

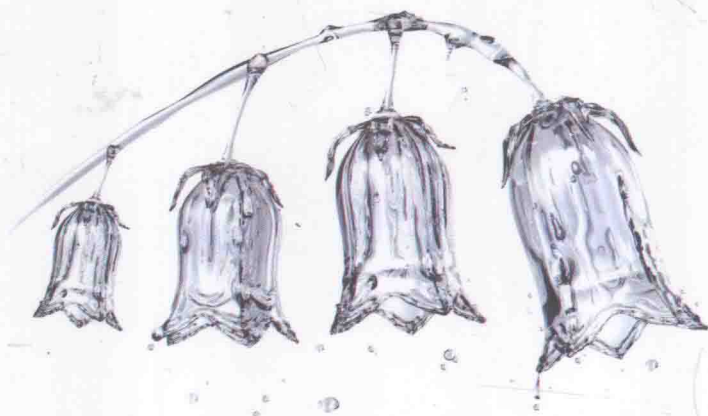
Mc  
Graw  
Hill  
Education

世纪畅优

发“21740”到

106900292251

成为世纪畅优会员，可阅读更多图书，获得增值在线课程(教学资源)



# 销售专家的秘密

## 决胜身体语言

(美) 马克·博登 (Mark Bowden) 著  
安德鲁·福特 (Andrew Ford) 著  
马新馨 译

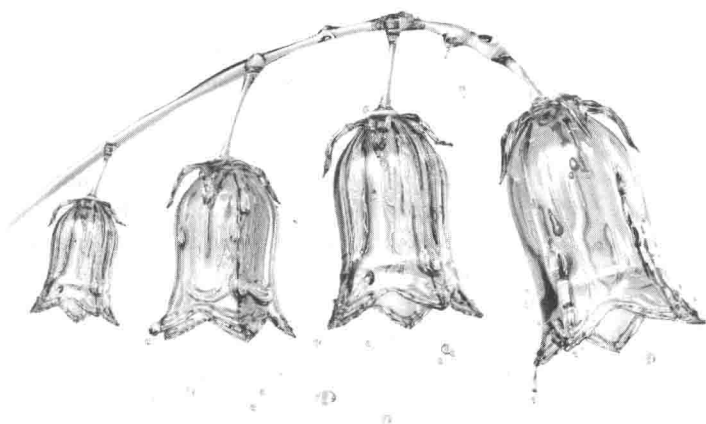
无须开口，便能轻松掌控交流走向，建立客户关系

WINNING BODY LANGUAGE  
FOR SALES PROFESSIONALS

Control the Conversation and Connect with  
Your Customer—without Saying a Word



电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>



# 销售专家的秘密

## 决胜身体语言

(美) 马克·博登 (Mark Bowden) 著  
安德鲁·福特 (Andrew Ford) 著  
马新馨 译

无须开口，便能轻松掌控交流走向，建立客户关系

WINNING BODY LANGUAGE  
FOR SALES PROFESSIONALS

Control the Conversation and Connect with  
Your Customer—without

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry  
北京·BEIJING

Mark Bowden, Andrew Ford: Winning Body Language for Sales Professionals: Control the Conversation and Connect with Your Customer—without Saying a Word  
978-0071793001

Copyright © 2013 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) and Publishing House of Electronics Industry. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2014 by McGraw-Hill Education (Singapore) PTE, LTD. and Publishing House of Electronics Industry.

版权所有。未经出版人事先书面许可，对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播，包括但不限于复印、录制、录音，或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字翻译版由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司和电子工业出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国大陆（不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾）销售。

版权©2014 由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司与电子工业出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill Education 公司防伪标签，无标签者不得销售。

版权贸易合同登记号 图字：01-2013-6684

#### 图书在版编目（CIP）数据

销售专家的秘密：决胜身体语言 /（美）博登（Bowden,M.），（美）福特（Ford,A.）著；马新馨译. —北京：电子工业出版社，2014.1

书名原文：Winning body language for sales professionals: control the conversation and connect with your customer—without saying a word

ISBN 978-7-121-21740-1

I. ①销… II. ①博… ②福… ③马… III. ①身势语—应用—销售 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 252702 号

责任编辑：王莞朕

印刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装订：三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开本：720×1000 1/16 印张：18.25 字数：193 千字

