

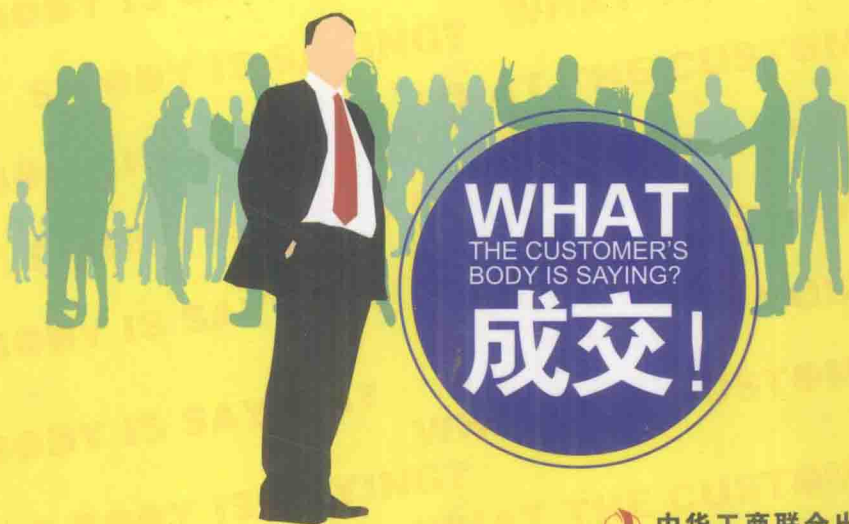


让你第一时间看透客户
读懂顾客心理 引导顾客成交

销售 读心术

破解销售中的身体密码

WHAT THE CUSTOMER'S BODY IS SAYING? 姜仁◎著



让你第一时间看透客户
读懂顾客心理 引导顾客成交

销售 读心术

破解销售中的身体密码

WHAT THE CUSTOMER'S BODY IS SAYING? 姜仁◎著



图书在版编目(CIP)数据

销售读心术 / 姜仁著. -- 北京: 中华工商联合出版社, 2011

ISBN 978-7-5158-0083-7

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第 227815 号

销售读心术：破解销售中的身体密码

作 者：姜 仁

责任编辑：郑 婷 徐彩霞

绘 图：王佑灵

封面设计：周 源

责任审读：吕 莺

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3月第1版

印 次：2013年3月第2次印刷

开 本：710mm×1020mm 1/16

字 数：200千字

插 图：47幅

印 张：15

书 号：ISBN 978-7-5158-0083-7

定 价：29.80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



功夫常在言外： 身体语言是怎么回事

威廉·莎士比亚曾经说过：“沉默中有意义，手势中有语言。”这句话一语道破了身体语言所具有的传情达意的作用。身体语言是怎么回事呢？简言之，就是通过身体姿势来进行沟通。这种沟通方式不像嘴巴说话那样，而是一种无声的沟通，一种比声音更真实的沟通。

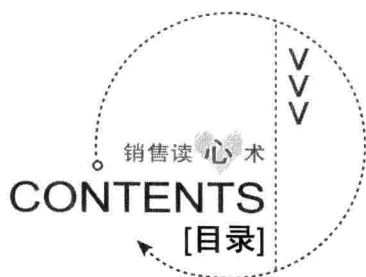
一般来说，身体语言包括目光与面部表情、身体运动与触摸、姿势与外貌、空间距离等内容。当我们与人交流沟通时，即使不说话，也可以凭借对方的身体语言来了解对方的内心世界。同样的道理，对方也可以通过我们的身体语言了解我们的真实想法。

在营销中，善于察言观色、善于读懂客户的身体语言，直接或间接地关系到营销成败。营销人员应该明白，客户可以在语言上伪装自己，但是身体语言却经常会“出卖”他们，因此，解译客户的身体密码，可以更准确地摸清客户的内心想法，从而制订有针对性的营销战略，实现营销目标。

营销原本就是一门语言的艺术！但是你可能不知道，语言并不仅仅从你雄辩的口中说出口，身体也会说话，它无声的语言无时无刻不在透露真相。因而，一个成功的营销人员，需要掌握必要的心理学知识，懂得身体语言的识别和使用技巧，掌握顾客表情和肢体动作背后的心理。

