



一看就懂

针对10种不同的顾客型态

传授90招**应对技巧**与顶尖业务创造**销售巅峰**的秘诀，
让顾客对你掏心掏肺又**掏钱**！

互动式
情景漫画
**完全
图解**

让客户掏心 掏肺又掏钱 的**90**招销售秘诀

RANG KE HU TAO XIN TAO FEI YOU TAO QIAN DE 90 ZHAO XIAN SHOU MI JUE

林琇琬 / 编著 瓦楞 / 绘图

易阅读！

全书彩色图表，搭配俏皮的互动式情景漫画，
的应对之道！

好理解！

精准命中客户死穴！

的相处原则，

重实例！

传授与各种顾客应对的技巧，
教你迅速掌握成交的关键，让你业绩飙升！

一看就懂

让客户掏心 掏肺又掏钱 的90招销售秘诀

RANG KE HU TAO XIN TAO FEI YOU TAO QIAN DE 90 ZHAO XIAN SHOU MI JUE

林琇琬 / 编著 瓦楞 / 绘图

图书在版编目 (CIP) 数据

让客户掏心掏肺又掏钱的 90 招销售秘诀 / 林琬编著 ; 瓦楞绘图 . —合肥 :

安徽人民出版社 , 2012.11

ISBN 978-7-212-05936-1

I . ①让… II . ①林… ②瓦… III . ①销售—方法 IV . ① F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 280521 号

安徽省版权著作权合同登记 字 : 12121169 号

本著作物经外图 (厦门) 文化传播有限公司代理, 由汉湘事业股份有限公司授权北京时代华文书局有限公司, 在中国大陆出版、发行中文简体字版本。

让客户掏心掏肺又掏钱的 90 招销售秘诀

作 者 | 林琬琬

绘 图 | 瓦 楞

出 版 人 | 胡正义

选题策划 | 胡俊生

责任编辑 | 胡俊生 徐敏峰

责任印制 | 刘 银

营销编辑 | 孙向雷

装帧设计 | 亚力设计 赵芝英

出 版 | 时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

安徽人民出版社 <http://www.ahpeople.com>

合肥市政务文化新区翡翠路 1118 号出版传媒广场 8 楼

邮编: 230071

发 行 | 北京时代华文书局有限公司

北京市东城区安定门外大街 138 号皇城国际大厦 A 座 8 楼

邮编: 100011 电话: 010-64267120 010-64267397

印 刷 | 北京中印联印务有限公司 电话: 010-87331056

(如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换)

开 本 | 700×1000 1/16

印 张 | 13.25

字 数 | 160 千字

版 次 | 2013 年 1 月第 1 版 2013 年 1 月第 1 次印刷

书 号 | ISBN 978-7-212-05936-1

定 价 | 29.80 元

版权所有, 侵权必究



作者序

业务工作是一项最迷人，也最折磨人的工作。如果面对好的顾客，会觉得自己服务得很开心；若是遇到不好的顾客，会感到自己的价值不断地被顾客耗损掉。

本书列举 10 种不同的顾客形态，再用 90 个不同的实例，让从事业务需求的你，可以更快地成交，不必被顾客表面的样子模糊焦点。很多时候都是顾客已经有购买的需求，可是因为业务不懂顾客的需求，就把已经送到自己面前的业务，白白地拱手让人，这才是最气人的。这也是本书要让你知道的，你一定可以赚到你的业务，只要懂得用对方法。

业务是一个直接面对顾客的工作，所以最直接的就是要了解人性。如果能够知道人性，就不会让自己的表现被顾客不同的态度刺激，最后还无法成交。业务最需要做的事，就是让顾客可以开心地购买产品。如何让顾客开心？那就是业务要用心，这也是本书问世的原因。

其实最重要的，就是要从自己的同情心做起，每个人在还没当业务前，都当过消费者，只要用消费者的心理来看自己该做的事，其实都不难；让顾客真心地喜欢产品，喜欢向你购买，这才是业务最终该做的事。

当然还有一些技巧，可让你更快地进入状况。有些人不是你可以控制的，因为非理性的消费者，连自己在做什么都可能控制不了，所以要去理解真的是太难了。这里指的是一般的消费者，是有理性、可以判断的顾客，你可以用他能接受的方式，让他和你成交，让你赚到可以赚到的钱，而不是让钱在你面前走掉，等到顾客不见了，自己还不知道损失了些什么。

