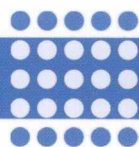


卖得又多又快又省心的销售心法

销售要懂点 心理学

早一天掌握



早一天成功

胡晶晶◎编著



XIAOSHOU YAODONGDIAN
XINLIXUE

销售其实很简单,制胜策略就在心理操纵间。如果你**想钓到鱼**,就得**像鱼那样思考**,而不是像渔夫那样思考。



中国纺织出版社



卖得又多又快又省心的销售心法



销售要懂点 心理学

胡晶晶◎编著

 中国纺织出版社

内 容 提 要

销售是心与心的交流,销售人员要打的是一场“心理战”。做销售如果不懂心理学,就犹如人在茫茫的黑夜里行走,永远只能误打误撞。

本书从心理学的角度介绍了销售过程中所需要把握的心理策略,教会销售人员如何挖掘客户的心理需求、引爆客户的购买冲动、找准客户的心理突破口以及读懂客户的身体语言。销售人员想要提升自己的销售业绩,就一定要懂得察言、观色、攻心,真正明白心理学对销售工作的重要性。

本书通俗易懂,实用价值很高,在对销售技巧讲解时,结合实际案例,为销售新人和正在从事销售工作的朋友提供了切实可行的操作方法,是一部不可多得的销售实战宝典。

图书在版编目(CIP)数据

销售要懂点心理学/胡晶晶编著. --北京:中国纺织出版社,2012.9

ISBN 978-7-5064-8895-2

I. ①销… II. ①胡… III. ①销售—商业心理学
IV. ①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第165709号

策划编辑:黄磊 责任编辑:黄磊
特约编辑:孙海燕 责任印制:储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

尚艺印装有限公司印刷 各地新华书店经销

2012年9月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:17.5

字数:197千字 定价:29.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



销售是一场心理博弈,成败之间,全在双方心理上的你来我往、斗智斗勇。在销售过程中,销售人员只有熟练应用心理学策略,才能从根本上化解销售中的难题,从而立于不败之地。

“攻心术”是在激烈的市场竞争中提升销售业绩的决胜秘籍。随着目前企业市场竞争差异化的日益缩小,决定销售员业绩的已经不再只是产品、服务、价格等客观因素,掌握销售心理学已经成为一名优秀销售员的必备能力。懂心理、会说话的销售员,不仅能打开局面,给客户留下好印象,还会让客户无法拒绝你。没有销售业绩的根本问题在于你没有打开客户的心门,消除他们的疑虑、卸下他们的心防。

《销售要懂点心理学》结合了心理学与销售学两大学科的精华,在为读者提供理论支持的时候,也讲述了成功的销售经验。而且,这些方法与技巧都是能经受住考验的,它最大的特点是简单、有效、可行,是一本不折不扣的销售宝典。

本书是较为全面的销售心理学实用指南,从销售人员到客户,从心理学效应到客户心理的剖析,从心理法技法到客户身体语言的解读,每一个知识点都详尽讲述了心理学在销售中的实战应用,均有理有据,理论与实践相得益彰,说理透彻,案例鲜明,有利于读者在短时间内把握客户的消费心理,并

提升自己的销售技能。

在编写过程中,本书借鉴了一些营销学、心理学著作,参考了大量具有科学依据的文献资料,在此,向各位作者和编者表示感谢。限于编者水平,错误和不当之处在所难免,欢迎各位读者提出宝贵的意见。

编著者

2012 年 7 月

Contents 目录

第一章 销售是一场攻心战 1

上兵伐谋,攻心为上!销售是一场心理战,是心与心的较量。销售人员想要成功地将产品卖给客户,就需要读懂客户的心理,同时也要对自己的心理进行修炼。销售人员的心理素质,因人而异,因为人都是不一样的。但心理素质是可以锻炼的,在日常销售的磨砺中,把自己的心态调整到一个合适的位置,有渴望成功的雄心,有一个催促自己勇往直前的目标,能控制自己的情绪,有永不放弃的恒心,有接受拒绝的勇气,若能做到这些,销售人员就已经打开了成功的大门。

- 一、攻心,销售就是心对心 / 3
- 二、成功,有一种销售叫感情投资 / 7
- 三、心态,决定销售的行为和结果 / 10
- 四、雄心,相信自己可以创造奇迹 / 15
- 五、目标,勇往直前的心灵动力 / 18
- 六、情商,我的情绪我做主 / 22
- 七、恒心,绝不半途而废 / 26
- 八、被拒,要有重振旗鼓的勇气 / 28



