

SALES SKILLS FOR ENNEAGRAM
百战百胜的销售致胜法宝！



九型人格 销售术

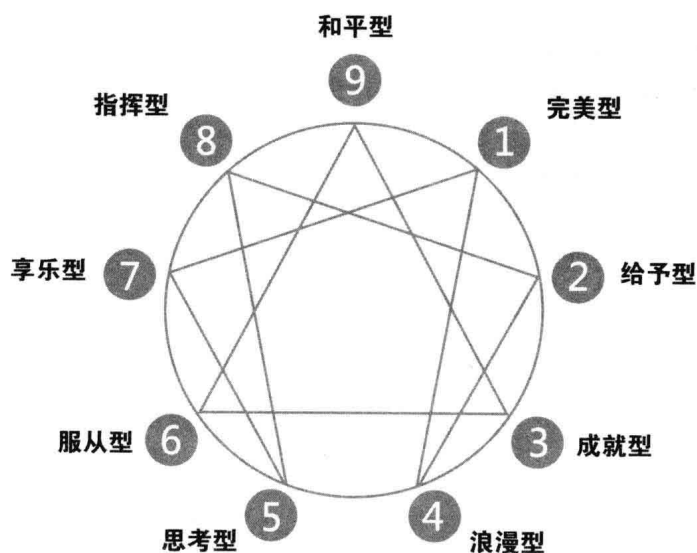
姜仁◎著

用“**对**”的方法，
把产品销售给“**对**”的人！

按图索骥
对号入座
快速甄别客户类型
一击命中
目标！



中华工商联合出版社



九型人格 销售术

姜仁◎著



中华工商联合出版社

图书在版编目(CIP)数据

九型人格销售术 / 姜仁著. -- 北京: 中华工商联合出版社, 2012.6

ISBN 978-7-5158-0195-7

I. ①九… II. ①姜… III. ①销售-商业心理学-通俗读物 IV. ①F713.55-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第 099672 号

九型人格销售术

作 者: 姜 仁

责任编辑: 郑 婷 胡小英

封面设计: 周 源

责任审读: 李 征

责任印制: 迈致红

出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷: 三河市华丰印刷厂

版 次: 2012年9月第1版

印 次: 2012年9月第1次印刷

开 本: 710mm×1020mm 1/16

字 数: 200千字

印 张: 15

书 号: ISBN 978-7-5158-0195-7

定 价: 32.00元

服务热线: 010-58301130

销售热线: 010-58302813

地址邮编: 北京市西城区西环广场A座
19-20层, 100044

<http://www.chgslcbs.cn>

E-mail: cicap1202@sina.com(营销中心)

E-mail: gslzbs@sina.com(总编室)

工商联版图书

版权所有 侵权必究

凡本社图书出现印装质量问题,
请与印务部联系。

联系电话: 010-58302915

认识自己，把握客户，先读人心再销售

在这个物欲横流的商业社会中，销售是从事的人最多的职业，但是也是最不好做的职业。每天都有大量的人进入这个职业，也有不少人迈出这个行列。面对性格迥异的各类客户，你是否能够更好地适应、驾驭他们呢？不同性格特征的客户，他们的价值观、思考方式以及行为习惯都是不一样的。他们是否曾让你焦头烂额呢？所谓知己知彼，百战不殆。如果我们事先摸清客户的性格，了解他们的性格优势和缺陷，再对症下药，那么搞定客户，拿下订单就是一件很轻松的事情了。

据专业机构的调查显示，在销售过程中，如果销售员采用一种符合客户性格和心理的方式来进行销售，销售成功率大概为53%，但是，如果销售员用想当然的方式来做，销售的成功率只有24%。由此可见，在销售中充分掌握客户的性格优势和缺陷，能大幅度提高销售业绩。

人的行为受其性格和心理活动的影响，当然也是有一定的规律可遵循的。什么类型的客户对推销产生的反感情绪最大？他们表达反感的方式是否一样？听到游说，他们内心中会下意识地抵抗，这种抵抗的强弱有什么不一样？等等。

作为一名销售人员，要想赢得客户的信赖，就必须站在客户的角度思考问题，弄清楚客户的心里到底在想些什么，弄明白客户为什么会决定购买，为什么又选择放弃，究竟是什么因素影响了他们作出以上的决定？

如果销售人员能够弄明白客户不购买的真正原因，理解他们内心中和你对抗的理由，并且学习不同性格客户思考的方式，就会把握客户的心理，有针对性地采取相应的销售策略，为客户提供相应的产品或服务，这样，销售员销售成功的几率就会大大增加。当然，前提是你要判断清楚客户的具体类型。