只要多懂得一些顾客的心理和销售的技巧，就可以让业绩更好。希望读过本书的你，业绩可以节节上升。



Chapter 1

第一种顾客类型： 蘑菇大半天就是不肯买

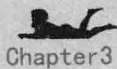
- 典型特征 1: 蘑菇大半天就是不肯买 /004
- 典型特征 2: 杀价杀不停 /006
- 典型特征 3: 频频对产品挑毛病 /008
- 典型特征 4: 感慨自己非买产品不可 /010
- 典型特征 5: 爱看说明书，追根究底 /012
- 典型特征 6: 一直夸其他公司产品有多好 /014
- 典型特征 7: 任凭你口沫横飞，他只是自言自语 /016
- 典型特征 8: 死盯产品却不买 /018
- 典型特征 9: 不付钱却狂问购买的好处 /020



Chapter 2

第二种顾客类型： 嘴巴超坏，骂个不停

- 典型特征 1: 一进门就狂抱怨 /024
- 典型特征 2: 不跟着骂产品，就连你都骂进去 /026
- 典型特征 3: 逼你说自己不愉快的购买经验 /028
- 典型特征 4: 边骂边拿免费赠品 /030
- 典型特征 5: 嘴巴超坏还要你说他是好顾客 /032
- 典型特征 6: 硬要承诺给折扣才肯离开 /034
- 典型特征 7: 一直要你跟着骂公司产品 /036
- 典型特征 8: 骂人还要求你来安抚情绪 /038
- 典型特征 9: 自以为是、频频挑剔，还以为自己受欢迎 /040



Chapter 3

第三种顾客类型： 没有分寸，一黏上就甩不掉的捕蝇纸型顾客

- 典型特征 1: 隔三差五就爱打电话来瞎聊 /044
- 典型特征 2: 节日硬要找你陪 /046

- 典型特征 3: 没有说尽好话就不购买 /048
- 典型特征 4: 每次上门就当自己家, 硬要贪小便宜 /050
- 典型特征 5: 硬要去零头才肯成交 /052
- 典型特征 6: 不熟装熟, 每次都要勾肩搭背, 强调自己是朋友 /054
- 典型特征 7: 晚餐时间自己上门要来用餐 /056
- 典型特征 8: 硬要你买和他一样的衣服或东西 /058
- 典型特征 9: 不问产品细节, 却爱问私人问题 /060



Chapter4

第四种顾客类型: 不拍马屁就不理你

- 典型特征 1: 不夸张的赞美就不购买 /064
- 典型特征 2: 爱听反话的夸张称赞才要购买 /066
- 典型特征 3: 强调自己只买好东西, 买到不好的就要你负责 /068
- 典型特征 4: 自以为高级还爱嫌你不够高级 /070
- 典型特征 5: 没品味却总爱装高级 /072
- 典型特征 6: 爱被拍马屁还嫌你说得不够好 /074
- 典型特征 7: 强迫要你拍和产品有多搭配的瞎马屁 /076
- 典型特征 8: 不但要拍马屁, 还指定你要拍哪种马屁 /078
- 典型特征 9: 不但要你拍马屁, 还要求你要真心 /080



Chapter5

第五种顾客类型: 不断自夸, 净聊些跟产品无关的丰功伟业

- 典型特征 1: 自说自话, 不让你插得上话 /084
- 典型特征 2: 只顾自己说话, 还要你闭嘴听 /086
- 典型特征 3: 自己上门演半天, 不管你在一旁的介绍 /088
- 典型特征 4: 不论你说什么, 都要你说重点 /090
- 典型特征 5: 一直讽刺你没资格卖东西 /092
- 典型特征 6: 自己在说多爱产品, 还要你附和 /094
- 典型特征 7: 自我优越感十足, 自以为是专家级 /096
- 典型特征 8: 爱糟蹋人还要求你要感谢他 /098
- 典型特征 9: 爱买不买地嫌半天, 还要强调他肯买是你的荣幸 /100



Chapter6

第六种顾客类型：

狗眼看人，只想和主管打交道

- 典型特征 1： 强调你没资格和他说话，硬要找主管出来 /104
- 典型特征 2： 只想要主管出来给折扣 /106
- 典型特征 3： 一来就说要等主管，要你去自己忙自己的 /108
- 典型特征 4： 自以为是大顾客，要主管出来接见 /110
- 典型特征 5： 只听主管说的话，把你的话当屁话 /112
- 典型特征 6： 没有主管就把你当空气 /114
- 典型特征 7： 一进门就先说话糟蹋你到底，直到知道你是主管才住嘴 /116
- 典型特征 8： 不说是主管授意的，就不跟你说半句话 /118
- 典型特征 9： 主管说好话就愿意购买，你一说话就没好脸色 /120



