

# 搞销售

不能不懂的心理学

## 墨菲定律

王泓◎编著

MURPHY'S LAW



现实的指导性 · 深彻的启迪性 · 超强的实用性

## 风靡世界、经典实用的定律

运用神奇的定律法则，发挥超强的营销功效



成都时代出版社  
CHENGDU TIMES PRESS

# 搞销售

不能不懂的心理学

## 墨菲定律

王泓◎编著

HY'S LAW



成都时代出版社  
CHENGDU TIMES PRESS

## 图书在版编目 ( C I P ) 数据

搞销售不能不懂的心理学:墨菲定律/王泓编著.

-- 成都:成都时代出版社,2016.8

ISBN 978-7-5464-1697-7

I . ①搞… II . ①王… 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 (2016) 第 170353 号

## 搞销售不能不懂的心理学:墨菲定律

GAOXIAOSHOU BUNENGBUDONG DE XINLIXUE MOFEI DINGLV

王泓 编著

---

|       |                                              |
|-------|----------------------------------------------|
| 出 品 人 | 石碧川                                          |
| 责任编辑  | 樊思岐                                          |
| 责任校对  | 李 航                                          |
| 装帧设计  | 点石坊工作室                                       |
| 责任印制  | 干燕飞                                          |
| 出版发行  | 成都时代出版社                                      |
| 电 话   | (028) 86621237 (编辑部)<br>(028) 86615250 (发行部) |
| 网 址   | www.chengdusd.com                            |
| 印 刷   | 北京文昌阁彩色印刷有限责任公司                              |
| 规 格   | 690mm × 980mm 1/16                           |
| 印 张   | 16                                           |
| 字 数   | 200 千字                                       |
| 版 次   | 2016 年 9 月第 1 版                              |
| 印 次   | 2016 年 9 月第 1 次印刷                            |
| 印 数   | 1-15000                                      |
| 书 号   | ISBN 978-7-5464-1697-7                       |
| 定 价   | 35.00 元                                      |

---

著作权所有·违者必究

本书若出现印装质量问题,请与工厂联系。电话 010-60203998

## 前言 Preface

作为一名销售人员，你或许会有这样的困惑：为什么热情满地面地走近客户，客户却对自己爱答不理？为什么信心十足地向客户推荐产品，客户还是产生抗拒心理？为什么苦口婆心说了一大堆，客户就是不做出购买决定？为什么无论自己怎样保证，客户仍然怀疑产品和自己？为什么前期交流沟通得很顺畅，眼看就要成交时客户却突然反悔？

究其原因，很大程度上就是因为销售人员不懂得顾客的心理。

销售行业有这样一句名言：“成功的推销员一定是一个伟大的心理学家。”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。销售是一门人与人的心理学问，每一次销售都是双方心理活动演变的过程，在这个过程中，恰当的心理策略能够帮助销售人员取得成功。

俗话说：“知己知彼，百战不殆。”对于销售人员来说，在推销之前和推销过程中充分了解顾客的消费心理，是促成交易的关键一步。如果销售人员在推销中不注重研究和揣摩顾客的心理，即使你费尽精力也难达到理想的效果，即使你磨破嘴唇客户也不会购买你的产品。你的推销如同在茫茫的黑夜中行走，永远只能误打误撞，不得要领；费尽周折，事倍功半。而只要窥破了心理学的奥秘，掌握了相关的攻心技巧，销售就会变得轻松很多，许多销售难题也会



迎刃而解。

销售是一场心理战，是心与心的较量，谁能掌控顾客的心理，谁就能成为销售的王者。为了帮助销售人员做到有效结合顾客的心理进行推销，本书主要结合心理学中的墨菲定律对推销中需要注意的技巧与策略进行了阐述。

墨菲定律又译为“莫非定律”或“墨菲定理”，也有人诙谐地称它为“倒霉定律”。“墨菲定理”和“帕金森定理”“彼得原理”被并称为20世纪西方文化三大发现。墨菲定律告诉我们，容易犯错误是人类与生俱来的弱点。所以我们在事前就应该尽可能考虑周到与全面，对出现的问题，要善于应对和总结，而不是掩盖。

墨菲定律的适用范围非常广泛，它揭示了一种独特的社会及自然现象。对我们的工作和生活有着巨大的警示和指导意义。

本书从实用的角度出发，将销售与墨菲定律融合在一起，依据墨菲定律中的一些变种或推论，结合诸多生动活泼的营销案例和小故事加以说明，并对销售面谈的第一印象、推销口才、销售谈判、引导顾客、销售规划等方面进行阐述，旨在帮助每一位销售人员掌握销售活动中的心理规律，巧妙利用心理学的技巧在推销中百战百胜。阅读此书，相信你能从中获益。



