

最实用、最高效的销售攻心术

张汇通◎著

RUHESHUOGUKECAIHUITING
RUHEZUOGUKECAIHUIMAI

如何说 顾客才会听

如何做 顾客才会买

一本利用心理学、口才学、营销学化解
销售难题的最佳读本

用20%的时间，创造80%的业绩，世界销售大师秘而不宣的顶级沟通技巧。

本书通过解读销售中的行为、会话等心理策略和实战技巧，来提升销售人员的实际应对能力，通过洞察和掌控顾客的心理，使快速成交变得轻而易举。

中国商业出版社

如何说
顾客才会听
如何做
顾客才会买



RUHESHUOGUKECAIHUTTING
RUHEZUOGUKECAIHUIMAI

张汇通◎著

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

如何说顾客才会听, 如何做顾客才会买 / 张汇通著. —北京: 中国商业出版社, 2014.3

ISBN 978-7-5044-8370-6

I. ①如… II. ①张… III. ①销售学 IV. ① F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 016995 号

责任编辑: 于任辉

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c-cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店总店北京发行所经销

香河县宏润印刷有限公司

*

710×1000 毫米 16 开 14 印张 222 千字

2014 年 3 月第 1 版 2014 年 3 月第 1 次印刷

定价: 29.80 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

PREFACE

前言

“成功的推销员一定是一个伟大的心理学家！”学好管理学、经济学，不如掌握心理学。销售人员最大的优势是心理素质好、情商高，销售工作非同凡响的关键就是在掌握客户心理的基础上展开攻势，逐一化解销售难题，赢得大单！

生活中，这样的场景你熟悉吗？

小王带着他的女朋友小丽去逛街，小丽看上了一套衣服，小王一看标价，2800元，觉得太贵了，可是看到女朋友渴望的眼神，只好跟销售员杀价了。

小王：“这套衣服太贵了，能不能便宜点？”

销售员：“不贵！这可是意大利名牌，又是今年的最新款，我们卖得是最便宜的了！有心买我给你打个九五折。”

小王：“六折！”

销售员：“不可能！哪有那么便宜，我进货都进不来，如果有那么便宜，你卖给我好了，有多少都要。这样吧，看你有心，给你最低价，九折！”

小王：“九折太贵了，最多七折，卖不卖？”

.....

结果会怎么样呢？通常是小王带着小丽货比三家去了！好好的一笔生意就这样没了！这可是每个店铺天天都在发生的事情。

其实，在销售过程中，杀价是再正常不过的事情了，上面这个销售个案之所以不成功，是因为销售员不懂心理学的缘故，销售人员为了不被顾客杀价，很自然地就站在了顾客的对立面，这样的结果，销售过程很自然就变成了一场战争，既然是战争，就算是销售成功，也只能是两败俱伤的结果。



作为销售人员在销售过程中不能跟顾客作对，难道任由顾客杀价？当然不是，一个懂得心理学的销售人员，永远不会与顾客讨价还价，我们来看看以下场景：

小王：“这套衣服太贵了，能不能便宜点？”

销售员：“是的，这套衣服确实有点贵，但你的女朋友这么漂亮，穿上这套衣服一定很好看，先穿上试试？”

（小丽穿上衣服后）

销售员：“你看，多好看！你真幸福，有这么好的女朋友，我在这个店工作已经三年了，以我的经验，只有那些很爱他女朋友的男孩子才舍得买这么名贵的衣服给女朋友的。好羡慕你啊！”

.....

话说到这里了，小王能不买吗？

为什么这次会销售成功呢？因为在这里，销售人员用了实用心理学中的一个很简单的方法，既夸奖了小王女友的美丽，又肯定了小王的大方——这样，如果小王认为销售人员说的是对的，他自然就会做出你要的购买行为。

毋庸置疑，销售是一项伟大的事业，也是一门科学、一门艺术，更是一场心理战。销售人员在业内的地位如何，能够取得怎样的业绩，在很大程度上取决于他与人打交道的能力——与客户沟通、交际、博弈。销售不仅仅只是销售人员与客户之间进行商品与金钱等价交换那么简单，它更需要对心理学的掌握与利用。这种做人做事的终极法则就是：洞悉他人的心理，然后对症下药，使对方不得不按照你的意愿行事。

本书是一本结合销售实践和最新心理学研究成果的实用工具书，对销售人员在销售的过程中的不同阶段，消费者的不同心理，以及销售人员应该怎么去面对客户等方面都作了详细的介绍，相信会对销售人员的工作有着很强的指导作用。