印次：2014 年 1 月第 1 次印刷

定价：39.00 元



凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zlls@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。



# 序

我第一次见到马克·博登是在2008年3月。当时我有两位同事才刚刚结识了这位“了不起的公开演讲教练和身体语言专家”，就强烈建议我和他认识一下。非常巧的是，那时我们两个都在多伦多出差；于是，带着满满的好奇心，我和马克约在一间咖啡馆见面了。

你也许会奇怪，为什么我会这么好奇呢？因为那时我已经是一个公共演讲专家，还是销售业绩管理研讨会的领导；我有一群忠实的粉丝，学员遍布北美洲及其他地区。但是，对我来说，最重要的两位支持者都十分坚定地认为我应该认识一下这位沟通教练。因此，我自然对他们如此坚定的推荐感到十分好奇。

在2006年我转行当顾问并推出Sales CoPilot之前，我在销售领域已经有了很不错的成就。这不是自吹自擂：不管是销售员、销售经理，还是某企业软件公司的部门领导，我都干得风生水起。专业的沟通技巧让我在演讲界也能出类拔萃；实际上，有些人甚至觉得我是个了不起的沟通专家。但是你也别把我想象得太伟大，

我只是在母亲的鼓励下参加了 Toastmasters 课程的一个年轻人。在上完了十次演讲课程之后，我拿到了 Competent Toastmaster 证书。如果你的兴趣，我母亲肯定很乐意把证书从箱底翻出来给你看。经过不断的学习、培训，我积累了大量的专业经验，对自己充满了信心。无论面对跨国集团的 CEO，还是身处挤满听众的会议大厅，抑或在一群行业专家的围攻之下，我都能轻松应对，游刃有余。综上所述，为什么我还需要一位“百里挑一”的沟通教练呢？

所以，见面那天，我带着满心的疑惑（当然是积极的）及些许不悦，到达了约定的咖啡馆。我敢肯定，坐在我对面的人能感受到我的情绪。当时我的坐姿、讲话及倾听的方式，都散发着一个信号：“证明给我看！”

接着，马克自信而平静地向我走来，握手、微笑、落座、提问……事情自此出现了转变。

这次见面是马克和我职业生涯中的关键会面之一。马克敏锐的洞察力和巧妙的教练方式（在星巴克里！）深深地震撼了我。除了我熟知的演讲技巧，他还向我演示了更全面的专业销售沟通技巧。但是在这里我先拿演讲方面举例。

作为一个演讲者，我总是精力充沛，对工作投入无与伦比的热爱和激情。我被销售这一行深深吸引，沉浸其中。因此，我积累了大量的专业知识，内容涉及系统和流程设计、信息传达、管理和教练等方面。凭着满腔热情和扎实的功底，我可以自信地面对听众。我喜欢跟人打交道，所以我必须获得人们的关注和尊重。

如果你没有全身心地投入，那你也别期望别人能全心地待你。

在演讲的时候，我会尽力营造互动的氛围。就像销售沟通一样，只有当双方围绕着客户的需求共同出谋划策时，会议才算成功。所以，在那次会面中，当马克轻声询问我平时的沟通方式时，我忽然意识到：自己对工作的热情过高，而且大部分都通过身体语言表现了出来，这对我的事业发展十分不利；有时我甚至在气势上压倒了听众，破坏了互动的氛围。这是听众和我都不愿看到的景象。

于是，我当时就邀请马克做我的教练。他会怎样解决我的问题？首先，他回顾了我过去举办过的研讨会；接着，我面对马克进行演讲，并用录像机记录下来。


在我们合作期间，马克向我介绍了他的 GesturePlane™ 系统。当时这个系统还没有通过他的首部著作 *Winning Body Language* 被大家所熟知；现在，读者们可以从该书中了解更多关于这个系统的内容。当时如果你想获得马克的专业培训，只能亲身参与，所以学费也十分昂贵；如今，你只需阅读本书，就可以快速了解我学到的那些知识，掌握马克在 GesturePlane™ 系统中介绍的心理和非语言技巧。马克曾说过，思想和身体是互相影响的，人的身体会与思想的运转产生共鸣。GesturePlane™ 系统之所以独一无二，是因为它探索了如何在人际交往中运用这种联系。

