



First
Reading

第一阅读

悦读馆

◎ 掌握顾客心理 成为销售赢家 ◎



销售心理学

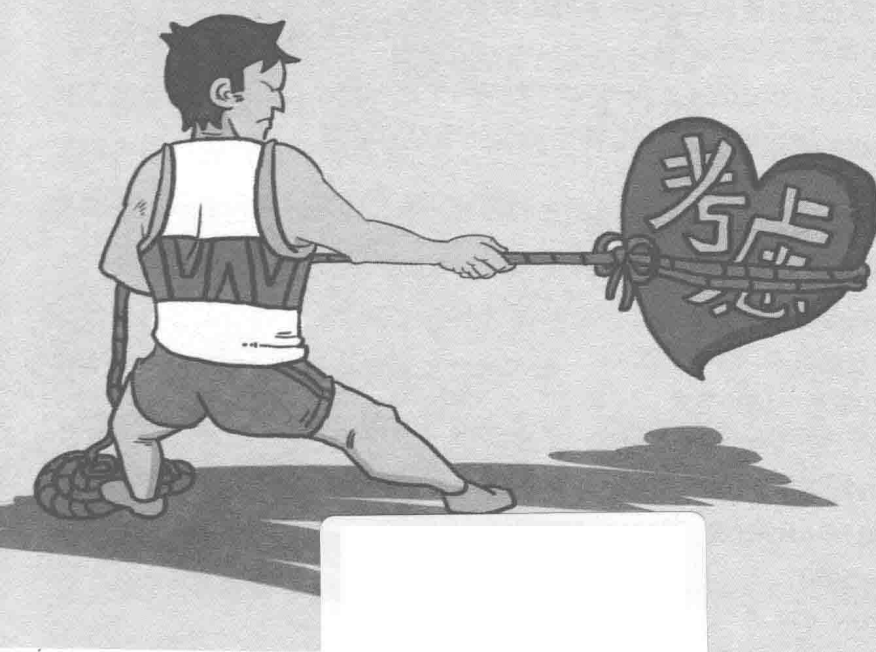
超值彩图版

谭慧 编著

北京工艺美术出版社

销售心理学

谭慧 / 编著



北京工艺美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

销售心理学/谭慧编著. — 北京:北京工艺美术出版社, 2017.6

(第一阅读系列)

ISBN 978-7-5140-1062-6

I. ①销… II. ①谭… III. ①销售-商业心理学
IV. ①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第051074号

出 版 人: 陈高潮

责任编辑: 贾德江

封面设计: 韩立强

责任印制: 宋朝晖

销售心理学

谭 慧 编 著

出 版	北京工艺美术出版社
发 行	北京美联京工图书有限公司
地 址	北京市朝阳区化工路甲18号 中国北京出版创意产业基地先导区
邮 编	100124
电 话	(010) 84255105 (总编室) (010) 64283627 (编辑室) (010) 64280045 (发 行)
传 真	(010) 64280045/84255105
网 址	www.gmcbs.cn
经 销	全国新华书店
印 刷	北京德富泰印务有限公司
开 本	720毫米×1020毫米 1/16
印 张	20
版 次	2017年6月第1版
印 次	2017年6月第1次印刷
印 数	1~5000
书 号	ISBN 978-7-5140-1062-6
定 价	59.00元





一本书读懂销售心理学

前言

不懂销售心理学就做不好销售。消费者做出购买决定的时候，他的内心一定是被某种动机支配着，这种动机就叫作购买动机。购买动机是顾客的购买意愿和冲动，是驱使或引导顾客向着已定的购买目标去实现或完成购买活动的一种内在动力。它是购买行为的直接出发点。消费者正是在购买动机的支配下才会做出购买的决定。研究顾客的购买动机对销售工作的重要性是显而易见的。

