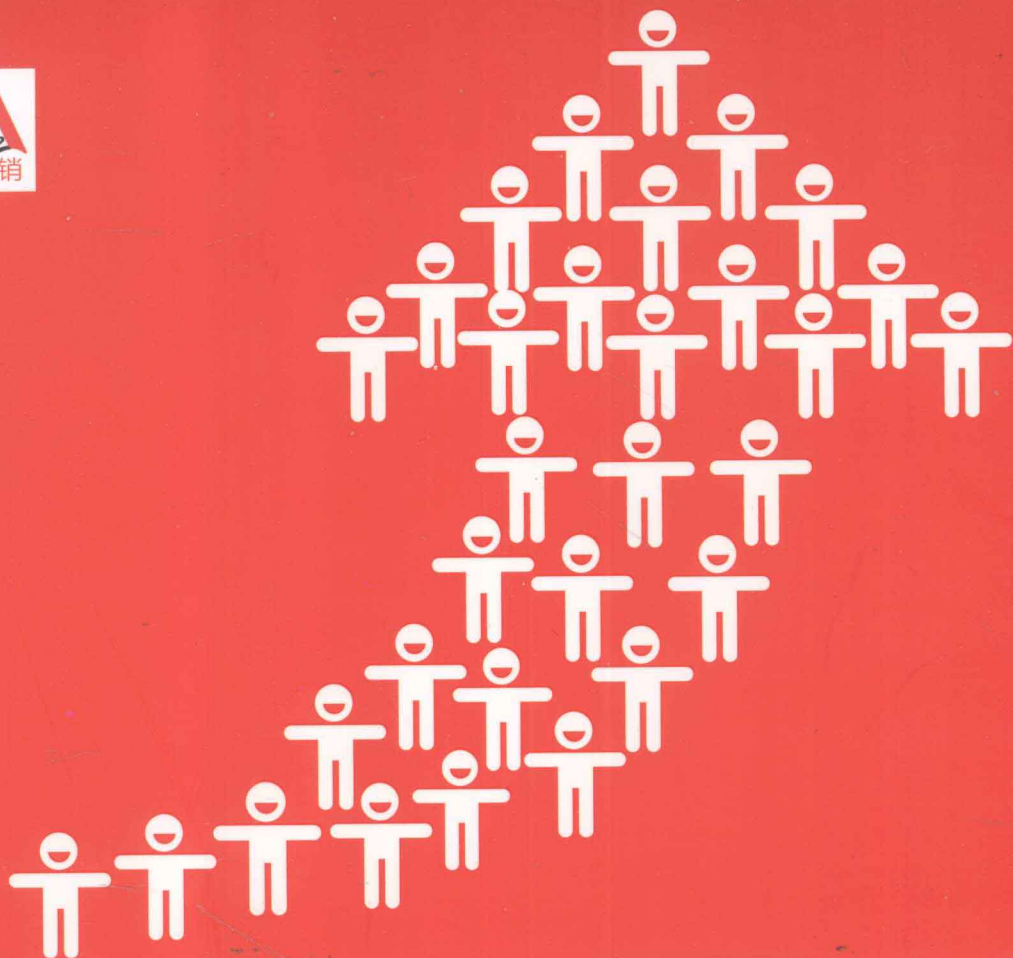




又卖出去了

陈 姣◎著

最实用的心理博弈术 ——看透客户，才能占尽先机
最有效的秒杀销售术 ——讲究技巧，每单都能成交
最给力的心态磨砺术 ——自我修炼，晋身销售精英



化学工业出版社

又卖出去了

陈 姣◎著



化学工业出版社

· 北 京 ·

销售是心理战、技能战，也是心态战。本书通过八大章节以及大量的实战销售案例，展示了销售人员工作过程中必不可少的客户心理分析与掌控、销售实用技巧与方法、销售心态调控与磨砺等内容。销售人员能在本书的阅读中轻松掌握销售心理学、销售实战技法、销售心态激励等技能。