思想和身体是互相影响的，人的身体会与思想的运转产生共鸣。

就我的情况而言，我希望自己在进行公共发言时，可以营造出一种互动、协作的氛围，但是我的身体语言却总是帮倒忙；而且马克还指出，这些行为不仅让我身心俱疲，还阻碍了观点的表达，尤其是在倾听的时候。先不说那么远，马克·博登的 GesturePlane™ 系统将人体划分为若干个平面，当你在演讲中运用身体语言时，每个平面会给听众带来不同的感受、判断和专注程度。TruthPlane™ 向对方表明了你的真诚，PassionPlane™ 演示了你的激情与活力，GrotesquePlane™ 则会让你显得萎靡不振：只要掌握了身体语言的要领，你就可以轻松控制自己的情绪、态度和活力。简而言之，根据你期望客户做出的反应，采用正确的身体语言，让一切尽在你的掌握之中。

过去，我不懂得 PassionPlane™ 的正确尺度，结果呢，听众被迫接受我的支配，直到他们筋疲力尽。这不仅打消了听众对于互动的兴趣和信心，也阻碍了我聆听他人内心的想法，尤其是当我以展现全部的热情为唯一目标时。这样的做法并不适合以客户为中心的销售交流。

但是你可别误解我的意思，我本人确实是个非常出色的沟通者，现有的客户对我的评价都很高。打个比方，人到中年总会出现这样那样的健康状况，这些问题在初期影响不大，但是随着时间的积累，后果便会慢慢显现。现在，我认识到了自己的动作和控制欲不仅使听众无法打开心扉、自由地与我沟通，也让自己变得独断专行、看不清问题的本质。真正的我是什么样子的呢？我



说了我是一个精力充沛的人，这一点有证据证明。我曾经做过霍根性格调查表（Hogan Assessment of Personality Inventory），在精力一栏分数颇高。这说明我是一个充满热情与激情的领导者。但凡事有利亦有弊，当我感受到压力或觉得疲劳的时候，这种激情就会变得格外具有攻击性和破坏性。在进行领导力训练的时候，教练会帮助像我这样的学员学会控制这种力量，从而降低对队友造成的负面影响。

认识马克后，我对于如何控制以上行为有了更清晰的认识。通过 TruthPlane™，马克教会了我实现平衡的关键：我的一举一动。

GesturePlane™系统为我开启了一扇大门，提高了我对自己的控制力。我在工作中取得了令人瞩目的进步。马克告诉我：“演讲结束之后，听众的反应有两种，一种是对你大加赞赏，另一种是在赞赏你的同时，还希望与你进一步的交流。”在与马克合作之前，我的演讲往往都大受好评，但是没有听众会主动来找我沟通。如果我能改进这一点的话，说不定就会有听众排长队来跟我喝咖啡了。

现在，我不仅更善于带领听众融入销售交流中，还对自己有了更好的控制。我的头脑中有一幅清晰的画面，知道该如何把握主题；我学会了谨慎掌控自己营造的氛围，并随时进行调整以辅助我传达信息；如果我的热情超出了应有的水平，开始带来负面影响，我可以有意识地加以控制。身体不光是思想的反映，甚至可以影响思想。如果忽略了这一点，身体便会受控于你的情绪，



暴露或透露你当前的心理活动。但是，意识到了身体的影响之后，我们便可以通过身体调整自己的感觉、态度和能量。这就是马克研究的意义所在。

在与马克的合作中，我也有了一些收获。例如，一对一交流最容易受到身体语言的影响。当我面对销售人员和企业家进行教练，或者向客户推销时，我会表现得过于有压倒性。这和我在演讲中遇到的问题一样。我的气势压过了听众，阻碍了信息传递中的互动性；若不加以控制，这种气势甚至会令人生畏。采取了马克的建议之后，我学会了将自己的影响力控制在所需的程度之内。

现在，在我跟别人进行沟通互动时，我可以利用身体语言传递一种鼓励性的信号，邀请听众融入沟通过程中。如果观众兴味索然、热情度不高，我可以利用身体语言改善这一局面，鼓励大家进行互动。这可不是操纵听众，而是将人类最基本的社会本能作为工具；这一工具在人类漫长的发展史中不断完善，是一种根植于我们基因中的本能行为。