销售是一场心理博弈战，谁能够掌控顾客的心理，谁就能成为销售的王者！销售员不懂销售心理学，就犹如在茫茫的黑夜里行走，永远只能误打误撞。而优秀的销售员往往就像一位心理学家，最明白顾客的心声，善于了解顾客的真实想法，懂得运用最积极有效的心理影响力，让顾客觉得如果不从他这里购买产品就会后悔。不管是潜移默化的影响，善意的引导，平等的交谈，还是巧妙的敦促，优秀的销售员总是能用自己的能力和魅力，为顾客搭建一个愉悦和谐的平台，让销售变得顺其自然。

但是打开顾客的心门，不是仅靠几句简单的陈述就能够实现的。顾客的消费心理需要引导，因为顾客所作出的任何购买行为都是由他的心理来决定的。这就要求销售员懂得察言、观色、攻心。只要学会观察，学会换位思考，销售员就能轻易地洞察顾客的心理，赢得顾客的信任，达到销售的目的。

世界权威销售培训师博恩·崔西曾明确指出，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。销售的最高境界不是把产品“推”出去，而是把顾客“引”进来！所谓“引”进来，就是让顾客主动来购买。掌握了销售心理学，你就可以判断出顾客的性格类型，洞察顾客的心理需求，突破顾客的心理防线，解除顾客的心理包袱，赢得顾客的心理认同，使顾客快速做出购买决定。

为什么顾客会对你的产品产生兴趣，并最终做出购买产品的决定？在这个过程中，顾客的内心是怎么想的？为什么顾客会相信你这位陌生人，接纳你的

建议？为什么顾客会被你说服，改变了自己先前的看法，进而做出有益于你的决定？为什么你的顾客会变成别人的顾客，这其中顾客会有一个怎样的心理变化过程……这些问题都是销售中要解决的心理问题。顾客所作出的任何购买行为都是由他的心理来决定的，如果你可以洞察并影响顾客心理的话，就可以引导顾客的行为朝你期望的方向前进，进而最终实现自己的销售目的。所以，每一位销售员要想让销售获得成功，就得研究顾客的心理，寻找顾客的心理突破点。

每一位顾客都会有自己的“软肋”，而这种“软肋”就是他们的心理突破点，销售员应该做的就是抓住他们的这些突破点。爱慕虚荣型的顾客需要你的赞美，节俭朴素型的顾客需要你给一点优惠，干练型的顾客怕啰唆，情感型的顾客需要你去感动他们……各种各样的顾客心理各不相同，你要做的就是针对不同类型的顾客采取不同的销售方法，从他们的心理突破点出发，你就能在销售中取得事半功倍的效果。

《销售心理学》从消费者的心理分析，以及如何抓住消费者的心理需求，销售中的心理策略，销售员的自我心理修炼等方面深入浅出地对销售心理学作了缜密的逻辑分析和介绍，并汇集了大量相关的销售实战案例，旨在通过这些案例来揭示现实销售活动中的心理规律，让你能够轻松掌握并应对顾客的心理变化，赢得顾客的心理认同，提升你的销售业绩，成为销售高手。

