

不懂心理学，就做不好销售

# 销售 就是心理战

销售一定要懂的143个心理策略

张静波 吴银平 编著



洞悉客户心理需求 突破客户心理防线  
消除客户心理疑虑 赢得客户心理认同

超值  
白金版

中国社会出版社

国家一级出版社·全国百佳图书出版单位

# 销售 就是心理战

销售一定要懂的143个心理策略

张静波 吴银平 编著



☞ 中国社会出版社

国家一级出版社·全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

销售就是心理战 / 张静波, 吴银平编著. —北京:  
中国社会出版社, 2015. 8

ISBN 978 - 7 - 5087 - 5112 - 2

I. ①销… II. ①张… ②吴… III. ①销售—商业  
心理学 IV. ①F713. 55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 182073 号

---

书 名: 销售就是心理战  
编 著: 张静波 吴银平

---

出 版 人: 浦善新  
终 审 人: 王 前  
责任编辑: 杜 康 责任校对: 王银霞

---

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号

电 话: 编辑室: (010) 58124864

邮购部: (010) 58124845

销售部: (010) 58124848

传 真: (010) 58124856

网 址: [www.shcbs.com.cn](http://www.shcbs.com.cn)

经 销: 各地新华书店



中国社会出版社天猫旗舰店

---

印刷装订: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 170mm × 240mm 1/16

印 张: 15

字 数: 250 千字

版 次: 2015 年 10 月第 1 版

印 次: 2015 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 39.00 元



中国社会出版社微信公众号

## 前言

### 销售的本质是什么？

奢侈品价格很贵，但依然有人买；路边货很便宜，但依然有人嫌贵。由此可见，商品定价的高低与销售成功与否没有直接联系，可是为什么会出现这种情况呢？这似乎与人们“便宜才会有人买”的观念相差甚远。

很多销售人员眼界过于狭窄，只看到自己眼前的一亩三分地，只关注自己的销售业绩，只关心顾客会不会买自己推销的产品，却不清楚顾客为什么会买，又为什么会拒绝购买。不要再以“价格贵”给自己糟糕的业绩找借口，世界上没有卖不出去的产品，只有不懂心理学的推销员。

销售的本质是什么？从现实层面上来说，销售是为了满足客户的需求，但在如今这个物质极大丰富的年代，早已经没有“必需品”的概念。换句话说，现在绝大多数客户买东西都不是出于“必需”，而是一种更松散自由式的购买，“我买我高兴”才是现代商业的主流。

对于今天的销售人员来说，满足客户对商品的使用需求已经微不足道，满足他们的心理需求才是订单成交的核心与关键。

“今年流行这种款，满大街都是，我也得买一件。”这是追逐流行的“从众心理”。

“再便宜10块钱吧！便宜10块我就买，要不给找个小赠品也行。”这是希望还能再便宜点的“贪小便宜心理”。

“没人爱自己，那就自己爱自己。前阵子刚看中一件皮衣，买买买！”这是心情不好就想大买特买的“不良情绪”发泄。

“啊，我小时候吃过这种饼干，真没想到二十多年过去了，现在还有卖，老板给我来两斤。”这是人们在“怀旧情绪”带动下产生的购买。

.....

其实，任何顾客在购买行为的背后都有一连串不为人知的心理活动，如果销售人员能够洞悉客户隐藏的心理秘密，又何愁没办法成交呢？

俗话说“人心隔肚皮”，与顾客初次见面，再加上交谈时间短暂，我们很难迅速看透对方在想些什么，不过这并不代表我们无法看透他们的心思，只是我们需要一些技巧。美国联邦调查局（FBI）常常运用心理学以及心理测试来破案，所以借助心理学技巧猜透他人的心思并不是什么不可能的事情。再完美的掩饰也会留下蛛丝马迹，销售人员完全可以通过客户的穿着打扮、表情、肢体动作等判定对方究竟是一个怎样的人。

销售人员初入职时，一般都会参加公司组织的培训活动，虽然这些培训可以让我们快速熟悉产品知识和销售技巧，但它同时也存在一定的弊端，即推销说辞的“一刀切”。每个客户的情况不同，如果我们的推销没有针对性，其效果可想而知。