第二章 销售员应该掌握的心理效应 33

“成功的销售人员一定是一个伟大的心理学家。”这是销售行业的一句名言。世界权威销售培训师博恩·崔西也曾明确指出,销售的成功与销售员对人心的把握有着密不可分的联系。在销售的过程中,恰当的心理策略能够帮助销售员取得成功。销售员不仅要洞察顾客的心理,了解顾客的愿望,还要掌握灵活的心理应对方式,从而实现产品的成功销售。

一、首因效应:用第一印象抓住客户 / 35

二、光环效应:别把客户放在晕轮下 / 38

三、投射效应:喜欢你才会接受你 / 40

四、权威效应:用权威引领客户 / 42

五、门槛效应:销售员如何“得寸进尺” / 45

六、禁果效应:你越不想卖,客户越想买 / 47

七、镜像效应:随时与客户换位思考 / 49

八、焦点效应:客户真正需要的是受重视 / 52

九、羊群效应:把握客户的从众心理 / 54

十、刺猬效应:和客户保持适当的距离 / 56

第三章 销售中常用的心理学诡计 59

销售其实很简单,制胜策略就在心理操纵间。如果你想钓到鱼,就得像鱼那样思考,而不是像渔夫那样思考。

在销售领域,销售人员取得成功的一个关键原因,就在于他们能够洞悉客户的心理变化,并且懂得运用相关的心理学技巧来处理销售过程中所出现的问题。销售就是一场心理博弈战,只有读懂客户内心的人才能立于不败之地。事实上,在销售的过程中若不想处于被动局面,并最终实现自己的销售目标,销售人员必须学会一些心理操纵术。

一、投其所好:不断扩大与客户的共同点 / 61

二、欲扬先抑:事先向客户渲染最坏的情况 / 63

三、潜移默化:让客户不断说“是” / 66



- 四、自曝其短:让缺点变成卖点 / 67
- 五、软硬兼施:有原则地对客户让步 / 71
- 六、声东击西:转移客户注意力 / 74
- 七、逐步蚕食:以小攻大,诱导客户成交 / 76
- 八、角色扮演:白脸唱罢红脸登场 / 79
- 九、引君入瓮:让客户顺着往里钻 / 80
- 十、以柔克刚:让客户忠诚于你 / 83

第四章 深入挖掘客户的心理需求 89

美国销售大师甘道夫博士有一句名言:“销售是98%的了解人性+2%的产品知识。”很多销售之所以不成功,是因为没有了解客户,没有了解客户的心理,没有了解客户的需求。

客户的需求不断变化,销售人员的服务永无止境。销售人员只有全力为客户服务,才能满足客户的需求。有些销售人员往往急功近利,一心只想销售产品,实现业绩。其实,他们忽视了销售实现的前提是客户需求的满足。在销售的过程中,只有不断挖掘客户的需求,真诚地为客户提供有效的服务,努力地满足顾客的需求,才能实现销售目标。

- 一、推销98%是对目标客户的了解 / 91
- 二、从细节窥破客户所思所想 / 95
- 三、抓紧客户的需求点 / 99
- 四、找准客户的主导需求 / 103
- 五、挖掘客户潜在的需求 / 107
- 六、探知客户需求的关键技巧——询问 / 109
- 七、引导客户需求的六步“破茧术” / 112
- 八、主动创造客户需求的技巧 / 117



第五章 引爆客户的购买冲动 121

据美国著名调查机构的分析显示,美国消费者在超市内进行决策的非计划购买比率平均为66.1%,对超市的化妆品、保健品及医药品购买行为的研究发现,保健品和美容用品的购买决策中,61%是非计划的。研究还表明,营业员可以影响到的非计划购买的消费者的比例可达到62%。从这个现象可以看出,在销售的过程中,如果客户已经有了购买的欲望,而销售人员要想让客户的购买欲望转化为成交事实,就需要引爆客户的购买冲动。

- 一、让自己的介绍更专业 / 123
- 二、使客户保持对产品 100% 的信心 / 126
- 三、用独特卖点打动客户 / 129
- 四、引导客户多了解产品优点 / 132
- 五、引导客户亲自体验产品 / 135
- 六、找到让客户动心的关键理由 / 139
- 七、给客户创造好故事 / 142
- 八、卸载客户的压力 / 144

第六章 找准客户心理突破口 147

人过一百,各色不缺。在销售的过程中,销售人员所要接触的客户形形色色,他们的需求因人而异,各不相同。其心理也各不相同,有的客户虚荣心较强,有的客户则对产品的价格过于重视等。销售就是要找到不同的客户的不同需求,然后一一去满足。对于销售人员来讲,一定要对客户进行认真的观察,把握其心理特征,找出客户的心理弱点。而这个心理弱点就是客户的心理突破口,这样销售人员就可以避其锋芒,中其下怀,顺利实现销售的目的。能做到这一步,你就可以把任何东西卖给任何人了。