Chapter7

第七种顾客类型：

贪小便宜，杀价杀到底

- 典型特征 1： 只买一样还硬要批发价 /124
- 典型特征 2： 杀价杀到没有利润空间，还坚持你赚太多 /126
- 典型特征 3： 不管价钱合不合理，就是要买，还不管你卖不卖 /128
- 典型特征 4： 不但要杀价，连下次还没买的都先要求折扣 /130
- 典型特征 5： 把折价券当礼券用，不付现金还非常烦 /132
- 典型特征 6： 没有公司的打折卡，还硬要求打折 /134
- 典型特征 7： 没有特价的产品也要求要特价 /136
- 典型特征 8： 九折产品硬要求打到一折 /138
- 典型特征 9： 爱贪小便宜，还硬要说自己不在乎钱 /140



Chapter8

第八种顾客类型：

不会还要装会，不知道自己很讨人厌

- 典型特征 1： 爱吹牛到说错了，还不自知 /144
- 典型特征 2： 顾左右而言他，其实是不会装会 /146
- 典型特征 3： 讲半天只是要给同业价 /148

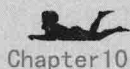
- 典型特征 4: 用吹牛来武装自己是有尊严的 /150
- 典型特征 5: 要 you 和他站同一边, 把他说的都说成是你讲的 /152
- 典型特征 6: 讲错专业用语, 还自鸣得意 /154
- 典型特征 7: 乱找根据, 瞎凑一堆, 还自以为很厉害 /156
- 典型特征 8: 不懂产品, 说错特性, 还自以为没有破绽 /158
- 典型特征 9: 连基本常识都说错, 还要你大力地赞同 /160



Chapter 9

第九种顾客类型: 完全没概念, 一问三不知还非常烦

- 典型特征 1: 连自己要买什么都说不出来, 却坚持要购买和推荐 /164
- 典型特征 2: 一直说要买, 却又神经质地怕自己被骗和买错 /166
- 典型特征 3: 一再地要你保证他买的是好东西, 才愿意购买 /168
- 典型特征 4: 要你做很多问题问他, 他才能肯定自己的购买是对的 /170
- 典型特征 5: 要你不断地和他讨论, 他才能下定决心要购买 /172
- 典型特征 6: 不知要买什么, 又怕跟不上流行 /174
- 典型特征 7: 想要买最好的, 又怕自己买太贵 /176
- 典型特征 8: 讲老半天, 只说下次再买 /178
- 典型特征 9: 口中一直说不知要买什么, 看到广告产品, 就要买 /180



Chapter 10

第十种顾客类型: 防御心强, 不信任人, 像观察小偷一样 地观察你说话

- 典型特征 1: 不说半句话, 表情超级严肃 /184
- 典型特征 2: 不说半句话, 一堆表情要你猜测 /186
- 典型特征 3: 要你不断推荐, 却用怀疑的眼神一直看你 /188
- 典型特征 4: 把你的推荐当表演, 一直观察你 /190
- 典型特征 5: 任你说半天话, 就是不想和你有互动 /192
- 典型特征 6: 硬要你来找出购买原因, 不然就是不理你 /194
- 典型特征 7: 自顾自地看产品介绍, 不把你当一回事 /196
- 典型特征 8: 说得天花乱坠口沫横飞, 还是不为所动 /198
- 典型特征 9: 只活在自己的世界, 把你当空气 /200

一看就懂

让客户掏心掏肺又掏钱的 90 招销售秘诀

第一种顾客类型：
蘑菇大半天就是
不肯买





- 典型特征 1: 磨菇大半天就是不肯买
- 典型特征 2: 杀价杀不停
- 典型特征 3: 频频对产品挑毛病
- 典型特征 4: 感慨自己非买产品不可
- 典型特征 5: 爱看说明书，追根究底
- 典型特征 6: 一直夸其他公司产品有多好
- 典型特征 7: 任凭你口沫横飞，他只是自言自语
- 典型特征 8: 死盯产品却不买
- 典型特征 9: 不付钱却狂问购买的好处



典型特征

1

蘑菇大半天就是不肯买

顾客会向旁边的人寻求看法时，就是快要成交了——这样的顾客，能让你学会：顾客会问别人意见或是与朋友讨论时，就是已经认同产品。要坚持到底，才不会在临门一脚时放弃，太可惜！

刚当业务员的人都会很心急，很想要赶快成交，取得业绩。如果遇到会很慢才决定是否购买的顾客，你太心急地催促对方成交，反而会弄巧成拙，而把原本可以成交的顾客、可以赚到钱的业绩，给白白推出门。