一直以来，马克的研究都围绕着领导者和演讲者展开。这些人的共同目标是运用正确影响力给听众带来启发。但是归根结底，这些研究的中心还是如何营造出能够提高沟通效率的氛围；这一点也是马克和我联手推出本书的初衷。销售的本质是通过协作发现解决客户问题的方法。成功的销售人员不仅善于言谈，更是好的听众。他们能与客户建立起牢固的信任关系。学习运用身体语言，可以为你的销售过程创造有利条件。无论是商店里的零售买

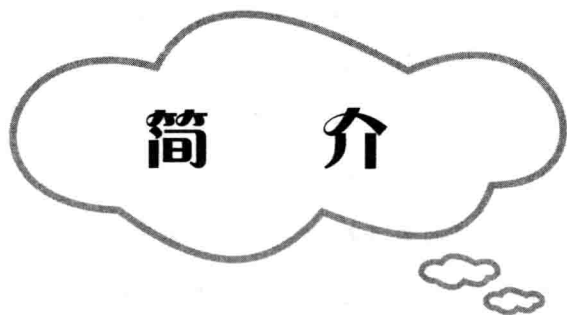
卖，还是向大集团总裁推销你的解决方案，只要学会控制自己的身体语言，成功绝不会与你失之交臂。

在本书中，你将学到马克关于身体语言、非语言沟通及行为的独特理论，这些成果归功于马克在艺术、演化心理学、神经结构及具身认知领域的专业研究。此外，我们还会研究这些理论在销售情境中的应用，通过全方位的实践，获得独特、有效的观点。阅读本书之后，你将学会如何利用氛围获得事业上的成功，决胜于一举一动之间。

也许你是经验丰富的销售精英，渴望在竞争中脱颖而出，让事业更上一层楼；也许你只是一名新手，希望他人对你刮目相看……总之，欢迎你进入身体语言的世界！

安德鲁·福特

SalesCoPilot.com



## 简介

当你翻开这本书的时候，请思考这样一个问题：为什么身体语言在销售中有如此重要的作用？也许你已经买了这本书，知道了问题的答案，现在正在进一步探索非语言沟通的世界，希望可以在销售中与客户建立起良好的信任关系；也许你想在购买这本书之前，先找到问题的答案。

当然，还有一种可能是你不相信非语言沟通对销售有如此神奇的影响，但是现在你仍然在看这篇简介。接着看下去，你会喜欢下一段的。

你的怀疑情有可原。一些销售理论专家认为，人们购买产品或服务仅仅是为了满足表面上的需求。他们认为，购买者的目的是摆脱正在经历的“不便”；只要产品或服务中包含了某些特定功能，就可以消除这些“不便”。当销售人员可以满足客户的需求时，这笔买卖就成交了。因此，销售中的任何“无形技能”都是无稽之谈，根本没有存在的必要。你的产品是否能解决客户的问题，决定了销售是否能够成功。向新客户或现有客户介绍产品或服务

时，凭借一份产品介绍便可以高枕无忧。这份介绍清楚地解释了客户当前面对的问题，还介绍了解决这些问题的产品或服务。它们可以是印刷品（成本高）、网络宣传（成本低），或通过销售人员介绍（成本极高）。但是，这一切的核心仍然是精准沟通，即客户的需求和与之对应的解决方案。问题解决，买卖达成。

如果你对上面的看法一点儿也不赞同，那么你就没必要再读下去了（如果这本书是你借的，那就还回去；如果是你亲自买的，那就去书店退款吧，你不该买这本书），因为我觉得奇幻类的读物更适合你。

现在言归正传。

随着“敢想敢做”理论和“没有最好，只有更好”理念的普及，以往流行的无数产品和服务都被人们抛在了脑后。它们被市场遗忘、在黑暗的角落里落满灰尘；这些产品的创造者曾经拥有的美好展望和梦想，如今都被现实无情地磨灭。为什么？因为这些产品缺少正确的推销方式。