## Part 1

**销售面谈之墨菲定律：****良好的第一印象，胜过后面千百次的努力**

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 你永远没有第二次机会去打造第一印象.....      | 2  |
| 仪表是销售人员要过的第一关.....          | 4  |
| 有效的开场白是销售成功的一半.....         | 7  |
| 微笑是驾轻就熟的制胜法则.....           | 9  |
| 记住客户的名字，客户才会记住你.....        | 12 |
| 成功的销售员，一般都具备幽默感.....        | 15 |
| 想要客户喜欢你，先要喜欢客户.....         | 17 |
| 感觉紧张时，立即主动去跟客户握手.....       | 19 |
| 打动人心的最好方法是尽快找到对方值得赞美之处..... | 23 |
| 让客户感受到你的真诚，销售才有成功可言.....    | 26 |

## Part 2

**读懂客户之墨菲定律：****想成功卖出产品，必须像客户那样思考**

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 从众心理：一个人仰头看天，会有更多的人也仰头看天..... | 30 |
| 面子心理：让顾客风风光光地把东西买走.....       | 32 |
| 稀缺原理：越是稀少的东西，人们就越想得到它.....    | 34 |



|                              |    |
|------------------------------|----|
| 自尊心理：任何一位客户都渴望受到重视.....      | 36 |
| 疑虑心理：从根本上消除客户害怕被骗的担忧.....    | 38 |
| 猎奇心理：没有人可以抵挡住好奇心的诱惑.....     | 40 |
| 需求心理：顾客只会为自己的需求埋单.....       | 42 |
| 威望效果：人们往往喜欢跟着权威人士走.....      | 44 |
| 求利心理：越说不是钱的问题，就越是钱的问题.....   | 46 |
| 占便宜心理：顾客要的不是便宜，而是感到占了便宜..... | 48 |

### Part 3

#### 征服客户之墨菲定律：

每个人都是不同的，顾客需要区别对待

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 对态度冷淡的顾客用情感去感化.....   | 52 |
| 让挑剔苛刻的客户心服口服.....     | 54 |
| 对抱怨的客户持欢迎态度.....      | 56 |
| 在态度不好的顾客面前假装“投降”..... | 59 |
| 鼓励犹豫不决的客户下定决心.....    | 61 |
| 激发冲动型顾客的购买冲动.....     | 64 |
| 巧妙应对健谈型客户.....        | 66 |
| 看忙碌型客户的脸色行事.....      | 68 |

### Part 4

#### 推销口才之墨菲定律：

销售不懂技巧，说再多也无济于事

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 删繁就简，语言越简练越有吸引力.....     | 72 |
| 投其所好，寻找与客户共同感兴趣的话题.....  | 74 |
| 巧言应对，堵住客户的推托借口.....      | 76 |
| 不想被拒绝，就选择让客户说“是”的话题..... | 80 |



|                        |    |
|------------------------|----|
| 不仅要能说会道，还要言谈有“礼”.....  | 82 |
| 欲说先听，倾听永远比说教更重要.....   | 84 |
| 话不在多，全在点子上.....        | 87 |
| 用客户听得懂的语言介绍产品.....     | 90 |
| 想要讨好客户，就不要说他不爱听的话..... | 92 |

## Part 5

### 销售谈判之墨菲定律： 成功的谈判，双方都是胜利者

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 谈判时说得越多，越容易出错.....      | 96  |
| 无法说服客户的销售，只是个爱说话的人..... | 99  |
| 多问为什么，直到对方说不出理由.....    | 101 |
| 避实击虚，慢慢化解顾客的异议.....     | 104 |
| 适当让步，双方都是胜利者.....       | 107 |
| 永远不要接受客户的第一次还价或要价.....  | 110 |
| 欲擒故纵，瓦解对方的防御心理.....     | 113 |
| 以柔克刚，俘获客户的心.....        | 116 |

## Part 6

### 有效引导之墨菲定律： 成为客户的顾问，而非听命于客户

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 引导对方思路，让顾客自己说服自己..... | 120 |
| 帮顾客缩小选择的范围.....       | 122 |
| 根据顾客的购买条件推荐产品.....    | 125 |
| 通过环境攻心术促成交易成交.....    | 128 |
| 完美的示范是最有力的语言.....     | 131 |
| 帮助顾客发现自己的真实需求.....    | 134 |





|                  |     |
|------------------|-----|
| 让客户先“恋”上商品.....  | 136 |
| 在推销中始终把握主动权..... | 140 |

## Part 7

### 心态修炼之墨菲定律：

#### 世界上并不存在失败，除了心理上的

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 世界上没有什么不可能，关键是你是否坚信成功存在..... | 144 |
| 相信自己能行，你就能成功.....            | 146 |
| 做销售不能怕丢面子.....               | 149 |
| 没有热情，什么都不会成功.....            | 152 |
| 有什么样的心态，就有什么样的销售成果.....      | 154 |
| 成功的定义：推销的次数要比被拒绝多一次.....     | 156 |
| 失败并不可怕，重要的是坚持下去.....         | 158 |
| 正确对待错误，从失败中找到成功方法.....       | 161 |
| 推销时别忘了带上勇气.....              | 163 |