通过阅读这本书，您不仅可以领略到阅读的乐趣，还可以了解销售心理学方面的专业知识，在轻松愉快的氛围中掌握销售技巧。

最后，祝愿大家都能实现自己的销售梦想，成为行业销售的佼佼者！

上篇

如何说顾客才会听

第一章 在形象上赢得认可——诚信的外表是客户愿意听你说话的前提

诚信是让顾客主动上门的金字招牌 / 3

谈生意应以诚信为前提 / 6

留下良好的第一印象 / 9

让顾客觉得你说话靠谱 / 11

耐心地为顾客做解答 / 13

在语气中体现你的真诚 / 15

向客户坦露真言 / 17

第二章 先拉近与顾客的距离再说话——多数顾客都愿意听亲近感人的话

迎合客户的喜好 / 21

让顾客感觉他是在与知己谈话 / 23



谈到爱好上，客户一定会对你感兴趣 / 25

真诚地关心你的每一位客户 / 27

创造亲和力让客户听你说 / 28

多谈及客户感兴趣的话题 / 30

对话中礼貌用语很重要 / 32

制造亲近感，拉近与客户的心理距离 / 34

第三章 说顾客感兴趣的话——顾客不喜欢听无实质意义的废话

让每句话都能引起客户的关注 / 39

为实现用户的购买打气 / 40

介绍的内容应是客户要急于听的 / 42

介绍产品时要突出优势 / 44

擅长语言引导技巧 / 47

始终说让客户认可的话 / 48

让顾客感觉你是个专家 / 50

说对方急于要听的话 / 52

第四章 说能够让顾客放心的话——听放心的话是顾客购物时要达到的前期目的

客户都怕上当受骗 / 57

善用引人注意的说服方法 / 58

满足客户对于安全感的心理需求 / 61

用承诺消除客户疑虑 / 62

向客户真诚地介绍和答疑 / 65

用翔实的数字和事实与客户交谈 / 66

第五章 说顾客感觉你是在帮助他的话——顾客会把帮自己说话的人当做是可信赖的人

- 为顾客介绍产品既真心又贴心 / 71
- 做一个合格的导购 / 73
- 不但能说更要会说 / 76
- 要不厌其烦地回答顾客的提问 / 78
- 帮助顾客把钱花在刀刃上 / 80
- 帮助顾客分析买得合适不合适 / 82
- 站在客户角度，而非死缠烂打 / 85
- 要保证让客户能得到切实利益 / 86
- 让客户听起来觉得你是在为他着想 / 89

第六章 说让顾客感到受尊重的话——当上帝的感觉人人都会很舒服

- 满足客户当上帝的愿望 / 95
- 要维护客户的尊严 / 98
- 每个顾客都想受到贵宾礼遇 / 100
- 适当地使用激将法 / 102
- 看重你的客户 / 103
- 赞美越具体，客户离你越近 / 105
- 开出的价格要给对方留余地 / 106
- 为客户提供体现“面子”的机会 / 108