本书以九型人格分析理论为基础，详细介绍了不同性格类型客户的性格特征，以及优势和缺陷，并总结了不同性格的人的思维方式、说话方式和处理问题的方式等。通过丰富的案例，详细地介绍了应对不同性格客户的一些实用技巧和方法，以及不同性格类型的销售人员应对不同性格类型客户的销售策略。本书希望帮助销售员准确把握各种性格客户的心理状态，熟悉他们的购买动机和心理弱点，以便在和客户展开心理博弈的时候游刃有余，并最终成功签下订单。



第一章

? 难侍候的完美型客户，用事实帮助你说话

行为再现：发现完美型客户的特征 // 002

了解客户的行事原则，别轻易触犯他们的底线 // 005

少说空话，措辞严谨和规范 // 007

保持利落的言行风格，让客户相信你能做对事 // 010

多做实事，适时把你的努力展现在客户面前 // 013

做事做到位，不要忽略任何细节 // 016

有毛病别怕挑，适当承认并及时纠正更有效 // 019

把确凿的事实摆在桌面上，他们自己会说服自己 // 022

推人及己：如果你是完美型性格之人 // 026



第二章

? 乐于助人的给予型客户，保持愉悦的人际关系是关键

行为再现：发现给予型客户的特征 // 030

展现态度与行为上的积极，他们会因此而肯定你 // 033

主动向客户示好，以你的友善来换取他的友善 // 036

巧妙寻求请教和帮助，让他们觉得自己对你很重要 // 040
灵活展现合作的益处，令客户明白你的价值 // 043
给予客户充分的赏识，满足他们内在的心理需求 // 046
适当借助客户的外围人际关系，人脉的力量会助你成功 // 050
推人及己：如果你是给予型性格之人 // 053



第三章

? 以目标为导向的成就型客户，满足他们的求胜心理

行为再现：发现成就型客户的特征 // 058
沟通之前准备充分，直接切入问题核心 // 060
客户询问时给予直接简明的回答，模棱两可会招致客户不满 // 063
用吸引人的结果激发客户兴趣，但要提供事实依据 // 066
面对拒绝仍表现坚定，用你的意志接近客户的意志 // 069
适时总结客户的成就，让他们领会你的尊重和关注 // 072
高效完成他们交代的事情，以此赢得他们的好感 // 075
为合作注入挑战性，激发客户的成就感 // 077
推人及己：如果你是成就型性格之人 // 081



第四章

? 灵动敏感的浪漫型客户，从他们的内在需求下手

行为再现：发现浪漫型客户的特征 // 086
选择或布置恰当的沟通环境，让客户产生积极的认同 // 088
适当夸奖或恭维，表扬他在你眼中的与众不同 // 091
阐明与你合作的独特好处，客户会爱上这种感觉 // 094