要知道，有时就是几个不起眼的手势、一次恰到好处的微笑、一种不经意选择的姿势，就可能决定了你的成败——从柜台小金额的商品零售，到跨国谈判桌前上亿级别的商务谈判，无不如此。如果你能仔细观察、善加利用，就会发现那些被我们所忽略的微小的身体语言，确实有着如此之大的魔力。

带着对身体语言的探索兴趣，本书将带领读者循着营销的流程，开始一场身体语言心理学之旅。在这里我们将遇到很多成功或失败的案例，本书结合心理学知识对此——分析，通过对面部表情、目光、眼神、双臂、手掌、腿脚及身体姿势的解读，逐一剖析客户在不同阶段肢体语言所要表达的含义，帮助营销人员准确洞悉客户心理，从而灵活应变，调整自己的营销策略，让客户感受到你的与众不同，从心底里喜欢上你，在伴你走上成功道路的同时，更能赢得友谊、信赖和智慧，让营销成为一场快乐的智力游戏。



第一章 Chapter one

瞬间读懂客户心理：从人海中提炼出你需要的人 /001

市场其实是广阔的，也许你遇见的每一个人，都可以成为你潜在的客户，懂得“察言观色”、善于运用无声的力量，自然可以踏上成功之路。

1. 我该和谁谈：从行为细节中找出“当家人”/003
2. 从客户“张望”的眼神中看出真心购买者...../009
3. 主动与你握手的客户大方，不应错过...../013
4. 交谈时身体前倾的客户，颇具购买的诚意...../017
5. “靠近些”这一手势，充分表明客户想更详细地了解...../020
6. 透过服饰看虚实：准确判断客户的支付能力...../024
7. 眼睛发亮的原因：客户兴趣所在...../029

第二章 Chapter two

抓住客户的心：用身体语言拉近彼此距离 /033

有了一个良好的开端，接下来的交流就会更加顺畅。除了精心准备的说明和文字，你是否知道，一些无声的语言正在悄悄地主宰着你和客户？

1. 什么样的动作能够吸引客户的目光...../035
2. 用微笑消除客户的戒备心理...../040
3. 倾听和点头：神奇的感染力...../045
4. 注视的力量：用眼神增加客户的好感...../050
5. 专业的着装，无声胜似有声...../054
6. 请你的客户放松：注意他的“安慰行为”/058
7. 模仿对方：巧妙地引起双方的共鸣...../063
8. 适当使用肢体接触增进好感...../067
9. 给客户安全感：尊重个人空间和领域...../072
10. 把握好接近顾客的最佳时机...../076
11. 身体前倾，表示对客户的关注...../080

第三章 Chapter three

有的放矢：了解客户的真实需求 /085

客户对你表现出了好感，你必须趁热打铁，迅速了解到客户究竟需要什么，也许他不会直接说出来，也许他说的并不是心里话，这就需要你运用身体语言的知识，把工作做到客户的心坎里……

1. 投其所好地刺激客户的隐衷……/087
2. 判断顾客的购买特征，把握销售机会……/091
3. 客户眯起双眼，表明有所怀疑……/095
4. 左脸比右脸诚实，更接近内心想法……/099
5. 客户触摸脸部给你带来的信息……/103
6. 客户为何交叉双臂……/108
7. 小动作暴露出的客户心态……/112
8. 客户咽口水，小心那是在说谎……116

第四章 Chapter four

进入主题：在推销产品时需“察言观色” /121

成功地了解到客户的真实需要，你可以顺理成章地开始产品的推销，此时，不仅仅是语言的交锋，也是身体语言频繁出现的时刻，作为营销人员的你，无论如何都必须小心谨慎……

1. 从千变万化的手势中了解客户的心态...../123
2. 看到“4字腿”：不要匆忙请客户做决定...../128
3. 传递真诚：摊开你的双手...../132
4. 办公桌是客户心理的曝光台...../136
5. 眼镜遮住了眼睛，但暴露了性格...../141
6. 客户抖动双脚时，赶快结束会谈...../145
7. 利用手部动作，轻松掌控谈判...../149
8. 从客户脚尖的姿势看他的心理...../153
9. 从吸烟的动作判断客户的心理...../157
10. 脖子会说话，请你注意它...../162
11. 交叉双腿、脚踝相扣：真的是因为寒冷吗...../166
12. 肩膀一耸，真的表示无能为力吗...../171