- 一、洞悉被重视心理——让客户享有贵宾待遇 / 149
- 二、抓住求廉心理——让客户感觉钱花在了刀刃上 / 150
- 三、切中趋利心理——给客户一些小恩惠 / 152
- 四、制造竞争心理——唤醒客户争胜的欲望 / 154



五、激发猎奇心理——吸引客户的关注 / 155

六、巧借逆反心理——驱动客户反其道而行之 / 159

七、把脉犹豫心理——促使客户早下决心 / 162

八、满足虚荣心理——促使客户完成交易 / 167

第七章 读懂客户的身体语言 169

身体语言,指非词语性的身体符号。包括目光与面部表情、身体运动与触摸、姿势与外貌、身体间的空间距离等。当销售人员与客户面对面,客户的每个动作和表情都含义无穷。人们可以在语言上伪装自己,但身体语言却经常会“出卖”他们,一个无心眼神,可能意味着客户不想继续当前的谈话;一个不经意的小动作,或许暗示客户对你的产品并不感兴趣。因此,正确解读客户的身体语言密码,能助我们更准确地把握客户。判断客户对整个产品销售过程的反应,并据此调整自己的销售思路与方法,进而达成交易。

一、小动作透露出的心理信号 / 171

二、客户的坐姿蕴含玄机 / 174

三、从表情看客户心理 / 177

四、头部动作折射客户真实的心理 / 180

五、眼睛是客户心灵的窗户 / 182

六、注意客户手部细微的动作 / 184

七、读懂客户的腿部动作 / 186

八、解读客户的笑之语 / 188

第八章 学会对客户进行情感投资 191

动人心者莫过于情。情动之后心动,心动之后理顺。随着市场的竞争越来越激烈,在产品以及服务都差不多的情况下,真正能吸引客户的就是隐藏的利益和深藏的利益——关系、情感、感受和信任。因此,销售人员要想与客户顺利成交,除了掌握一些必备的销售知识与技巧之外,还要主动与客户沟通感情,增加彼此的信任度,对客户的情感进行长久地投资。



- 一、做客户的知心朋友 / 193
- 二、比你承诺的多做一点 / 195
- 三、永远把客户的利益放在首位 / 198
- 四、把客户当做自己的“最爱” / 200
- 五、开启客户的情感账号 / 202
- 六、学会站在客户的立场上思考问题 / 205
- 七、与客户建立持久友好的联系 / 207
- 八、让客户为你推荐客户 / 211

第九章 学会利用环境诱导客户成交 215

人不是独立的个体,心理状态会受环境因素的影响与干预。环境对销售的影响是巨大的,但在很多时候,销售人员却总容易忽视环境的影响。在销售的过程中,若能对环境加以利用,往往会有事半功倍的效果。在销售的时候,应该有效地利用环境的因素来暗示和诱导客户做出相应的行为。带兵打仗要取得胜利,须“天时”、“地利”、“人和”三样俱全。销售也是如此,巧用环境,就是利用“地利”之便。

- 一、让无形的环境因素清晰可见 / 217
- 二、重视环境对客户消费心理的影响 / 219
- 三、少些单调,多些创意 / 221
- 四、利用环境为客户创造宾至如归的感觉 / 224
- 五、利用消费时尚引导客户成交 / 226
- 六、利用商品的陈列吸引客户的眼光 / 229
- 七、适时利用环境的威慑诱导客户成交 / 232

第十章 销售员要懂点情绪掌控术 235

安东尼·罗宾斯说过:“成功的秘诀就在于懂得怎样控制情绪这股力量,而不被这股力量所反制。如果你能做到这点,就能掌握住自己的人生,反之,你的



人生就无法掌握。”弱者任思绪控制行为,强者让行为控制思绪。控制和管理好自己的情绪,对于销售人员来说是一门必修课。情绪在于心的把握,如果销售人员合理控制和利用,那它将会是通往成功之路的基石;若控制不当,则它就是成功路上的绊脚石。

一、了解情绪才能掌控情绪 / 237

二、情绪需要自己调控 / 241

三、挫折情绪的掌控术 / 245

四、抱怨情绪的掌控术 / 249

五、愤怒情绪的掌控术 / 252

六、焦虑情绪的掌控术 / 255

七、悲观情绪的掌控术 / 259

八、寻找宣泄情绪的出口 / 262

参考文献 266



第一章

销售是一场攻心战

上兵伐谋，攻心为上！销售是一场心理战，是心与心的较量。销售人员想要成功地将产品卖给客户，就需要读懂客户的心理，同时也要对自己的心理进行修炼。销售人员的心理素质，因人而异，因为人都是不一样的。但心理素质是可以锻炼的，在日常销售的磨砺中，把自己的心态调整到一个合适的位置，有渴望成功的雄心，有一个催促自己勇往直前的目标，能控制自己的情绪，有永不放弃的恒心，有接受拒绝的勇气，若能做到这些，销售人员就已经打开了成功的大门。