给客户自我表现的机会，让客户得到足够的自信 // 097

找到能够转移注意力的话题，帮助客户走出消极情绪 // 100

谨慎自己的言行，别让客户对你厌恶和失望 // 102

接纳和认同客户的想法，关键时刻尝试以退为进 // 105

推人及己：如果你是浪漫型性格之人 // 108

第五章

? 冷静含蓄的思考型客户，给他们适度的精神空间

行为再现：发现思考型客户的特征 // 114

提前向客户提供客观充分的资料，以方便客户分析 // 117

切勿未经许可直接上门，提前用电话或邮件进行预约 // 120

与客户保持一定距离 // 123

准备好最具说服力的事实，并给客户时间进行分析 // 126

不急于求成，让客户认为他可操控你、你却不可紧逼他 // 128

用数字说话，让客户相信与你合作最合算 // 132

推人及己：如果你是思考型性格之人 // 134

第六章

? 谨慎而又忠实的服从型客户，用安全感打败他们的负面投射

行为再现：发现服从型客户的特征 // 138

信守承诺，让客户觉得你值得信赖 // 141

肯定客户的谨慎，让他感受到你的认同 // 144

持续地表现你的忠诚，以此与客户融入同一阵营 // 147

坦诚你的合作动机，会令客户更安心 // 149

帮助客户分析合作利弊，把客户从竞争对手那里争取过来 // 152

寻求合适的支持者，帮助客户形成倾向于你的想法 // 155

必要时施加适度的压力，“逼”着客户下决定 // 158

推人及己：如果你是服从型性格之人 // 160



第七章

? 开心果般的享乐型客户，让他们有兴趣你才能如愿

行为再现：发现享乐型客户的特征 // 164

让沟通变得放松和有趣，客户会爱上与你交流 // 167

销售方案尽量充满新奇，让客户对交往保持足够兴趣 // 170

积极询问客户的兴趣，但不要急于要求客户做决定 // 172

支持客户展现的新想法，这会满足他们的创造欲 // 174

方式灵活但要时刻谨记营销主题，别被客户牵着鼻子走 // 177

口头交谈强调权益淡化限制，可促使客户下决心 // 180

简明确切提出合作要点，相关约定以文字进行确认 // 182

推人及己：如果你是享乐型性格之人 // 185



第八章

? 强势而热情的指挥型客户，尊重与耐心比什么都重要

行为再现：发现指挥型客户的特征 // 190

最大程度地表现你的尊重，但切勿表现软弱 // 193

开门见山地说出客观事实，引导但别控制他们做出判断 // 196

遇到问题别找借口，告诉他们解决问题的期限和办法 // 199

勇敢承担该承担的责任，宁可被他们骂也别被他们瞧不起 // 201

在客户冲动时不与他们对抗，想办法转移他们的注意力 // 203

巧妙地使用激将法，他们会督促自己展开行动 // 206

推人及己：如果你是指挥型性格之人 // 208

第九章



？ 随和优柔的和平型客户，将自己变成他们愿意支持的伙伴

行为再现：发现和平型客户的特征 // 212

事先确定清晰的工作架构，以便在沟通中保持主导性 // 214

主动而明确提出具体请求，并通过合适方式予以提醒和确认 // 217

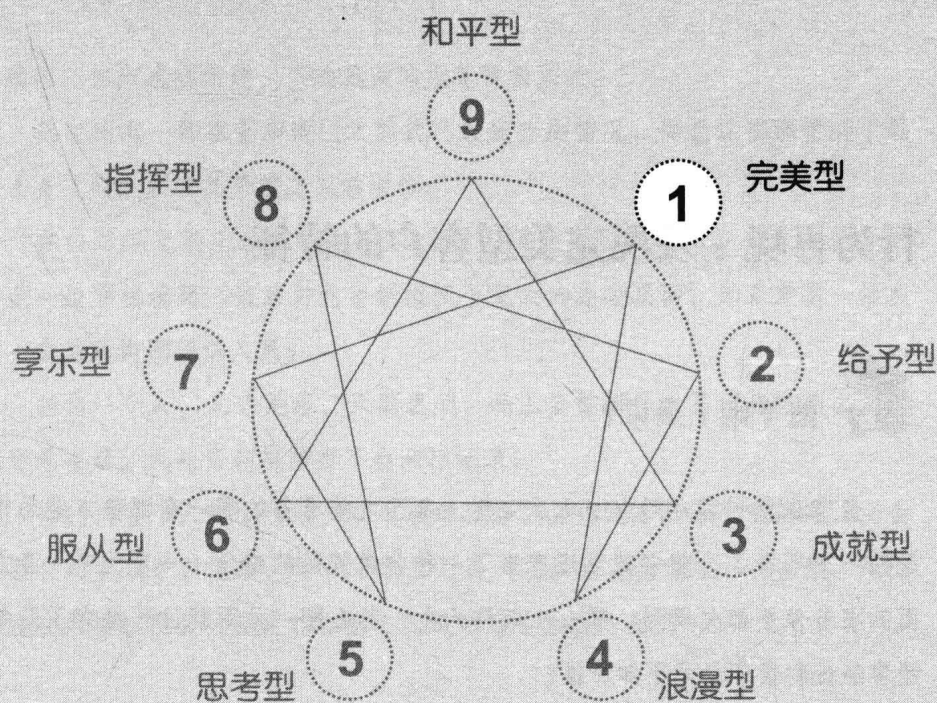
询问和总结客户的明确意见，必要时请他们做出明确承诺 // 219

随时提醒客户接下来的工作进程，巧妙阻止客户的拖延 // 222

向客户提出行动建议，促进合作有步骤进行 // 224

合适的时机替客户做出决定，避免给他们太多选择 // 226

推人及己：如果你是和平型性格之人 // 228



第一章

难侍候的完美型客户， 用事实帮助你说话

行为再现：发现完美型客户的特征



？ 他（她）是谁？

董宁在见到客户周女士之后心想，自己之前准备的那一套销售方案恐怕是派不上用场了，董宁甚至还产生了一种非常挫败的感觉——自己今天各方面的准备似乎都欠周到。周女士何许人也？怎么刚一见面就让已经有了两年销售经验的董宁如此不知所措？

