不负有心人，王琦最终还是和那家单位签了合同。

滔滔不绝的客户喜欢说话，而且一说就是长篇大论，根本就不愿意

停下来。和这类客户在一起，不怕有沉默的尴尬，你说一句，他能说10句；你说公司有十几年的经验，他说跟不上时代潮流；你说没有售后服务，他会严厉指责；你说有售后服务，他又会说是形同虚设。总之，他能找到话题，而且不容你和他唱反调。即使你唱反调，他也不会让你捡便宜，他会坚持自己的观点并试图驳斥你的观点。

滔滔不绝的客户以下的心理特点：

1. 试图通过说的方式来表示自己非同寻常。他们喜欢说话，是因为说能给他们带来一种快感，他们的卖弄欲望十分强烈。你是这个观点，他的观点即使与你一样，他也会说出个与你不一样的观点出来。他们想通过说来告诉别人自己有能力有学识，并不比任何人逊色。这类客户的心理承受能力比较小，所以希望通过吹嘘来弥补自身的弱点。

2. 在击败别人的时候会觉得非常高兴。你刚说上一句，他能说出10句来，你面红耳赤的时候，他正说得眉飞色舞，兴奋异常，如果最后把你说得“落荒而逃”，他就会像捡到一批横财一样表现出满脸的得意。他把你说的越惨，他会觉得越高兴。在平日里，他可能会受到某种压抑，不能尽情地说，所以当他碰见业务员的时候，就会大说特说一番。他们说话的时候经常会冒出这样的句子：“我当年在做××的时候，你还没出生呢”、“这种东西你没听说过吧，你们还嫩着呢”。你要是听了觉得黯然神伤，他会觉得晴空万里，心情十分舒畅。

3. 他们的本质并不坏。这类客户虽然喋喋不休，但他们喜欢说话已经成为一种不自觉的行为。他们希望借助一个说话的机会让自己放松一下、发泄一下，寻求一种满足和安慰。他们并不是针对某个人，对别人的一些讽刺和挖苦也没有敌意，只是一种习惯使然。

成功应对策略

要想争取滔滔不绝的客户，可以根据他们的心理特点，从以下几个方面展开行动：

1. 要经得住挖苦和讽刺。这种客户唠叨不休，甚至会对个人说一些

不太好听的话，这就需要销售人员经得住挖苦和讽刺，不能因为对方贬低自己就觉得是受了委屈，要跟对方较真。在他们面前，要保持平静的态度，即不恼不怒。一般来说，也没有客户会对你的人格尊严进行侮辱，他们只是不同意你的观点，会反驳和讽刺你而已，对这些，销售人员大可以当作没听见。

2. 不能怕累。他们往往有这么一个习惯：不会很爽快很轻易地就答应与你签单。他们似乎是在考验你，故意跟你拖延，这期间你要是不愿意跑腿或者不愿意听他说话，或者对他变得有些冷淡，他们就会拒绝你。所以，对这类客户，要比一般的客户表现出更不怕累不怕吃苦的精神。

3. 多给他们一些赞美。客户滔滔不绝的向别人说，有一个目的是为了显示自己。为了获得更多的目光，他们的话才会如黄河之水绵绵不绝。所以，对他们可以多给一些赞美，你给他的赞美越多，他就会越喜欢你。

滔滔不绝的客户虽然说的很多，有的时候甚至很难把话题说到正经事上来。但他们是很有可能成交的客户，如果没有任何意向，他也不会对你费那么多口舌。他既然会对你说那么多话，就表示他有和你合作的可能性。所以，对这类客户只要发扬不怕苦不怕被讽刺和挖苦的精神，就能成功获取订单。

2. “冰山式”的客户——外面是冰，里面热得烫手

◎在大多数情况下，他都会把“冷”的一面展示给外界。

◎由于矜持或者心高气傲的缘故，在初次的交往中他们会显得非常冷淡。

彭女士是某软件公司的总经理。小谢从一个老客户那里得知彭女士需要为公司采购一批办公用品，于是，在老客户的引荐下，他来到了彭

女士的办公室。

见到小谢的到来，彭女士头都没抬，只是轻声地说了声“坐”。小谢笑着递上了自己的名片，然后在座位上坐了下来。小谢的心里有些紧张，因为是老客户介绍来的，他原本以为会受到彭女士的热情招待，没想到彭女士会那么冷酷。小谢打量了一下彭女士：50岁左右的年纪，戴着一副眼镜，穿着一件黑色的西装。