了解销售心理学，洞察客户心理；学习销售心理学，提升销售技巧；掌握销售心理学，赢得客户青睐；善用销售心理学，增加成功筹码。

第一篇 萝卜青菜，必有所爱

——成功销售从了解客户心理开始

PART 01 客户永远是主角——下足功夫，把握客户心理特征002

了解顾客购买动机..... 002

影响购买行为的个人因素..... 005

具体购买行为的影响因素..... 007

PART 02 要想钓到鱼，先了解鱼想吃什么——掌握客户的消费心理.009

顾客很看重精神需要..... 009

爱占便宜的消费心理..... 011

让顾客感觉物超所值..... 012

第二篇 以锋利之矛攻其心理之盾

——对客户心理弱点进行击破

PART 01 销售中的心理学——根据不同的客户制定不同的销售策略.016

从客户的弱点处突破..... 016

让客户觉得你是他的朋友..... 018

帮摇摆不定的客户决策..... 021

学会与不同的人做生意..... 022

照顾好客户的面子.....	024
客户的忠诚度会写在脸上.....	026
PART 02 他山之石，可以攻玉——不可不知的 16 个心理学效应.....	028
首因效应：建立有利的第一印象.....	028
关怀效应：重视每一个客户.....	030
存异效应：尊重客户的意见.....	032
权威效应：以精确数据说服客户.....	034
从众效应：顾客喜欢随大流.....	036
剧场效应：将消费者带入剧情之中.....	039
互惠效应：先付出一点给客户.....	041
PART 03 察言观色洞察人心——读懂客户话语背后的心理潜台词	044
莫被“考虑一下”所欺骗.....	044
正确理解客户的异议.....	046
消除顾客对自己的“奸商”评价.....	048
洞穿客户的隐含期望.....	050
及时领会客户的每一句话.....	051
PART 04 “魔鬼”藏于细节——身体语言藏着的心理学.....	054
读懂客户的肢体语言.....	054
决策者是可以被观察出来的.....	056
找到你的关键客户.....	058
敏锐地发现成交信号.....	061

第三篇 销售是“心”与“心”的较量盾

——催眠术、博弈术应用

PART 01 非典型借口——和借口说不，彻底解除客户心理防线.....066

客户拒绝时怎么办.....	066
客户嫌贵时怎么办.....	068
客户心存疑虑怎么办.....	069
转变客户的需求标准.....	072
不放弃未成交的客户.....	074
以过硬的专业知识赢得信任.....	075
化僵局为妙棋的心理对策.....	077
让“反对问题”成为卖点.....	080
为销售付出最完美的服务.....	082
让客户意识到高成本意味着高收益.....	084
为促进成交准备多种方案.....	085

PART 02 敲开客户紧闭的心扉——迅速拉近心理距离的“小花招”.087

打造无敌亲和力.....	087
直击推销语言艺术.....	088
倾听让你更受欢迎.....	090
推销中的幽默规则.....	092
与客户思维保持同步.....	094
从有益于客户的构想出发.....	096
别因为穿着而被拒绝.....	097
记住客户的名字.....	099

微笑是你的第一张名片	100
PART 03 不可缺少的销售互动——良好的现场互动能达到好的效果	102
让客户“动”起来	102
在报价上吸引住顾客	104
送给客户适当的小礼物	106
成交时要牢记的金律	108
PART 04 充分施展博弈论的计策——多赢的博弈销售心理	110
学会制造悬念	110
告诉客户你将带给他的利益	112
在行家面前报价不可太高	113
等待客户决策时要有信心	115
以优质服务区分对手	116
信任是成交的基础	117
PART 05 销售的实质——掌控心理操控术	120
首先要赢得顾客的信任	120
承诺的事情一定要做到	123
明确拒绝不合理的要求	124
善于制造紧张气氛	127

第四篇 成交高于一切

——成交前后，心理学护航

PART 01 采用优势战术——关键时刻这样攻克心理壁垒	132
适时强化顾客的兴趣	132

用第三者搭建信任桥梁.....	133
让客户没机会说拒绝.....	135
关键时可允许先试后买.....	138
学会妥善处理客户异议.....	140
只给客户三个选择的妙处.....	142
采用先价值后价格的技巧.....	144
PART 02 拔掉钉子，临门一脚促成交——排除异议，化解抱怨.....	147
找到客户异议的症结.....	147
灌输“一分价钱一分货”的价值理念.....	149
让顾客享受砍价乐趣.....	151
采取因人而异的跟进策略.....	154
准时地把握住成交时机.....	155
用广博的知识抓住机会.....	157
PART 03 成交之后还有生意——培养长期忠诚度的心理满足感.....	159
千万不能怠慢了老顾客.....	159
别忘记打售后跟踪电话.....	160
用持续沟通实现二次销售.....	161
记录与客户交流信息.....	163
防止大客户叛离的方法.....	164
将客户放在心里.....	166