一、攻心，销售就是心对心

行销就是战争！

——《营销战争》、《定位》作者赖兹·屈特

市场竞争越来越激烈，商场如战场，销售如战争！纵观现代市场营销竞争，早已度过产品与产品，公司与公司之间竞争的初级阶段，现阶段竞争围绕争夺客户展开。谁了解客户的心理、行为习惯，谁就能在竞争中拔得头筹，因此销售人员必须赢得客户的心。

“攻心为上”的策略，曾经是三国中制胜者的武器，在市场营销战争中也完全可以成为销售人员成功销售的法宝。那么销售人员要如何运用攻心策略呢？

1. 要学会先攻自己的心

销售人员如果战胜不了自己，又如何赢得客户呢？因此，销售人员首先要从改造自我做起。

(1) 信心

常言说得好：艺高人胆大。销售人员要充分掌握公司知识和产品知识，增强对公司和产品的信心。如果销售人员对自己所在的公司或产品都缺乏信心，那么客户就更不会从销售人员身上产生对公司或产品的信心，实现消费；销售人员还要懂得信心生勇气、勇气生力量、力量促成功的道理，因此，一定要相信自己的实力。总之，只有销售人员自己有信心，做销售才有可能成功。



(2) 恒心

如果销售人员进行销售的思路是正确的,那么坚信自己只要坚持到底,就会取得成功。市场销售有“先温后火”和“立竿见影”两种常见的现象,因此,销售人员面对暂时出不了订单的局面,千万不可灰心或轻言放弃,一定要顶住压力,坚持奋斗,成功就在你面前招手。

(3) 耐心

销售工作是一种很繁琐的工作。与客户沟通,或者客户咨询时,销售人员须耐心地向客户介绍和传递产品的信息,要防止急于求成、急功近利的浮躁心理。

(4) 爱心

销售人员要以客户为一切销售工作的出发点和落脚点,多关注客户,多留心客户,多为客户着想,多为客户排忧解难,日积月累,销售人员总会感动客户,实现成功销售。

2. 攻客户的心

任何事物都要从两个方面去看待,攻心策略的运用也不例外。既要攻自己的心,也要攻客户的心。

人是感情的高级动物,销售人员要想成为客户的知心者就要明白客户的真实心理,争取做客户的知心朋友,销售人员只有把握住客户的真正需求,并加以创造性地满足,才能迎来客户的微笑,取得客户的真心,赢得客户的合作,达成销售的成功。销售人员在使用攻心策略时,要重点把握以下几个方面:

(1) 清楚自己的目标客户

在销售市场上每一类别的产品都有它的目标客户,销售人员必须清楚谁是你的目标客户,尤其谁是你理想的目标客户。销售人员推销的产品最适合哪些人?最迫切需要这类产品的有哪些人?销售人员怎样找出这些潜



在的目标客户？有很多销售人员在开发新客户上存在着比较大的困难，是因为他们从来没有仔细地考虑过他们的产品到底对哪一类目标客户最适合。

(2) 要给客户怎样的印象

销售人员要在与客户交谈之前事先把想要给客户的印象设计出来，也就是说销售人员一定要给客户留下深刻印象。销售人员提前想好要给客户留下什么样的印象后还要问自己：“我每一天可以做点什么来符合这样的一个印象？”只有这样，客户提到你的时候才会印象深刻。

(3) 了解有决策权的人

通常，有决策权的人也就是那个对成交有很大影响力的人。因此，销售人员一定要了解对成交有绝对的影响力的人。如果销售人员不了解这一点，那么客户立即做决策的可能性就会很小。销售人员要永远要记住，销售是一种情绪的转移，如果销售人员当场没有促成成交的话，事后成交的概率会很小，所以，销售人员务必确定所有的关键人物都在场才着手成交的相关事宜。

(4) 了解自己产品的优点

在推销之前，销售人员必须问自己这样的问题：“为什么客户要购买我的产品，而不是我竞争对手的产品？”清楚这一点对销售人员来说特别重要。如果销售人员没有做到这一点，就不会成功地销售出自己公司的产品，因为销售人员自己都不了解自己产品的优点在哪里。

(5) 客户购买的核心要素是什么

每一个客户在接受销售人员的推销的时候，都有促使他们做出决定购买产品的核心要素。或许销售人员的产品有特别多的优势，但可能只有一项对客户来讲是最重要、最具吸引力的。

(6) 刺激客户购买的核心要素