对于在购买前会突然问身旁的人意见的顾客，其实他已经对产品有认同感了，这时可以静静等待顾客掏钱就好，不需要太多的推荐。因为此时是顾客的犹豫期，但确定有百分之八十的机会会购买了，你只需留意不要给顾客过多的意见，让顾客觉得是自己决定购买的，买得心甘情愿，这样的成交就能百分之百了。



实 例

常岳正在介绍他的产品，顾客的反应一直很好，也对产品提出很多的问题。眼看应该就要成交了，当他问顾客需要付现还是刷卡时，顾客却充耳不闻，一直问旁边的人：“还可以吧？你觉得如何？”就径自与身边的人讨论起来，一点都不理会常岳。

常岳觉得很奇怪，又问一次：“请问需要购买产品吗？”顾客又开始充耳不闻，把他当成透明人。他觉得很奇怪，不知道是哪里出了问题，不知道自己哪里做错了？

此时，顾客又问身边的人：“你们觉得如何？”有人说好，有人说不好，顾客就一直在和身旁的人讨论。

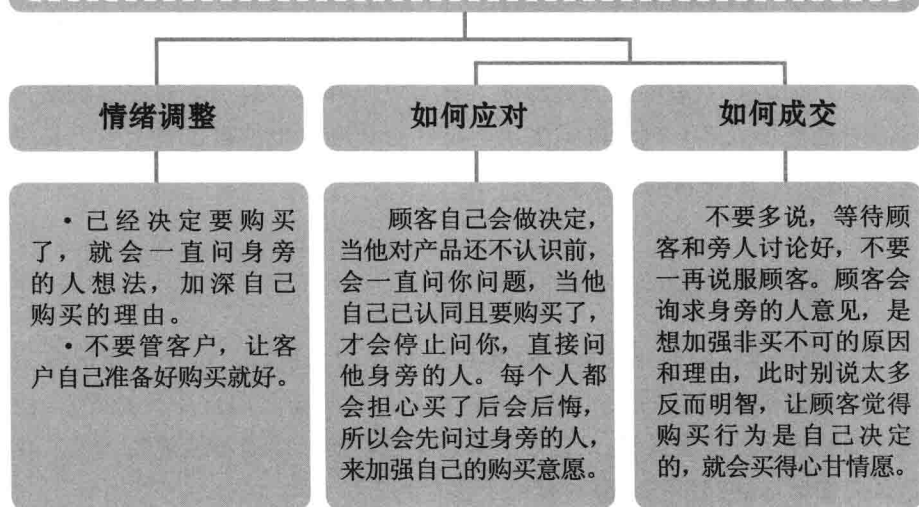
蘑菇大半天就是不肯买



客户会问别人意见或是与朋友讨论时，就已经认同产品。要坚持到底，才不会在临门一脚时放弃，太可惜！

遇到这样的顾客，能让你学会

客户购买前一直问身旁的人意见



重点提示

- 如何应对：不要加入讨论，静静地等待客户讨论好。
- 如何成交：当顾客会寻找身旁的人商量，通常都是顾客本身已经认同产品，并且决定要购买了，所以等顾客自己决定好就能成交。



典型特征

2

杀价杀不停

这样的顾客，能让你学会：顾客想买才会向你杀价；顾客开始杀价，就是确定会购买了。

介绍产品时其实顾客都是很轻松的，因为这时顾客还没有决定要购买，所以可以轻松地和您聊聊天，这时的业务可以很顺利进行介绍，顾客也都很好相处。但是当顾客已经动心，想买下产品了，他就会转变态度，可能会让你很不舒服，因为他想要杀价来购买，这是正常的心理，每个消费者都希望用最低的价钱，买到最好的东西。

千万不要被顾客气到，因为成交就在不远处了，就算不降价顾客也会购买，如果要缩短顾客的犹豫期，其实可以降价一点点。要注意的是：千万不能降价太多！因为降太多价，反而会让顾客觉得自己看上的产品是没有价值的，顾客反而不会购买。



实例

正燕和顾客谈得正起劲，顾客和他的互动也很好，可是却在快成交时，顾客突然嫌起产品来：“这个东西到底好在哪里？值这个价钱吗？”正燕正要解释时，顾客又说：“我才不信别家没有卖，难道不能更便宜吗？我怎么会知道这样的价钱，到时候会不会后悔？”