## Part 8

### 主动出击之墨菲定律：

#### 等待是个优点，但绝等不到公鸡生蛋

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 行动不一定得到，但等待一定得不到..... | 168 |
| 一百次梦想计划，也抵不上一次行动..... | 170 |
| 机会总是垂青积极行动的人.....     | 172 |
| 为了成功的可能，认真行动.....     | 175 |
| 首先确定目标，然后努力去实践.....   | 177 |
| 先学会行走，再向前奔跑.....      | 180 |
| 销售人员一定要越勤越好.....      | 182 |

**Part 9****精明销售之墨菲定律：****卖什么不重要，重要的是怎么卖**

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 想要事半功倍，必须重点瞄准关键人物.....   | 186 |
| 换个角度思考，你就是赢家.....        | 188 |
| 达维多定律：做别人不做的事.....       | 190 |
| 牢记“250定律”，不得罪任何一名客户..... | 192 |
| 把信息和情报放在第一位.....         | 195 |
| 打好营销这张牌，有了好名声就会有好买卖..... | 197 |
| 通过“炒作”使产品深得人心.....       | 199 |
| 寻求共鸣点，拨动顾客的心弦.....       | 201 |

**Part 10****销售计划之墨菲定律：****防范小概率事件，为最坏的可能做好准备**

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 有了完善的规划与准备，才会有成功..... | 206 |
| 知道工作中每一件事的先后顺序.....   | 208 |
| 行动之前充分的准备是必需的.....    | 210 |
| 细心安排约见事宜，确保万无一失.....  | 213 |
| 没有时间观念就没有业绩.....      | 216 |
| 推销之前，先摸清客户的底细.....    | 218 |

**Part 11****确保成交之墨菲定律：****在签单之前，不要尝试幻想你已经成功**

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 认真观察，牢牢抓住成交信号..... | 222 |
| 把握成交机会，随时促成交易..... | 224 |



|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 谨言慎行，别让“煮熟的鸭子”再飞走.....      | 227 |
| 巩固推销成果，避免客户反悔.....          | 229 |
| 扩大危机感，迫使顾客达成交易.....         | 232 |
| 急于求成只会起到反作用.....            | 235 |
| 签约后的表现，决定着是否会有下一次成交的机会..... | 237 |
| 成交之后，与客户经常保持联络.....         | 240 |

|           |     |
|-----------|-----|
| 参考文献..... | 243 |
|-----------|-----|

## Part 1

# 销售面谈之墨菲定律： 良好的第一印象，胜过后面千百次 的努力

墨菲定律中说：“给人良好的第一印象，胜过后面千百次的努力。”在销售过程中，销售人员给客户留下的第一印象非常重要。在先入为主的心理影响下，第一印象往往在很大程度上影响着客户对你的看法及感情，成为日后彼此间交往的依据，也决定着将来能否迅速成交。因此，要想成为一流的销售员，首先就要给别人留下良好的第一印象。





## 你永远没有第二次机会去打造第一印象

---

第一印象是指在与陌生人交往的过程中，所得到的有关对方的最初印象。第一印象是在短时间内以片面的资料为依据形成的印象。心理学研究发现，与一个人初次会面，45秒钟内就能产生第一印象。这一最先的印象对他人的社会知觉产生较强的影响，并且在对方的头脑中形成后占据着主导地位。所以墨菲定律说没有打造第一印象的第二次机会。

第一印象对后面获得的信息的解释有明显的定向作用。也就是说，人们总是以他们对某一个人的第一印象为背景框架，去理解他们后来获得的有关此人的信息。在社会心理学中，这种现象被称为首因效应。

这一心理学效应，在销售中尤为重要。在销售中，一般情况下，销售员与客户首次接触的时间不会太长，要想在有限的时间里，让客户信任自己，起码不讨厌和排斥自己是顺利进行下一步销售乃至长期合作的基本前提。假如客户一见面就对你感到厌烦，那么别说成交，甚至在你还没开口介绍产品或服务之前，客户就已经决定不和你进行下一步沟通了。



一位经验丰富的经理说：“有一天，一个人来拜访我。他的穿着就像一部著名的老剧《上午之后》中的一个角色。他开始做了一个好得非同寻常的销售推介，但我的注意力总是无法集中。我看着他鞋子、他的裤子，然后再把目光扫过他的衬衫和领带。大部分时间我都在想，如果这位专业销售员说的都是真的，那他为什么穿得如此落魄呢？”