第五章 Chapter five

合适的成交时机：解读客户的成交信号 /177

当客户有了购买欲望时，他往往会下意识发出购买信号，如果你能够及时捕捉到客户的这些行为动作，即使客户还没有明确表态，甚至还没有承认被你打动，你也可以大胆地做出成交的要求。

1. 识别成交的信号，抓住营销机会...../179
2. 言行上巧妙暗示，促使客户成交...../183
3. 反败为胜，让客户不再说“不”/187
4. 会做不如巧做：营销制胜的策略...../192
5. 莫要得意忘形，小心功败垂成...../196
6. 成交之后，完美撤退...../200
7. 客户后悔了，你该怎么办...../204
8. 当客户不断抚摸产品表示欣赏时...../208
9. “多云转晴”时，正是成交好机会...../212

附录：世界通用的十二种常见姿势...../217

后记：销售，启动心的力量...../227

第一章
CHAPTER 1

瞬间读懂客户心理： 从人海中提炼出你需要的人

市场其实是广阔的，也许你遇见的每一个人，都可以成为你潜在的客户，懂得“察言观色”，善于运用无声的力量，自然可以踏上成功之路。

1 我该和谁谈：从行为细节中找出“当家人”

在营销活动中，时间和精力都是非常宝贵的，应该确保我们每一句话、每一次行动都发挥最大效用。因此，交谈时找准正确的“靶子”，即找对拍板的人，让你的“智慧之箭”精确地命中目标，便显得极为重要。

如何在一个团队或者一行人中，迅速判断出谁是“当家人”呢？销售员林敏讲了一个她的故事：

刚到销售岗位的时候，林敏和很多新手一样，业绩老是上不去。一天，她的课长分派她到电饭煲专柜去帮忙，课长安慰她说：“因为你是新手，所以今天上午你能销出三台就算你完成任务！”

林敏忐忑不安地开始了工作。第一个顾客来了，是一对年轻夫妻。她带着热情的笑容一口气讲解了一款电饭煲的所有优点，可是顾客却轻描淡写地说了句“先看看”后就离开了。

林敏很沮丧，这时专柜的组长走了过来：“小林，刚才你为什么不停地给那位女士介绍产品呢？”

林敏摊开手说：“一般厨房都是主妇的地盘，厨具当然应该由主妇来决定购买啊！只要打动了主妇的心，成交自然不在话下！”

组长摇着头说：“你的思路固然没错，但是刚才的结果我们都看到了！在介绍产品时，一定要注意观察顾客。你有没有注意到刚才那位女士的举动？她虽然一直在查看、询问商品，但她却一边说，一边不时地侧头看她老公。”



组长为什么要她注意顾客的举动呢？原来，女士频频侧头是一种下意识的动作，这是一种很自然的求助意图——一个人如果无法自行做出决定，她必然会倾向于寻找更加权威者可以代她作出决定的对象。如果身边没有这样的“救星”，人们则多会出现面红、流汗、目光游离、四下张望、频繁地更换姿势等动作，或者是抓挠、摆弄小件物品等“安慰动作”，此时我们可以感觉到对方是多么无助和慌张。

当现场存在这样的权威，那么人们必然毫无悬念地会向他求助，即便不是很明显地出言询问，也会在身体语言中表现出来频频注视对方、头或身体转向对方。刚才那位女顾客侧头看她老公，正是做出了这种无声的请求，因此决定买还是不买电饭煲的是她丈夫，而不是这位女士。林敏自认为厨具是主妇做主，没有细心观察细节，忽略了当家人，因而无法成功地推销出商品。

而且，即使林敏没有意识到“当家人”这一重要因素，如果她能够顺着女士的目光观察丈夫的姿势，也应该可以意识到问题所在。当时，做丈夫的只是直挺挺地站着，仅仅是瞟了两眼柜台，双臂环抱在胸前，头和脚都指向其他地方，这是一种漠不关心和自我保护的姿势，说明林敏没有引起丈夫的任何兴趣。一个和睦的家庭，如果夫妻双方没有达成共识，一般是不会轻易购买的。