本书适合一线销售人员学习使用，也可作为销售管理者指导下属的参考用书。

图书在版编目（CIP）数据

又卖出去了/陈姣著. —北京：化学工业出版社，2011.9

ISBN 978-7-122-11486-0

I. 又… II. 陈… III. 销售-方法 IV. F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字（2011）第106550号

责任编辑：曾清燕 张焕强

装帧设计：尹琳琳

责任校对：郑捷

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011）

印刷：北京永鑫印刷有限责任公司

装订：三河市万龙印装有限公司

710mm×1000mm 1/16 印张15 字数207千字

2011年10月北京第1版第1次印刷



购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899

网址：<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：32.00元

版权所有 违者必究

“又卖出去了！”——这样的一声喊，不管在哪一个行业，都是销售员共同的愿望！

如何让自己的产品能够大卖、热卖甚至售罄，是销售员每天都在思考并为之努力的目标。要想突破客户的重重拒绝，要想胜出同行的层层竞争，要想让产品卖得火热，销售员必须学会解读、迎合、掌控客户的心理，必须掌握实用的销售技巧与方法，必须懂得如何调控并磨砺自己的心态，这样才能成为一名能够把任何产品卖出去并且卖得红红火火的销售员。

莫萨营销研究中心针对销售员的工作特点与内容，策划并编写了《又卖出去了》这本图书，旨在提高销售员必备的工作技能，帮助销售员实现从新手到熟手、从普通到卓越的跨越，是销售员自我成长的指导工具书。

销售心理解析、销售技法演练、销售心态磨砺，这些都是销售员必须掌握的销售技能，也是产品能否实现热卖的关键所在。《又卖出去了》这本书正是从这三点出发，汇集了大量一线销售员的精彩实战案例，深入浅出，帮助销售员更准确地解读目标客户，更迅速地掌握销售技巧，更严格地锤炼自我心态，从而更稳定地赢得客户与订单。

全书通俗易懂，深入浅出，让销售员可以在轻松阅读中掌握与客户的沟通要领，赢得更多的销售机会。当然，每一个技巧、每一个策略都要在实际的工作中灵活使用、综合使用，切不可生搬硬套。

本书既适合一线销售员使用，也适合销售管理者用来指导下属。此外，本书还适合营销培训师、职业学校教师开展培训和教学时参考使用。

在本书编写的过程中，得到了很多人的帮助。本书插图由邓长发、廖应涵、王建霞、杨永余、庄惠欢、赖小丽完成；插图创意由赵成、王跃、董建华、李海江提供；资料由金青龙、杨扬、孙立宏、孙宗坤、刘景学帮助搜集；图表由李静、邱小爽、钟华完成。在此一并向他们表示衷心的感谢！

莫萨营销研究中心

2011年5月

第1章 读心有术：

1秒钟看穿客户心理的8种方式

产品怎样才能卖出去？如何才能卖火？首要的一点要看销售员能不能读懂客户，看穿客户的内心，了解客户的真正需求，然后有的放矢地采取相应的销售策略，促成客户的购买。客户的眼睛、衣着打扮、表情变化、说话语气等都可以透露出其内心的真实想法，而销售员需要做的就是留心观察、认真倾听、适时提问，不放过任何一个有利于销售的信息……

- 1 洞察客户眼睛中的秘密 /002
- 2 从着装打扮分析客户类型 /004
- 3 表情中体察客户的心理变化 /007
- 4 细节中解读客户的心理习惯 /011
- 5 竖起耳朵听懂客户的心声 /014
- 6 巧提问了解客户的真实意愿 /017
- 7 了解客户的购买过程和心理活动 /020
- 8 读懂不同类型客户的心理弱点 /022