让我们先看看董宁遇到的状况：

周女士身穿名牌套装，头发高高盘起，妆容精致到无懈可击，办公桌上各项用品都摆放整齐。当董宁递上名片时，周女士用充满审视意味的眼光将董宁从头到脚看了一遍，然后将目光停留在手中的名片上，看了片刻之后，周女士让董宁稍坐，同时拨通电话，叫助理到她办公室。

助理一进门，周女士就严肃地问：“今天不是安排好要与XX公司的项目管理人员一起到XXX工地现场察看项目进程吗？”

助理急忙解释：“XX公司的项目管理人员还没到，这位先生是刘总介绍的，他刚才正在公司旁边办事，问我您现在是否有时间，我看您正好有空，就让他进来了……”

周女士表情更加不悦：“已经到了约定时间，XX公司的项目管理人员还不到，那我们自己先去吧。另外，以后不要随意更改我的日程安排，工作必须要按照事先定好的计划来进行。”

接着，周女士客气却又很有距离地对董宁说：“董先生，不好意思，我

的助理工作方式有问题，下次见面麻烦您提前预约。”

其实还有一些在董宁进门之前就已经发生的情况，而且这些事情对于周女士身边的人来说几乎就是家常便饭：

在公司规定的上班時間之前10分钟，周女士进入部门办公室，进去之后会一边审视地面一边用白色手纸擦拭下宽大的办公桌面，如果发现一丝灰尘，会马上询问保洁人员；

任何一个人，无论是谁，只要迟到，马上会被警告，并严格按照公司规定记录在册，无论任何解释都不会消除记录；

部门内每个人的工作职责都有明确区分，分内之事如果出现问题，必会按照公司要求予以处理，即使之前立过再大功劳也不会偏袒——当然，周女士也会严格按照公司规定对立功之人及时给予相应的奖赏……

周女士属于哪一类型人？是的，九型人格中的完美型。你认出她了吗？



如何识别他（她）？

完美型的客户，他们具有怎样的人格特征？他们在与营销人员的交往及沟通过程中会表现出怎样的特点？

- ◇ 完美型的客户，极其推崇原则的重要性，遵守原则是他们一切行动的根本，同时也要求别人遵守他们所认可的原则，有时虽然明知稍作变通对双方会更好，他们也宁可为了原则而放弃其他。
- ◇ 他们对待任何人都是高标准、严要求，决不允许丝毫的敷衍或懈怠，如果营销人员做事达不到他们的标准或要求，就难免受到指责；营销人员需要特别注意这一点，切勿给完美主义人格的客户留下“做事不

认真”的印象，那么无论你再巧舌如簧恐怕也难以赢得他们的信任。

- ◇ 客观、认真是他们一贯的行事特点，他们从来都是就事论事，不会专门针对某个或某些人吹毛求疵，也不会因为某个或某些主观原因而放弃对具体责任的追究。因此，营销人员要用自己的实际行动来赢得他们的信任。
- ◇ 完美型的客户，理性而正直，但太拘泥于所谓的标准或原则，常常会为了维护标准或原则而影响做事的效率和品质，这多少有点“本末倒置”。因此，营销人员若想说服他们，与其向他们说明合作的益处，还不如告诉他们，这样做最符合他们所信奉的标准或原则。

完美型客户的优点在于就事论事、为人处世不主观，缺点在于对具体原则或标准的维护近乎刻板、不愿进行具体的变通，因此常常缺乏灵活性。营销人员在与完美主义人格的客户相处之时，切忌卖乖取巧，要想成功打动他们的心，做漂亮事胜于说漂亮话。

一句话总结

完美型客户看似对别人苛刻，其实他们对自己又何尝不是“高标准，严要求”，因此，既然了解了他们的人格特征，那就尽可能地维护他们所坚持的做事原则或标准，甚至有时，尊重他们所信奉的原则或标准比尊重他们本人更重要。

了解客户的行事原则，别轻易触犯他们的底线

汪意是上海一家大公司的IT产品销售员，由于为人聪明、办事灵活，他的业绩一直不错，可是最近一次拜访客户的遭遇却让他知道了，灵活固然重要，可是如果忽视了客户的行事原则，那一定得吃不了兜着走。

他拜访的客户是一位负责采购的副总裁，虽然没去之前他曾听过一些IT行业的销售员说对方是个铁面无私、原则性很强的人，非常不容易接近，但他一直都觉得，人都是有感情的动物，再怎么铁面无私，有原则也会有通融的时候。