下篇

如何做顾客才会买

第一章 真实展示所推销产品的实效——露脸的产品才是顾客购买的发端

全面了解你所推销的产品 / 113

向客户承诺产品零故障 / 115

向客户突出介绍所卖产品优于其他同类产品的地方 / 116

让产品引起顾客在情感上的认同 / 118

突出特点，彰显产品的独一无二 / 121

对所售产品的功能进行演示 / 122

让顾客参与对产品的评判 / 124

第二章 服务到位——顾客要买的是不让他操心的产品

优质的服务是完成推销的重要条件 / 129

服务到位不分尊卑 / 130

周到的服务是最好的推销 / 132

通过售后服务争取更多的用户 / 133

切实把服务落实到位 / 136

通过服务把顾客培养成行家 / 139

为客户的服务“打包” / 141

周到的服务打造“铁杆用户” / 143

第三章 把顾客当做朋友——照顾朋友的生意是惯常的道理

把客户当做朋友来对待 / 149

善于与客户建立友谊 / 151

让顾客觉得不掏钱就有点对不住你了 / 153

用服务实现利润 / 155

待顾客像朋友，他会回报你的好意 / 156

先做朋友，后谈销售 / 158

第四章 让顾客感受到自己是受益者——少花钱是顾客永恒不变的追求

让双方都得到实惠 / 163

抓住客户占便宜的心理促成销售 / 165

让客户花最少的钱买到最满意的东西 / 167

让客户觉得占便宜了 / 168

成交前让客户有砍价的满足感 / 169

对顾客的异议提供满意的答复 / 171

适当地为消费者回馈一些小赠品 / 174

巧用性价比，让客户感到买的是便宜货 / 176

第五章 尽量满足顾客的要求——顾客的满足是完成购买的底线

满足需求就是在促成购买 / 181

切实解决客户的需求 / 183

激起顾客的兴趣是达成交易的基础 / 184



- 明示产品带给客户的好处 / 187
- 在客户喜欢的产品上做导购 / 189
- 通过激发欲望促成顾客购买 / 191
- 给顾客以选择的余地 / 193

第六章 让顾客无后顾之忧——顾客更希望做无风险的消费

- 善于解读客户拒绝购买的潜台词 / 197
- 消除客户对风险的担忧 / 199
- 排除顾客的风险方能取信于顾客 / 201
- 让顾客把心放在肚子里 / 202
- 让客户为销售的产品做结论 / 205
- 让客户有买对了的感觉 / 207
- 成交后让顾客感到无后顾之忧 / 210
- 利用真实的保障留住客户 / 211

第一章

在形象上赢得认可

——诚信的外表是客户愿意听你说话的前提

推销员在与客户打交道时，其个人品质会使客户产生好恶等不同的心理反应，从而潜在地影响着交易的成败。因此，推销员在推销产品时，首先应是推销自己的人品，把自己的热情、善意、诚挚和爱心呈现给对方，最终赢得销售的成功也就是水到渠成的事情了。

如何说
顾客才会听

上篇

诚信是让顾客主动上门的金字招牌

诚信是诚实、守信的浓缩。在做人上诚信是优秀的品德，在做生意中是必要的职业道德，诚信历来是人品的重要组成部分，在我们的日常销售工作中也发挥着相当重要的影响力。实际上，在对产品的推销中，没有诚信，就没有交易。

据美国纽约销售联谊会统计：70%的人之所以从你那购买产品，是因为他们喜欢你、信任你和尊敬你。因此，要使交易成功，诚信不但是最好的策略，而且是唯一的策略。

赫克金法则源于美国营销专家赫克金的一句名言：“要当一名好的销售人员，首先要做一个好人。”这就是赫克金强调的营销中的诚信法则。美国的一项销售人员调查表明，优秀销售人员的业绩是普通销售人员业绩的300倍，其真正原因与长相无关，与年龄大小无关，也与性格是否内向或外向无关。而是与如何做人，是否是一个诚信之人有关。

因此说，要想使大部分客户接受你，做一个诚实守信之人才是成功的根本。

在推销过程中，如果失去了信用，也许一笔大买卖就会泡汤。信用有小信用和大信用之分，大信用固然重要，却是由许多小信用积累而成。有时候，守了一辈子信用，只因失去一个小信用而使唾手可得的生意泡汤。推销高手们是最讲信用的，有一说一、实事求是、言必信行必果，对顾客以信用为先，以品行为本，使顾客信赖，使用户放心地同你做交易。

对于一个销售人员来讲，顾客就是上帝，顾客有权拒绝。然而，当优秀的销售人员带着不错的产品，一次次真诚地拜访时，最终总能赢得顾客的青睐。产品不是万能的，任何产品都有它起作用的范围和无法起作用的范围。这是一个基本常识。但是，在某些销售人员看来，他们的产品就是万能的，他们向客户介绍产品时，恣意夸大产品的性能，这无疑给他们日



后的推销工作带来了隐患。

有一位成功的销售人员，每次登门与对方谈业务时，开头的第一句话就是：“我只打扰您 10 分钟。”时间一到他便起身告辞：“对不起，10 分钟到了，我该告辞了。”如果双方商谈顺利，对方会建议继续下去，那么，他便说：“那好，我再打扰您 10 分钟。”然后再谈。

对此，凡是与他打过交道的客户对此的反应因人而异，绝大部分人说：“嗯，你这个人真守信。”也有人会说：“咳，你这人真死脑筋，再谈会儿吧！”

销售人员最重要的就是要赢得客户的信赖，但不管采用何种方法，都得从一些微不足道的小事做起，守时就是其中一种。这是用小小的信用来赢得客户的大信任，因为你开始答应会谈 10 分钟，时间一到便告辞，就表示你百分之百地信守诺言。顾客也会耐心地听你说下去。