“他告诉我他手中有许多订单，他有许多顾客，他们也购买了大量的这种产品。但他的个人外表致命地显示出他说的话不是真的。我最后没有购买，原因是我对他的陈述没有信心。”

据相关资料统计，销售人员失败的原因，有 80% 是因为留给客户的第一印象不好。那些注重合作的客户认为，销售人员的形象往往代表了其所属公司的产品服务质量和合作态度。正如案例中的经理所说，一个外表落魄、无精打采的销售人员很难让人相信可以提供高质量的产品和服务。

在销售过程中，良好的第一印象是沟通的开始，在很大程度上影响着客户对销售人员的看法及感情，对能否快速成交起着关键作用。

墨菲定律中说：“首先给人一分好印象，胜过后面十分努力的表现。”如果我们在第一印象给别人感觉是负分，就算日后再怎么努力，都很难翻身。因此，作为一名专业的销售人员，在与客户初次交往时，一定要注意给客户留下美好的印象，只有在顾客接受你的情况下，他才会考虑接受你的商品。



## 仪表是销售人员要过的第一关



“不是所有人都喜欢衣着整洁、仪表端庄的人，但是肯定没有人会莫名讨厌这样的人。”这条定律讲的是在人际交往中，一个人外表形象的重要性。作为一名销售人员，要想让客户接受你、喜欢你，整洁的衣着、文明礼貌和微笑热情是必不可少的。

人都是先看外表的，外在形象关系到我们留给别人的第一印象。作为一名销售人员，如果你的仪表过不了关，那么顾客就已经对你和你要销售的产品失去了兴趣：这么差劲的销售员，能拿得出好东西吗？因此，销售高手都十分注意调整自己的外表，以期直接迅速地给顾客留下最好的印象。

日本销售界流行着这么一句话：若要成为第一流的销售员，就应先从仪表修饰做起。而美国最优秀的推销大师法兰克·贝格也曾说过，外表的魅力可以让你处处受欢迎，不修边幅的销售员给人留下第一印象时就失去了主动。

8月的一个炎热的下午，一位推销钢材的专业推销员走进了一家制造公司的总经理办公室。这个推销员身上穿着一件有泥点的衬衫和一条皱巴巴的裤子。他嘴角叼着雪茄，含混不清地说：“早上



好，先生。我代表阿尔巴尼钢铁公司。”

“你也早上好！你代表什么？”这位总经理问，“你代表阿尔巴尼公司？听着，年轻人，我认识阿尔巴尼公司的几个头儿，你没有代表他们——你错误地代表了他们。”

这显然是一个失败的推销！

一位推销员刚刚进入推销行业时，他的着装打扮十分不得体，为此公司的一位顶尖推销员对他说：“老兄，头发太长了，一点儿也不像个推销员，该理发了，每周都要去理一次，那样看上去才会有精神，领带也没有系好，衣服的颜色搭配得太不协调了，真该找个人好好请教一番了。”并且告诉这位新手，只有穿着打扮得体，才会更容易赢得别人的信任，更容易达成交易。

这位推销员觉得他讲得很有道理，听从了他的建议，每周去理一次头发，并且他还专门去向别人请教如何打领带、如何搭配衣服。这些虽然浪费了他许多金钱和精力，但是结果正如那位顶尖推销员所说的那样，他的投资马上就赚回来了。

有人说，着装打扮不是万能的，但装扮不得体是万万不行的。这话确实很有道理。如果你的穿着得体，信心自然会大增。

而生活中，一些销售人员常辩解说，天天都在外面跑，哪有时间换干净的衣服，连和女朋友约会都要灰头土脸地去。销售虽然是一个回报丰厚的工作，但确实也是非常艰苦的。尽管如此，一个聪明的销售人员，也应该知道，仪表是他要过的第一关。





比如有一个汽车交易商准备卖一辆二手汽车，他会怎么样做呢？直接把车开去卖了？当然不是，很明显，他首先会把车送到车间里，将表面的擦痕都磨光，然后重新上漆；之后还要将车内装饰一新，换上新的轮胎，调试好其他设备，使一辆旧车“旧貌换新颜”。只有这样的汽车，才可能卖个好价钱。作为销售人员也是一样。记住，仪表不凡和风度翩翩的你会在客户心目中可信度增值，合适的形象会为你的成功增加砝码。而衣着邋遢不仅会损害你的个人形象，也会阻碍你推销的成功。

再好的商品，如果被穿着邋遢的销售员拿着，也会随之得到不好的评价。因此，销售人员只要有这样不合格的打扮，首先就会失去与他人竞争的入门机会，更不用说销售产品了。因此，身为销售人员，请在衣着打扮上多花点儿时间、多花点儿金钱，这样做你绝对不会吃亏。

**墨菲定律启悟**

一个人的仪表是给对方留下好印象的基本要素之一。作为一名合格的推销员，任何时候都不能疏忽了自己的仪表。