提前预约好后，汪意在助理的带领下，来到了这位副总裁的办公室。过了大概五分钟后，副总裁过来了，他们彼此先是礼貌性地握了握手，随后汪意又递上了自己的名片，开始了简单的对话。

双方应酬几句后，副总裁马上表示要看样品，但由于汪意是直接从另外一个公司过来的，加之公司有电子样品，所以他就没带实物样品，心想看电子样品就可以了，下次拜访时再带过来也可以。于是，便充满歉意地对副总裁说，这次可以看一下电子样品，下次拜访的时候再带过来，可是这位副总裁听后，眉头立刻皱了起来，并毫不犹豫地对他说，这次谈话没有进行下去的必要了，等他拿来样品再找他谈，尽管汪意说尽好话，试图让副总裁通融一下，可对方还是无动于衷，随后便叫助理送客。

本来一切进行顺利的汪意，之所以在后来的营销过程中，遭到拒绝，吃了闭门羹，关键就在于他事前没有足够注重该客户的原则。其实，不只是汪

意在营销中偶尔会碰到这类死守原则不放的“钉子户”，所有的营销人员，在营销过程中，都可能遇到这样的客户。而这些守着自己原则不肯放的客户，多半又都是九型人格中的完美型者。那么该如何了解这类型客户的行事原则呢？面对原则的时候该如何是好呢？下面就向大家简单地介绍一下：

★保持冷静，想办法调节气氛

对于绝大多数完美型且讲究原则的人而言，他们在发现自己所要求的事情并没有遵循相应的规则和原则进行时，往往会感到失意，甚至是满腔怒火油然而生，这时如果营销人员态度再强硬点，非要坚持，那么势必会让整个营销的氛围变得紧张起来。

俗话说的好，柔能克刚，如果营销人员在此时，懂得及时地通过较委婉含蓄的方法沟通，说不定能得到对方的谅解。例如，为自己没有准备好的事情，及时地道歉，并给对方一个准确的行事时间等。

★适当遵守原则，伺机寻找突破口

完美型客户的显著特点就是对很多事情都要求完美，正因为他们对完美的需求度很高，所以也便有了一套自认为正确无比的完美原则，并且这种原则一旦形成，会很难改变。所以，营销人员如果为了达到自己的目的，一味地要求对方放弃原则而做出让步，那恐怕只会白费口舌。

事实上，营销人员此时最好的办法，不是一味地要求对方做出让步，而应尽量让对方感知到你对其原则的尊重，然后在遵循原则的基础上，寻找突破口，这才更利于你掌握营销过程中的主动权。

★你需要掌握基本的销售流程

其实营销人员在面对固守原则、高标准的完美型客户时，要想更有效地掌控营销过程中的主动权，首先就要了解营销过程中的基本流程，特别是完美型客户的原则性需求，一定要做到了如指掌，这样才能更有效地做到防患于未然。

对于营销过程中的具体流程，不妨看一下图1-1的相关环节：

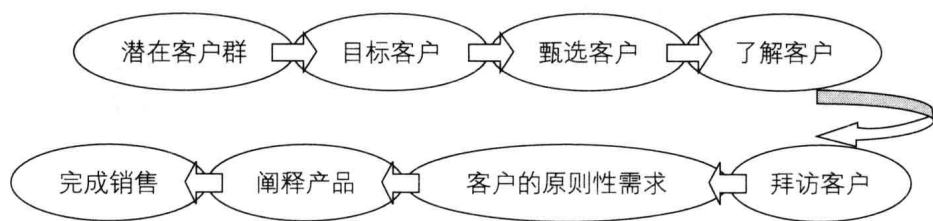


图1-1 营销的基本流程

一句话总结

对于那些原则性强的完美型客户而言，原则就是他们的底线，是他们做任何事情的基础。营销人员在营销的过程中，要学会遵守对方的原则，不要轻易触犯他们的底线。

少说空话，措辞严谨和规范

库克是一家手机营销店的老板，一天库克闲着没事，在卖场里闲逛，正巧赶上店里的一位营销员正在向客户介绍一款手机。具体情境如下：

手机营销员说：“这个品牌的手机是国产品牌里面最好的，性价比以及各方面都很合理，用起来也很简单。此外，你看它的设计都是很人性化的，按键也很适度，老人、青年以及小孩都适用。”

营销员的话语刚落，就见他对面的客户有些无理地反问道：“什么叫人性化？你能不能说得具体点，实际点，如果我用的话，给我再详细地介绍一下，不要用一些虚头巴脑的话介绍。”

听见客户这样说，这名营销员接着说：“如果您是自己选用的话，这款