在当今竞争日趋激烈的市场条件下，信誉已成为竞争制胜的极其重要的条件和手段。唯有守信，才能为销售人员赢得信誉，谁赢得了信誉，谁就能在市场上立于不败之地；谁损害或葬送了信誉，谁就要被市场所淘汰。销售人员最重要的是要赢得客户的信赖，但不管采用何种方法，都得从一些微不足道的小事做起，从每一个细节表现你的真诚，以此告诉顾客：我是个诚信之人。

诚实守信，以诚相待，是所有推销学上最有效、最高明、最实际也是最长久的方法，林肯曾经说过：一个人可能在所有的时间欺骗某些人，也可能在某些时间欺骗所有的人，但不可能在所有的时间欺骗所有的人。对于销售人员来说这个道理也同样适用，在一个信息传播日益迅速的市场环境下，销售人员的小手段、小聪明是很容易被看破的，即便偶尔让顾客信任了你，但这种信任也是相当短暂的。要想赢得客户，诚信才是最有效的办法。

要做到诚信，不是很难的事情。而违反诚信法则的人，是无法在这个行业中生存下去的。美国销售专家齐格拉对此深入分析：一个能说会道却心术不正的人，能够说得许多客户以高价购买劣质甚至无用的产品，但由此产生的却是三个方面的损失：客户损失了钱，也多少丧失了对他

的信任感；销售人员不但损失了自重精神，还可能因这笔一时的收益而失去了成功的推销生涯；从整个行业来说，损失的是声望和公众对他的信赖。

那么，销售人员如何体现自己的诚信呢？我们认为最基本的要做到：

1. 不做夸张的宣传

有些推销员把自己推销的产品夸赞得好的没边，歪曲了事实。但实际上，这样做有百害而无一利。

2. 避免说自相矛盾的话

这点其实很容易做到。也许你讲话过快，以至于中心意思不够突出。或者你表达能力较差，无法有序表达自己的观点。这都不要紧。只需要耐心等待，直到自己的声带与大脑完全合拍，这样你再开口则基本不会出现任何问题。

3. 表现出宽容

对顾客的不适当批评和指责要解释但态度不能生硬、过激。要摆事实，说真话，但要避免使对方感到困窘。

4. 不为他人做托

有时候，你可能会遇到别人要求你为他说谎，或为他们掩饰实情。要记住，你对此要坚决予以拒绝。一个老板最差劲的行为，就是强迫他的雇员为他说谎，而这也是一个雇员要做的最困难的决定。当然，如果你这样做了，你的老板可能很震怒，或许因此对你有一份意外的尊敬，从此不再要求你为他掩饰。但是，如果他的反应真是很震怒，并强迫你，那你宁可辞职。

当然，要做一个诚信的推销员，首先自己就要做到不让别人替自己说谎话。



谈生意应以诚信为前提

常言道：“君子以信为大宝也。”“诚招天下客，信收海内心。”意思都是在说，讲诚信是做成生意的前提，如果一张嘴就让顾客感觉到你说的尽是谎话、大话，他会和你继续谈下去吗？有人说无商不奸，其实，商战中要使自己的事业有长远的发展，必须“以德为本”，恪守商业道德。做生意的第一要诀就是真诚。只有真诚对待客户，才能做成大生意，才能有长久的合作。弄虚作假，只能是一锤子买卖，终究是水中捞月。千万别说谎，即使只说了一次，也可能使你信誉扫地。

还有一点非常关键——不要轻易向客户许下诺言。如果你推销的电话交换机系统需要两个月才能完全安装调试完毕，那么你不能只是为了与客户签下协议而谎称三个星期就够了。这种无法兑现的承诺甚至有可能引起公司间的纠纷，并最终失去现有的客户。

事实上，有时即使是非常专业的推销员也不可能回答出客户所有的问题。遇到这种情况，你可以诚心诚意、直截了当地说：“对不起，我现在一时无法回答你的问题，但我回去后会马上查找答案，很快就给你回电话。”当然，如果你总是这样向客户解释，那就说明你并没有做好充分的准备工作。不过，这种坦率的回答倒是体现了你的诚恳，这总比说假话、敷衍你的客户好得多。

如果时间和条件允许的话，你最好立刻着手查找答案。例如，当客户问起你不熟悉的汽车挡速时，你可以说：“咱们现在就去请教技术专家。”然后，你把他带到一位汽车技师那里去，让他当面提出问题并得到正确的答案。

在推销过程中，你一定要让客户感觉出你很真诚。那么，怎样做才能让客户在见你第一面时就觉得你很真诚呢？这里提供几条建议：

第一，要真诚地注视顾客。这是一个最基本的礼貌，它可以让客户感受到被尊重的满足。