第2章 攻心有招：

最能俘获客户的13种心理战术

兵法有云：攻心为上，攻城为下。这告诉我们，俘获了对手的心，远比横冲直撞地攻城略地来得高明。这个道理，也适用于销售工作。销售是一场没有硝烟的战争，讲求的就是心理战术。恰当运用心理战术，能够极大地缩短成交时间，甚至销售员“剑未出鞘”，客户就已经对产品动心了。

- 1 闲聊不闲，嘘寒问暖总关情 /028
- 2 至尊VIP待遇，放不下的虚荣心 /030

- 3 名家、专家、行家，权威更有力量 /033
- 4 出奇制胜，左右客户的眼球 /036
- 5 越稀罕，越喜欢，越想买 /039
- 6 越禁止，越热衷，越想要 /042
- 7 得寸进寸，得尺进尺 /045
- 8 泼泼冷水，欲扬先抑 /048
- 9 谁跟客户抢，客户跟谁急 /050
- 10 风雨见人心，时机就是商机 /054
- 11 不怕穷，就怕比，比比更疯狂 /056
- 12 客户也喜欢赶赶时髦 /059
- 13 随大流，跟着“大家”走 /061

第3章 赢心有道：

照顾好客户心里的这10个想法 /065

想要钓到鱼儿，就要知道鱼儿是怎么想的。想要赢得客户的信任，就要了解客户购买产品时的内心想法。对销售员来说，自己怎么说才好，怎么做才对，并不取决于自己，而在于客户怎么想。客户的想法是销售员工作的指南。作为一名销售员，必须能够读懂客户心中的想法，并且，还要能周到地照顾好客户心里的这些想法。

- 1 做销售，看起来就要像个销售 /066
- 2 客户也需要一些必要的时间和空间 /068
- 3 客户喜欢与志趣相投的人打交道 /070
- 4 客户最关心的是自己的需求 /073
- 5 专业型的销售更值得客户信赖 /075
- 6 客户喜欢有耐心、有耐性的销售员 /077
- 7 坦诚坦荡，客户才能更放心 /079
- 8 客户购买的是问题解决方案 /082
- 9 客户希望你关心他，而不是他的钱袋 /084
- 10 购买后，客户希望得到一如既往的好 /086

第4章 推介有法：

让客户不自觉地产生购买欲望的10个技巧

好酒也怕巷子深，酒香也需勤吆喝，无论多么优秀的产品，都需要有效的呈现与推介。产品是否卖得动，是否卖得火，跟销售员的推介能力是绝对分不开的。产品的解说与展示也是一门艺术。

金克拉说得对：“无论你销售的是什么，关键是要让你的客户知道：买下它比不买它来得好。”客户永远关心的是产品对自己的价值和利益，而不是产品的优点和特色。所以，销售员要想在最短的时间内引起客户对产品的兴趣，并最大化地激发对方强烈的购买欲望，就必须以客户的需求为中心，将产品的利益、好处、用途和价值有条有理、生动形象、通俗易懂地呈现出来。紧扣需求，介绍产品，销售利益，这才是最有效的提升客户购买意愿的方式。

- 1 产品呈现，绝不走寻常路 /090
- 2 讲讲有关产品的奇闻妙事 /092
- 3 把看不到的东西呈现出来 /095
- 4 销售工具，让话更有说服力 /098
- 5 销售利益，而不是销售产品 /101
- 6 独一无二，才能夺人眼球 /104
- 7 自曝其短，坦诚取胜 /108
- 8 专业，该展现时要展现 /111
- 9 体验越深入，购买越痛快 /114
- 10 一流销售，卖的就是梦想 /116

第5章 秒杀有计：

最给力的9种必胜说服术

秒杀，从字面意思上就看得出来，它指的是在极短的时间内，一招制胜，干净利落地快速达成目标。在销售中，销售员就可以修炼这样的秒杀销售术——在几秒之间，在几句话之内，在几个神情动作之中，一举赢得客户的“心”，让客户心中的异议、疑虑、担忧、犹豫在一瞬间烟消云散，只剩下对产品、对销售员的充分信任。让我们来体验一下最给力的9种秒杀说服术。