掌握了这个方法，林敏开始在销售过程中细心观察谁是“当家人”，然后有针对性地向“当家人”进行重点营销，不久果然卖出了一台。

时间又过去了一个小时，这时又来了一家人，林敏不失时机地上前介绍，但这次她一时不知道应该怎样分辨“当家的”，因为这两口子都在专心地看样品。林敏索性暂时由他们看样品，自己则站在一旁仔细观察，很快她就发现了不同：丈夫一边翻看着样机，一边说：“你看，有好几档火呢！我们要这种吗？应该很方便，是吧？……”而妻子则自言自语地说：“可以煲汤，好！可以煮粥，不错！可惜不是紫砂的……哎，你这个内胆会不会黏锅啊？”林敏听到这儿，立刻转向妻子，滔滔不绝地将这款电饭煲的几大功能完整地介绍了一遍。一番讨价还价之后，又成功卖出了一台。

组长带着赞许的笑容点点头：“这次你很聪明！”

为什么这么说呢？我们之前已经了解到，不当家的必然要征求当家人的意见，其意图可以通过动作、语言和神态表现出来，刚才的丈夫虽然没有动作，但是他始终使用的是问句，语言代替肢体动作准确无误地反映出他正在进行意见征求。而妻子则目不斜视，没有任何动作表明她需要进行“征求”，与丈夫不同的是，她用的全是肯定句，这表明她的选择自己可以做主，在这次选购活动中，她居于主导地位，是这家的“当家人”。

此外，当人们对一件商品真正动心时，往往会问到很具体的问题，比如刚才这位当家的女顾客，她关心的问题已经非常具体，这说明她已经在认真考虑是否购买。

时间快到中午了，还有一台任务没有完成。这时恰巧一位小姐走了过来，她高兴地摸摸这台，又翻翻那台，回头对站在背后的小伙子说：“要个带笼屉的行吗？还是要多功能的呢？”林敏刚要将小伙子拉近柜台，组长却向她暗示，重点是那位小姐而不是小伙子。果然经过对那位小姐一番重点营销后，小伙子爽快地付了钱。

目送着他们的背影，林敏不解地问道：“难道这不是和早上一样的情况吗？小姐无论从肢体动作还是语言特点都是在向小伙子询问啊！”

组长笑着摇摇头说：“什么时候都不能刻板行事啊！”

为什么组长这样说呢？原来，小伙子在小姐发问之后，立刻做了一个摸钱包的动作，而他的眼睛根本就没有离开过那位小姐，这应该是一对热恋中的情侣。小伙子的目的不在于添置家电，而在于取得女友的欢心。因此，他并不在意究竟选择哪款，也没有心思了解产品的具体情况，即使他出于附和女友的目的参与倾听，那也不会在整个购买活动中做主。也许他掌握着“经济权”，但“当家人”必定是他的女友。如果林敏此时还刻板地想把小伙子拉进来，甚至可能会引起对方的反

感，那可就吃力不讨好了。

上午的营业时间到了，林敏圆满地完成了任务。回到部门后，课长笑容满面地问她有什么收获，林敏开心地回答道：“我最大的收获是学会了怎样判断谁是客户中的‘当家人’”。

她扳着指头数道：“一、在谈判或介绍过程中，对方不自觉地转向团队中某一位成员时，该位成员是‘当家人’；二、如果听取介绍时，倾向于自行了解情况，从不或极少征询其他成员意见，最后作综合提问的，可能是‘当家人’；三、最为关心其实用性的，可能是‘当家人’；四、具体情况要具体分析，了解顾客的真实意图。”

课长点点头道：“不错！有了这样的常识，以后你的工作一定会事半功倍！”

扩展阅读：学会识别顾客部分肢体语言的含义



建立信任阶段：

◎轻揉鼻子，表示你还没有取得客户的信任，他认为你的推销词完全是花言巧语。

◎抚摸后脑、闭缩眼睛，这是反对信号，反映出客户不同意你的说法。

◎看其他地方或用眼神俯视，这表示顾客不接受你的说法，或者反对你的说法。

思索对比阶段：

◎摸耳朵或紧拉耳朵、咬指甲或手指，表示客户正在犹豫，有可能你没有向他说明清楚，可以做进一步的说明。