客户或消费者在购买产品之前，必须先对产品产生信任。因此，销售人员的工作就是帮客户建立信任和信心，吸引他们购买产品。优秀的销售人员能够比一般人更快速、更高效地完成这一过程。他们特有的行为模式不仅推动了交易的成功，而且满足了买卖双方的需求。

我们从自己信任的商人手中购买产品，这一信任关系维持得越久，买卖双方的关系越稳定；我们从可靠的人手中购买商品，

而且还会向自己的朋友推荐这些人；我们与吸引自己的人交往，并且愿意听从他们的一切话语。但是，我们该如何判断面前的这个人是否值得信任？

如果你是销售人员，你的客户如何迅速判断你是否值得信任、并将他们的利益放在心中？他们会运用哪些机制和过程来判断你是否可靠，并在当下就确定听从你的引导？是什么让他们甘愿冒着风险将整个团队都交给你？

人类虽然经过了数百万年的进化，但是我们与几百万年前的人属生物，或者与这地球上无数的动物有机体一样，都是通过无意识地对其他生命体的身体行为进行判断而得以生存和繁衍的。我们判断对方的行为是否具有危险性，从而确定他们/它们是敌是友，并且分析这种判断是否长期有效；也就是说，判断对方是否可靠、是否值得我们的信任和进一步投资。人类对复杂口头语言的掌握只有非常短的历史（大概只有 10 万年），所以在本能上我们仍然需要根据对方的非语言行为来辨别他们的意图或感觉。通过观察他人的身体语言，我们可以快速地确定是继续交往还是全身而退，或者立即将对方驱逐出我们的领地。

在销售活动中也是如此。有购买意向的人们可能会接受你的推荐，主动询问你的意见，或者在你开口之前就拒绝你。在最后一种情况下，你甚至都来不及问一句“有什么可以帮您吗”或“您在工作中有什么困扰吗”。他们根据本能快速地做出决定，而且通常都不会改变心意。这一决定就是他们根据你的非语言行为做出的。

不过大家别曲解了我的意思。你对潜在客户或顾客说的话同样很重要。这时，语言就像涂在蛋糕上的糖霜一样。如果没有蛋糕，只有一堆黏乎乎的糖霜，估计就没有人想吃了，而且这些糖霜还不利于健康。在销售中，正是由于缺乏身体语言作为基础，我们才会显得“油嘴滑舌”。就像那种听起来神乎其神包治百病的“万能药”；顾客买回家才发现，所谓的“万能药”不过是一堆垃圾。

对于销售人员来说，这里的“蛋糕本体”就是身体语言、非语言沟通，以及在销售中的行为动作。只要掌握了这些技巧，你就可以轻松获得别人的信任。客户会相信你所说的一切，并将这种信任和信心扩展到你的公司、组织和品牌；最终，他们会对你销售的所有产品都持有绝对的信任和信心。

所以，本书想告诉你的重点在于，人们购买的是一种感受，而非产品。一定要记住这一点。我觉得我得再重复一遍，才能强调它对销售的重要性：人们购买的是一种感受，而非产品。消费者在买卖过程中采取的每步行动、经历的每次互动，都会对他们的感受产生影响；这种感受将直接影响他们对你的产品或服务的判断。你的每位顾客（或其他人的顾客）都会在潜意识里判断他们获得的感受是正面的还是负面的，并且不断调整着这样的判断。有时甚至在你开口介绍产品之前，客户的感受就会对你的最终分数产生决定性的影响，如安全感、归属感、困惑、理解、口碑等。

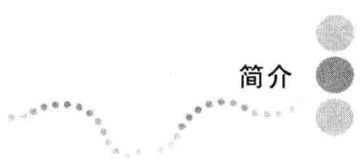
我知道，大家都会认为“我的产品是最好的，客户的这些细

微感受根本掩盖不住产品的光芒”！也许某些人（那些该合上这本书去读《魔戒》的人）是对的：好的产品确实会带给人们一种正面的感受，这种感受不会受到任何因素的影响。遗憾的是，这样的产品往往只存在于幻想之中。

现在，让我们面对现实。通过学习本书中的内容，你可以不断提高让消费者产生积极感受的神经因素水平，并与之建立起联系，让买家感觉自己做出了正确的决定，这一决定让生活变得更加安稳，并且自己会因此在群体中享有较高的社会地位。这也是复杂的 B2B 销售和简单的 B2C 交易之间的差异，但是二者具有同样的重要性。