- 1 让客户自己来说服自己 /122
- 2 将心比心，以心交心 /124
- 3 一个实据胜过一打形容词 /127

- 4 样板客户，榜样力量无穷大 /129
- 5 讲道理，不如讲故事 /132
- 6 返璞归真，说说掏心窝子话 /135
- 7 赞美能让鲸鱼起舞 /139
- 8 幽他一默，四两拨千斤 /142
- 9 不比不知道，一比见分晓 /144

第6章 热卖有方：

优秀销售员的9种绝密必杀技

优秀与普通，往往只在一线之间。优秀销售员与普通销售员相比，其实只是在某些方面多做了一点点——对客户的心思把握深了一点点，跟客户洽谈之时机敏锐了一点点，做销售的目光看得远了一点点，与客户打交道诚心多了一点点，为客户谋实事谋利益真心多了一点点……就是这样的一点点，成就了优秀与卓越。这些“一点点”到底应该怎么做？优秀销售员有哪些绝密技巧与窍门呢？下面我们来看看优秀销售员是怎样做销售的。

- 1 销售之道，重在一问一听 /150
- 2 巧妙迎合，沟通更无间 /153
- 3 一切掌控在自己手中 /156
- 4 “无中生有”，为客户创造需求 /160
- 5 一流的销售，卖的是标准 /163
- 6 做专家顾问型销售 /166
- 7 细节，决定成败 /169
- 8 耕耘老客户，带来新客户 /173
- 9 有取更有予，超越买卖关系 /176

第7章 成功有路：

顶级销售员的12种思考方法

产品热卖一定有方法，销售失败一定有理由。什么样的思考方法，决定了什么样的销售业绩，也决定了产品能否热卖。因为一个销售员的思考方法，对他的销售行动具有极强的指导意义。如何看待自己，如何看待自己的产品，如何看待客户及其购买行为，思维不一样，业绩也会不一样。那么，销售员应该如何思考，才能让让自己的产品热卖呢？

- 1 销售≠卑贱的职业 /180
- 2 不卖东西，而是帮客户买东西 /182
- 3 谈客户，不是讨好客户 /184
- 4 抗拒低潮，打不过也不跑 /187
- 5 客户永远是对的 /190
- 6 比客户更坚持，就能成功 /192
- 7 无论大小，都是客户 /194
- 8 并不是越便宜，客户就越喜欢 /196
- 9 世上没有卖不出去的产品 /199
- 10 说“不”的客户一样有机会 /201
- 11 被拒绝，也是一种享受 /204
- 12 与己斗，其乐无穷 /206

第8章 效仿有理：

9位销售大师成功销售案例集

没有无缘无故的成功，只有让你做得更好的方法。而学习别人的经验可以避免重蹈覆辙，效仿大师的智慧可以让你事半功倍。本章将与你分享9位世界级销售大师的成功销售案例，为你提供销售成功的参照范本，帮助你走向销售的成功之路。

下面我们来看看销售大师们是怎么抓住、抓牢客户的心的。

- 1 乔·吉拉德：善于抓住客户的心 /210
- 2 柴田和子：关怀你的每一位客户 /212
- 3 陈明利：做一个朋友式的销售员 /214
- 4 贝特格：站在客户的角度来推销 /216
- 5 霍普金斯：不急慢任何一个客户 /220
- 6 金克拉：跟客户聊聊你自己的私事 /223
- 7 原一平：营造轻松气氛容易接近客户 /225
- 8 威廉·怀拉：微笑是客户无法抗拒的武器 /228
- 9 麦克·希尔：永远不要忘记联系你的客户 /230