第五篇 你的嘴巴搭建你的舞台

——销售口才中的心理引导术

PART 01 会提问是一种能力——问话术中的心理运用	170
用问题来控制节奏	170
多提积极的问题	172
恰到好处地发问善于在提问中倾听	174
巧妙提问探寻客户的真正需求	176
不要问答案未知的问题	178
迂回提问消除对方的戒备之心	180
PART 02 如何说服客户——不能忽略的说话技巧与倾听艺术	182
发挥听的功效	182
精彩的开场白	183
把话说到点子上	185
使用最专业的用语	186
认真倾听客户的心声	187
用垫子法解答挑衅性追问	190
赞美客户要有分寸	192
PART 03 不知道就会被淘汰的说话术——不能触犯的话术误区	195
切勿片面地评价竞争对手	195
切忌与客户争辩	197
谨记十句不该说的话	199
不要轻易许诺	201
这样说服客户最有效	202

第六篇 方法总比困难多

——销售员成功方法秘诀

PART 01 会“借”才会赢——借助心理学的销售方式	206
利用你的满意客户群	206
利用赞助赢得客户信赖	207
善借第三者的影响力	209
活动促销吸引顾客的注意力	210
PART 02 “打”遍天下无敌手——巧拿订单的销售方法	212
善于运用暗示法成交	212
互补产品要放一起卖	214
客户强硬时不妨以退为进	216
要敢于主动提出成交要求	217

第七篇 营销心理就这么简单

——销售员要懂点实用营销心理学

PART 01 为什么东西不贵就是没人买——定价心理学	222
巨大利润藏在缝隙里	222
价格还是由你说了算	223
价格与价值必须相符	225
定价时以消费者的需求为导向	226
以折扣定价来培养忠诚顾客	228
PART 02 宣传的力量——广告与品牌心理学	230

让消费者先爱上广告.....	230
选择最适合的传播方式.....	232
借助名人会让你声名远播.....	234
一定要赋予品牌以灵魂.....	236

PART 03 方寸之间的心理对阵——谈判心理学.....239

要留心“无声语言”.....	239
眼神的巧妙运用.....	241
让对方只能回答“是”.....	243
主动提出可行性提议.....	245
把握让步的原则与尺度.....	246
将心理战进行到底.....	248
利用竞争优势压制对方.....	250
对谈判对手进行归类、分析.....	252
以退为进能让对手束手就擒.....	255
对手的背景要充分了解.....	256

第八篇 年薪百万不是梦
——杰出销售员的心理修炼课

PART 01 拼的就是心态——修炼一颗百炼成钢的心.....260

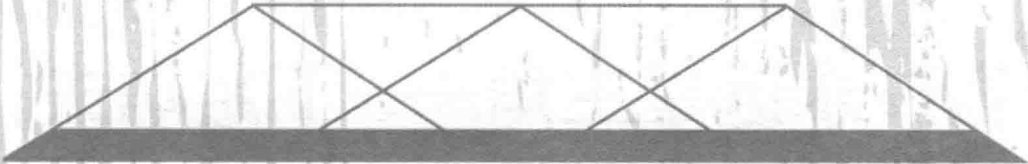
为你的工作而骄傲.....	260
努力克服怯场心理.....	262
坚持不懈才能成功.....	263
当好时间的主人.....	265

自信的人一定会赢.....	267
烦恼是看不见的瘟疫.....	270
善于规划才能高效.....	271
积极的人才能成功.....	275
决心是制胜的法宝.....	278
谦虚让你有求必得.....	280
克服恐惧心理促成交.....	281
学习应成为你的信仰.....	283
推销员一定要勤奋.....	285
懂得在反省中获得进步.....	286

PART 02 金科玉律的指引——金牌销售员要铭记的十条心理定律 ...288

二八定律：抓住重要客户.....	288
跨栏定律：勇于跨越缺陷.....	290
360 法则：管好客户档案.....	292
因果定律：比别人多做一些.....	293
斯通定律：态度决定结果.....	296
兄弟两人的命运.....	298
把斧头卖给总统.....	298
两个报童.....	300
假“竞争”.....	301
价值永恒.....	301

第一篇



萝卜青菜，必有所爱——成功销售从了解客户心理开始