买家都向往非同寻常的消费体验，本书将告诉你如何创造这样的体验。医生们都知道，表面上的问题并不是真正的问题（尽管人们在征求建议时总会跳过这一点，客户在走进你的商店时也不会说出他们的问题）。有时，促使我们向销售顾问求助的初期病症可能是我们以往敷衍了事解决问题，或者忽略本质问题、治标不治本导致的后果。

在生活中，我们的每次消费行为都有着非常深远的影响；而销售精英的工作就是帮助消费者和客户分析、探索这种影响，并说服对方信任他们提供的建议。在这一过程中，销售人员需要发挥自己的“影响力”（设身处地地为消费者着想）和“说服力”（深深地打动消费者）。这在本质上是一种转变他人行为的过程，放在销售活动中就是让消费者从“不买”到“购买”的过程。



为了更快速、更自然、更有效地使消费者完成这种转变，本书将告诉你非语言沟通的技巧，让你根据需要控制和调整消费者感受到的氛围。这里我要再次强调的是，语言在这一过程中同样重要。你可以运用语言去影响和说服他人实现行为转变，获得惊人的效果。但是，对于大多数专家来说，与其运用语言说服棘手的消费者改变主意，不如通过改变氛围来实现这一目的；身体语言的影响力不容小觑。为什么？因为语言过于复杂，而行为看似复杂，实际上是一种非常简单和直接的沟通方式。人们可以通过有意识的行为影响他人无意识的思想；更重要的是，行为可以在一定程度上影响人们的预期目标。

下面我们拿动物来举个例子。

我们以蚂蚁为例。这是一种有着简单生理和神经构造的群居昆虫，这种构造决定了它们的生存方式。现在，将蚂蚁放在一块白色平面的一端，把食物放在另一端。你会发现，蚂蚁选择了最短最快的路线到达食物，而这完全是它的本能。这个结论并不是什么新鲜事。接着，我们把这只蚂蚁放在相同面积的沙滩上，把食物放在相同距离远的地方。你觉得会发生什么？如果你真的捉了一只蚂蚁做实验，你会发现蚂蚁的爬行路线是一团歪歪扭扭、曲折反复、毫无规律的轨迹。

如果没有亲眼看到蚂蚁在第一次实验中的出色表现，你可能在第二次实验后就下定结论，认为蚂蚁在寻找食物的过程中会表现出复杂的行为模式，或者认为这种群居昆虫的智商非常有限，



或者觉得这个实验很无聊。但是，完整观察了两次实验之后，我们会发现蚂蚁的复杂行为只是对复杂环境的一种反应。蚂蚁有属于自己的一套实现目标的简单规则；这些规则和环境的作用，实际上与引导客户发现解决方法的过程相似。

因此，我们是应该告诉那只蚂蚁如何更有效地到达终点，还是应该把蚂蚁放在一个相对简单的环境中？

这可不是在讲笑话。我们和蚂蚁一样，在基因中存在着语言天赋。人类通过分泌信息来进行交流，这种化学因子可以触发同一生物种群中的社交活动，并可以准确预测一定距离外其他对象的未来反应。沟通专家将这种能力称为“置换”，即对不在当时当下的物体、地点和事件进行判断。这是判断有机体是否具备语言能力的因素之一。所以，如果你掌握了蚂蚁的语言，你就可以告诉它成功的捷径是什么。但结果往往是这样的：当你正忙着想办法将信息传达给蚂蚁的时候，它已经朝着相反的方向前进了。到你真正找到解决办法时，你可能会发现那只蚂蚁已经变成了你的竞争对手麾下的一分子。

所以，如果有条件的话，与其花费精力学习蚂蚁的语言，并教会它一整套复杂的指令，不如将蚂蚁放在一个简单些的环境中。

这就是本书的核心。为了转变现有客户和潜在客户的行为，我们将学着改变他们周围的环境；通过控制他人和我们所处的非语言沟通环境，满足彼此的需求。我们可以运用明确简单的行为，影响和说服客户及消费者，让他们真切认识到你的产品才是最佳