第1章

读心有术： 1秒钟看穿客户心理的8种方式

产品怎样才能卖出去？如何才能卖火？首要的一点要看销售员能不能读懂客户，看穿客户的内心，了解客户的真正需求，然后有的放矢地采取相应的销售策略，促成客户的购买。

那么，如何才能读懂客户，或者说一眼就看穿客户的内心呢？客户的眼睛、衣着打扮、表情变化、说话语气等都可以透露出其内心的真实想法，而销售员需要做的就是留心观察、认真倾听、适时提问，不放过任何一个有利于销售的信息……





洞察客户眼睛中的秘密

人的眼睛会说话，而且常常说真话。任何的不诚实、任何的心理变化都会通过眼睛传达出来。所以在销售中，销售员与客户不光要有语言交流，还要能够从客户瞬间即逝的眼神中判断出客户的真实想法，及时采取有效的应对措施。

保险推销员刘昕去居民小区进行陌生拜访，他敲了一户人家的门。开门的是一位女士，她倚在门旁，上下打量着刘昕，警惕地问道：“有什么事吗？”

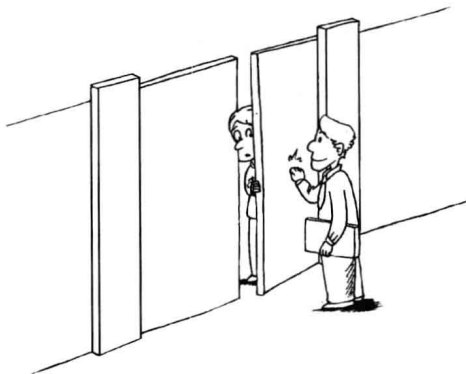
“您好，我是××保险公司的保险顾问刘昕，耽误您几分钟，想跟您聊一下保险的事。”刘昕进行了自我介绍。

“我不想买保险！你们公司我听都没听过。”女士一口回绝，并用怀疑的眼神看着他。

“这是我的名片，我们公司刚进入中国一年多，您没听说过很正常。”刘昕真诚地说。

“是吗？现在骗子可多了！”女士瞟了刘昕一眼，仍然是不信任的眼神。

刘昕看着客户的眼神，知道客户心里一直不放心自己，于是，他微笑着说道：“是这样，住您楼上的张阿姨刚和我签了保单，她跟我提起您最近在考虑为孩子买保险的事，所以，我特地过来，给您送一些资料。”



“是吗？”那位女士听了这番话，放心下来，友好地笑了，然后将刘昕请进了屋。刘昕知道，自己终于打消了一些客户心中的不信任。后来，这位女士最终购买了他的保险。

案例中，刘昕读懂了客户的眼神，成功地打消了客户的怀疑，让自己转“危”为“安”。这就是“洞察客户眼睛中的秘密”的妙处所在。

“眼睛是心灵的窗户”，在销售业务洽谈中，客户往往会不自觉地通过眼神来传达一些不能用语言表达的意图、想法。如果销售员不注意观察领会，就可能会失去许多成功的机会，甚至会将时间浪费在不可能谈成的客户身上。

销售员如何通过眼睛了解客户的内心世界呢？最关键的一点就是要在面谈中与客户进行眼神交流，留心客户眼神的变化，及时做出应对反应。其实，只要留心，人的眼神还是有规律可循的，比如人在恐慌、兴奋或激动时，瞳孔会扩大到平时的4倍；而看到令人厌烦的事物时，瞳孔则会迅速收缩。

在实际的销售面谈中，销售员只要细心观察，客户的内心变化及其真实想法就会尽在掌握之中。下面展示了客户的6种眼神以及应对办法，销售员可以在特定的销售情景下，具体分析使用。如图1-1所示。

这样卖就对了



客户的眼神比他的语言更可靠，销售员与客户面谈时，要留心观察客户的眼神变化，学会判断客户眼神所传达的不同意思，从客户的眼神中获取信息，这样你就会取得事半功倍的效果。