正燕感到很生气，刚才都说得好好的，为什么会突然开始质疑产品？刚才愉快的气氛到哪里去了？

他本来快要和顾客吵起来了，因为他觉得顾客太无理取闹了。就在他受不了时，顾客却突然付账了，这真让他搞不清楚顾客到底是在做什么？不过他学到一个经验，以后如果遇到这样的顾客，就让他自己决定要不要购买。

杀价杀不停

可以算便宜一点吗？



最多只能打9折。



顾客想买才会向你杀价；顾客开始杀价，就是确定要购买了。

遇到这样的顾客，能让你学会

看到顾客突然骂起产品来

情绪调整

- 必要的时候，可以给一些折扣，让顾客早些成交。
- 不要被激怒，尽量不说话，等顾客做最后的购买决定。

如何应对

以不变应万变，会嫌产品不好的人，通常都是非买不可了，顾客只是在最后的争取价格折扣，就算你不降价顾客还是会购买。但是如果要让顾客更早成交，可以做一些小折扣，加速顾客的购买。

如何成交

业务一句话都不说，对顾客来说是种折磨。顾客已经心动非买到产品不可，才会对你和产品说难听的话，如果没感觉，顾客通常会直接一走了之。所以要沉住气，因为成交的时机随时在下一秒。

重点提示

- 如何应对：保持沉默，让顾客骂完后，顾客就会购买产品。
- 如何成交：真的会购买的顾客，就算你不降价，顾客还是会购买的。



典型特征

3

频频对产品挑毛病

这样的顾客，能让你学会：嫌货才是买货人，是一句至理名言！人的心理就是会对中意的产品挑毛病，这样的顾客是一定会购买产品的。

任何人被骂时的心情都不好，但是有的客人要成交前，会一直批评，甚至买点小东西也要对产品挑三拣四，因为他对自己非买不可的心理，连自己都厌恶了，所以他会一直骂产品，有时连业务也会骂进去。但是要有耐心，他不是针对你，他是针对自己和产品，他无法说服自己不买，所以在骂他自己，并把自己的这种坏情绪转移到业务身上。当你有这样的认知后，记得要沉住气，你就能顺利售出产品，赚到业绩，也赚到好心情。



实例

荣政在一家精品金饰店上班，因为近期黄金价格不断飙涨，所以近来的业绩都很好。

但是近来遇到一个很夸张的客人，每次上门光顾都是来骂人的。前几次还是客气地骂，到了后来是连他都骂了：“你这家店烂成这样，卖我这种东西还卖得这么贵，真烂！”虽然这个客人买的价钱不高，但是他常常来消费，所以荣政虽然对这个客人很不高兴，但还是会很有耐心地等待客人挑毛病。

可是今天客人特别的奇怪，因为客人今天不但严厉地骂个不停，最后连他也骂下去！荣政原本要生气了，快忍不下去时，客人突然拿出支票，写下金额后，忿忿地跟他说：“我今天要买300万的金条。”

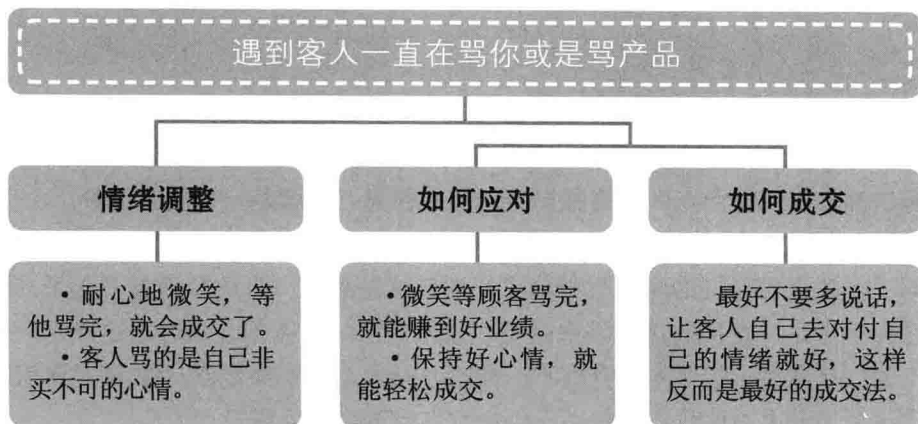
荣政有些惊讶，庆幸自己并没有骂出口，维持好耐性让他留住一笔大订单。



人的心理就是会对中意的产品挑毛病，这种顾客是一定会购买产品的。



遇到这样的顾客，能让你学会



重点提示

- 如何应对：面对口气不佳的顾客，不要有情绪，就是最好的应对。
- 如何成交：不要和顾客有言语上的互动，耐心地等顾客骂完，顾客就会自动成交。