大概过了几秒钟，彭女士放下了笔，抬起头看了一眼小谢。小谢微笑了一下，然后递上了自己的名片，接着，小谢说：“彭经理，我从张老师那儿得知您这儿需要采购一批办公用品后，就想过来跟您沟通一下。张老师昨天给您打了电话约好今天9点，所以我就过来了。”彭女士听完后没有说什么，又是几秒钟后，彭女士才说：“你们单位在什么位置？”声音极小，有气无力的样子，而且说话的语速非常慢。

实际上名片上就印着单位的地址，但小谢没敢说让她看名片，因为小谢发现彭女士根本就没有看他的名片。告诉了彭女士单位地址后，小谢就简单介绍了自己的公司，然后把一份打印的资料递给了彭女士，这回彭女士拿着资料看了有一分多钟。随后，彭女士又问了句“喝水吗？”小谢说不渴，彭女士也就没再提。

第一次见面，彭女士的冷漠态度让小谢有些担心，甚至有放弃的念头，但想到老师说他们的确有购买的需要，而自己的公司又恰好能提供他们所需要的。小谢认为不能轻易放弃，应该用自己的热情去征服彭女士。

在接下来的一个星期里，小谢又打了两次电话，每次在电话里小谢都会说一些新内容。在第二个星期里，小谢又去拜访了一次，最后成功地把彭女士请到了自己的公司参观，让小谢惊喜的是，原来彭女士也是一个很健谈的人。

在销售过程中，销售员会经常遇到“冰山式”的客户。其实很多客户在一开始都会表现出冷漠、不理睬的态度，只有很少一部分客户在第一次见到业务员的时候会表现出友好的态度。不过，有的客户会不冷不热，有的客户会极度冷漠，给人一种无法交流沟通的感觉。

“冰山式”的客户有以下心理特点：

1. 外冷内热。这种客户真实的一面短时间是很难了解的。他们外表冷酷，实际就他的本性而言，他是非常愿意与外人接触的，只不过受他自身成长环境和性格的影响，让他们很难轻易对一个人吐露内心。很多时候，他们也是非常善良的，也愿意帮助别人，愿意和人沟通，但他们找不到一种恰当的方式。“冰山式”的客户平常不太健谈，性格比较孤僻。

2. 他们给自己的定性是“以冷示人”。在大多数情况下，他都会把“冷”的一面展示给外界。他们坚持自己是“拒绝溶化的冰”，却也想在某个时候释放自己的热情，把自己溶化，可他们不善于把握时机。因为他们长期都是一副“冰冷”的面孔，所以他们无法掌握好表达自己热情的火候，这同时也会加剧他们继续“我行我素”展示冰冷的一面。

3. 心中期待热心的到来。出于矜持或者心高，他们会极力掩饰自己的真实心理，给外人造成一种缺乏热情的印象。有的是越有感情，越要显得冷漠，除非你愿意放低姿态，不然他们很难向你打开心扉。

成功应对策略

要想溶化“冰山式”的客户，可以从以下几个方面入手：

1. 一定要有热情。当面对一个“冰山式”的客户时，很多业务员一开始会表现出极大的热情，但当他们遇到对方冷淡的反应时，这些业务员的热情就会有所收缩。当第二次对方还是一副爱理不理的样子时，有些业务员认为你如此待人，我干吗要对你那么热情呢？于是就从此放弃。实际上，如果业务员能够坚持以热情示人，最终还是会溶化掉这些“冰山式”的客户的。每个人的内心接受一个人都需要一定的过程，而“冰山式”的客户从内心接受一个人的过程会比一般客户更加漫长。所以，每一次都拿出十足的热情去应对他们是很重要的。

2. 一定要主动。“冰山式”的客户习惯了以“冷”示人，他们缺乏主动性，和他们打交道，业务员一定要学会主动。如果业务员不主动，