眼神	具体表现	应对措施
 友好的眼神	如果客户眉眼含笑，眼睛微微睁大，表示他对你或你所销售的产品有好感	看到客户此种表情，销售员只要把握好分寸，报之以同样的友好眼神及微笑，适时向客户提出购买建议，那么，成功签单也就不遥远了
 沉静的眼神	客户的瞳孔在看到销售员或其产品后保持一种相对自然的状态，沉静而稳重，没有特别的变化	这类客户见多识广，有能力，有修养，在销售的过程中，销售员只要大方得体，用语规范，介绍合理，就可以激起他们强烈的兴趣和购买欲望
 惊讶的眼神	若客户的瞳孔变大，嘴巴略略张开，这说明他们对产品的先进技术、独特功能感到惊讶	看到客户惊讶的表情，销售员应采取欲扬先抑的方式，进一步激发客户的好奇心，并让其在好奇心的驱使下产生购买欲望
 怀疑的眼神	瞳孔变小，眉头微微皱起，这是客户怀疑眼神的表现，可能是客户有过被骗的经历或者对产品质量、性能等表示怀疑	销售员应该通过一些权威的数据或者自行演示商品的性能，来打消客户的疑虑，争取得到他们的信任
 有刺的眼神	客户眼皮下垂，眼神直射你达到5秒以上，然后又装作没有看见你	找个借口迅速离开，否则，客户也会选择迅速撤退。离开之后，你应该马上分析原因，搞清楚自己到底失误在哪儿，然后再寻找恢复感情的途径
 傲慢的眼神	斜视你一下，然后把眼睛顺次闭一下，紧接着再张开。当客户露出这种眼神时，可能是想压制你的气势，也可能是源于他的无知，傲慢，自以为是	如果是因为前者，那么销售员一定要及时向客户表达歉意，说一些好话；如果是因为后者，销售员应该通过一些实际演示让他明白

图1-1 表现人心理的6种眼神



从着装打扮分析客户类型

解读客户的心，销售员还应学会“以貌取人”。这里所说并不是指看人要戴着“有色眼镜”，而是要通过客户的衣着打扮来判断客户的性格类型，

进而了解其购买习惯等，以便能够采取相应的措施，促使交易尽快达成。

一个人的着装习惯，在很大程度上体现了一个人的本质与个性，折射出一个人的偏好和生活态度。不同个性的人，其穿着打扮会有很大差异，销售员应注意观察，透过着装打扮来了解客户，给客户分类。

销售员：您好，李总，我是对门××公司张总的朋友，冒昧打扰，还请见谅！

客 户：哦，是吗？你好，请坐。

销售员：我叫王鹏，您叫我小王就可以了，这是我的名片。

王鹏掏出名片递过去，可客户接过名片后并没有回赠名片的意思。坐下后，王鹏环视了一下四周，客户的办公桌脚放着一个高尔夫球杆，再看李总本人，身材魁梧挺拔，还穿着一身运动装。王鹏灵机一动。

销售员：李总，您也是一个喜欢运动的人啊！

客 户：哦，你怎么知道的？

销售员：看您这身行头和您这挺拔的身材就知道了，哈哈。

客 户：你还挺细心的，以前我可是学校里的运动健将。现在不行了，工作忙，基本没什么时间运动，只能抽空玩会儿，或者请朋友、客户打打高尔夫。

销售员：是啊，不过，像您这样的老总，能保持这样的好身材已经不多见了。很多老总的肚子都比您大几圈呢。我有好几个客户也喜欢打高尔夫，哪天我把大家都约来，一起切磋切磋，您愿不愿意参加呢？

客 户：好啊，到时候我一定去。

销售员：太好了，我的客户俱乐部又有了新成员……李总，到时候我一定通知您，不知怎么联系您呢？





听到这儿，李总从桌上拿起一张名片递给了王鹏，并开始主动问起王鹏销售的产品来。

案例中，销售员王鹏从客户的衣着和客户桌脚的高尔夫球杆，判断客户是一位运动爱好者，也是一位温和、友善的人，所以王鹏从客户的兴趣出发，很好地接近了客户，也成功地获得了客户的好感，为接下来的销售开了一个好头。

穿衣戴帽各有所好。每个人对服饰的款式、质地、颜色等都有特别的偏好，同时这些也表现了一个人的心理状况和审美观点。销售员应练就一双“火眼金睛”，从不同客户各式各样的服饰中把握客户的性格特征。下面揭示了着装风格与人的性格特点之间的关联，销售员可以把握其中要点，帮助自己解读客户，开展销售业务。如图1-2所示。

基于上述着装特点及与之对应的客户性格特征，我们可以总结出4种不同类型客户和他们的购买方式。如图1-3所示。

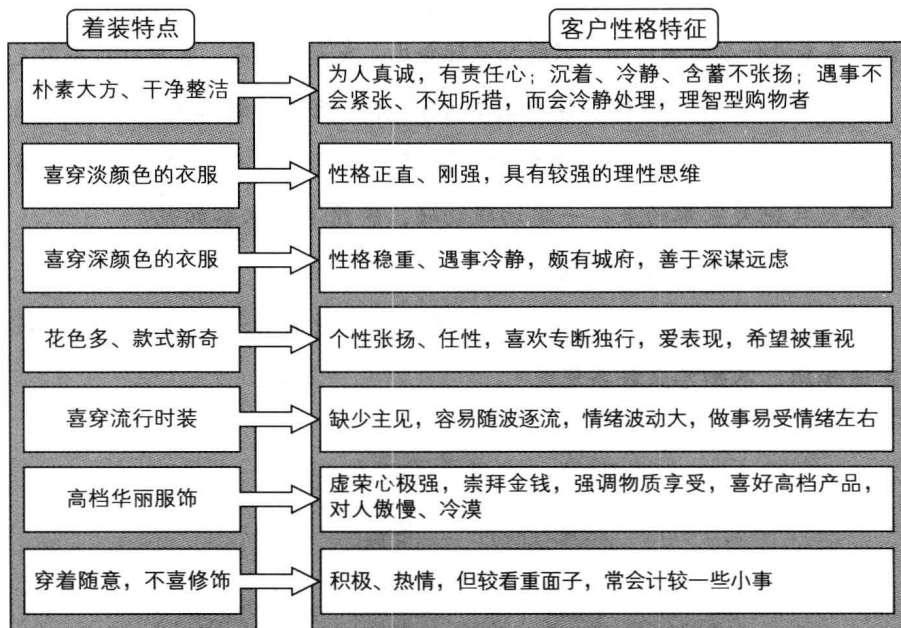


图1-2 着装打扮与客户的性格特征

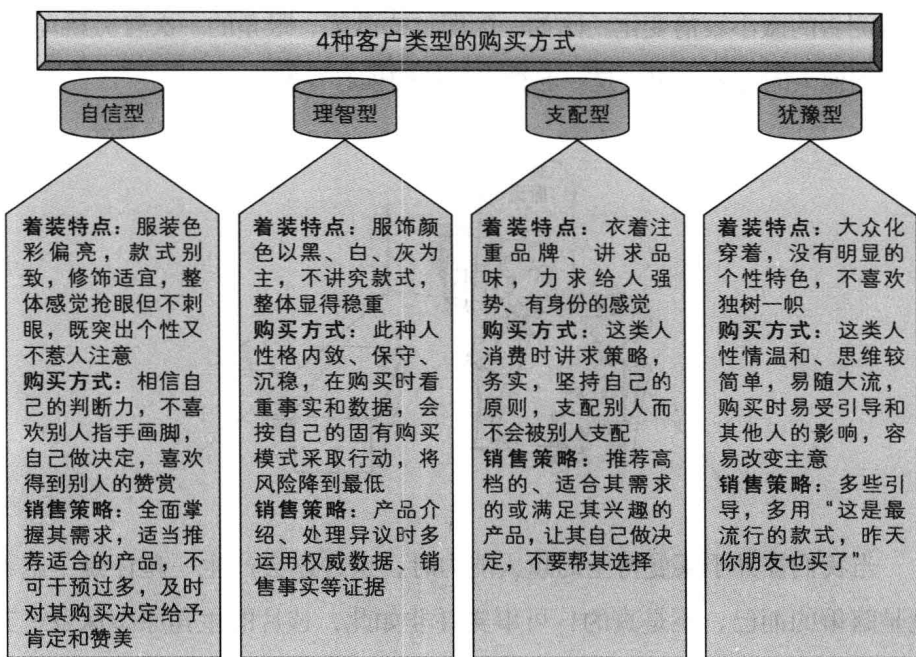


图1-3 依据着装特点对应的4种客户类型的购买方式

这样卖就对了



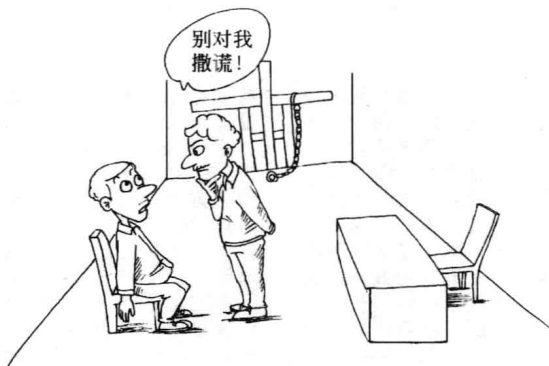
衣着打扮可以揭示客户的性格特征，把握了客户的性格特征就可以了解其大体的购买习惯，销售员要练就一双“火眼金睛”，以便顺利开展自己的销售工作。



表情中体察客户的心理变化

近两年，有一部心理学题材的美剧《Lie to me》（《别对我撒谎》）热播不止。该片的主人公莱曼博士利用自己设计的脸部动作编码系统分析被观测者的表情，进而向其客户提供被观测者是否撒谎的分析报告。莱曼可以

从观测者的微小表情变化，比如一闪即过的微笑、眼角的一次轻微跳动等，体会到他人的心理变化，是一名神乎其技的读心专家。



当我们惊异于莱曼博士的超人能力时，也许还会产生一丝怀疑：这不过是瞎编的而已，不是真的！可事实并非如此，该片的主角原型保罗·艾克曼博士是一位致力于研究人类表情的识别、情绪分析和人际欺骗等的美国心理学专家，剧情中那些出神入化的表情心理解读，正是基于艾克曼博士的科学研究。

人类的表情是内心变化的外在显示，表情在一定程度上映射出了一个人的心理状况。高兴时，我们不由自主地嘴角上扬，目光也变得明亮柔和；悲伤时，我们双眉紧锁，眼睛也变得暗淡无神……

因此，我们可以通过客户的表情来解读客户的心理变化，无声无息地获取客户的情绪信息，从而在第一时间为销售工作提供最为有力的信息支持。在多样的人类表情中，眉宇的变化和笑容隐含的深层信息量大，而且易于观察，对销售员极具参考价值。如图1-4和图1-5所示。

做销售，需要顾及客户的心理，需要销售员“看客户眼色行事”。销售员如果能够读懂客户的面部表情，就可以在销售中“趋吉避凶”，说话办事也更能合乎客户心意，赢得客户喜欢。

某公司的小张和小罗两个人先后去过同一家公司推销一种产品。小张先打头阵，他进门之后就开始向公司的赵经理介绍自己的产品如何好、如何地适合他等。可是这不仅没有引起赵经理的兴趣，反而让他很反感，惹