虽说做好销售不容易，但只要掌握技巧就不难。首先要摸透客户心思，其次要运用心理学技巧打破对方的心理堡垒，最后还要在整个沟通过程中掌握谈判主动权，保证谈判大局朝着自己预想的方向发展。

本书正是从心理洞察术、心理攻心术、心理博弈术三个方面，分别就如何看透客户的想法、洞察客户的心思，如何打破客户防备心理促进成交以及怎样在与客户的沟通中占据心理优势等，进行详细全面的论述、解析，基本上囊括了销售活动中可以运用的所有心理学技巧。不论你是初入职场的销售菜鸟，还是混迹职场多年的销售大神，阅读本书都能给你带来全新的销售视野、个性化的销售技巧，助你在销售的康庄大道上成为“赢单”之王。

## 目 录

---

### 上篇 | 心理洞察术

#### 第一章 做内心强大的自己 / 3

首先要做一个好人 / 5

用激情点燃成功 / 6

胆怯是销售的绊脚石 / 7

失败是一种历练 / 9

销售贵在坚持 / 11

相信自己是最棒的 / 12

相信你的公司和产品 / 13

不断丰富自己的人脉 / 15

#### 第二章 读懂客户的身体语言 / 17

从客户的表情判断其心理 / 19

眼睛是客户赤裸的内心 / 20

小动作出卖客户的大秘密 / 21

站姿是透视客户内心的镜子 / 23

走姿是客户脚下流露的心声 / 24

服饰折射客户的思想和品位 / 26

鞋子是穿在客户脚上的表情 / 27  
说话方式出卖客户的内心 / 28  
语速反映客户的心理变化 / 30

### 第三章 摸清客户的想法 / 33

像客户那样思考 / 35  
挖掘潜在客户的痛苦 / 36  
怎么问比怎么说更重要 / 37  
多做开放性的提问 / 38  
从闲聊中捕捉信息 / 40  
尽量让客户多说话 / 41  
找出决定销售的重点 / 42  
做客户的贴心顾问 / 44  
把皮球踢还给客户 / 45

## 中篇 | 心理攻心术

### 第四章 做好客户拜访 / 49

名片满天飞 / 51  
事先预约客户 / 52  
明确拜访目标 / 53  
学会跟客户打招呼 / 55  
好的开场白是成功的一半 / 56  
让客户给你 5 分钟 / 57  
长话短说也是一种智慧 / 58  
推销产品前先推销自己 / 60  
用闲聊拉近距离 / 61  
吸引客户的注意力 / 62  
让客户打开心扉 / 63

建立顾客资料卡 / 65

让老顾客帮你寻找新顾客 / 66

## 第五章 抓住客户的心理弱点 / 69

先占领客户的头脑 / 71

对不同客户采取不同的策略 / 72

按下客户的心动钮 / 74

激发客户的好奇心 / 75

给客户留下悬念 / 77

你越不卖，客户越想买 / 78

让客户感觉欠你的人情 / 79

利用客户的从众心理 / 80

勾起客户的怀旧情绪 / 82

满足客户占便宜的心理 / 83

让客户为面子买单 / 84

故意制造紧张气氛 / 86

## 第六章 突破客户的心理防线 / 89

微笑是最好的销售力 / 91

决定销售成败的30秒 / 92

用声音感染客户 / 93

卖什么不重要，怎么卖才重要 / 95

把客户的注意力吸引到产品上 / 96

提炼产品的独特卖点 / 97

让产品自己说话 / 98

推销产品的味道 / 99

销售就是贩卖情绪 / 100

卖点不行换买点 / 102

将同样的产品卖出不同 / 103

把缺点当卖点 / 104



消除客户的购买恐惧 / 106

## 第七章 有意识地取悦客户 / 109

- 记住对方的名字 / 111
- 让客户感到自己很重要 / 112
- 让客户有优越感 / 113
- 努力记住客户的嗜好 / 114
- 多谈对方感兴趣的事 / 116
- 真诚地赞美你的客户 / 117
- 给客户戴顶高帽子 / 118
- 就顾客最在行的事情提问 / 119
- 虚伪的奉承也有效 / 120
- 用请教引导谈话 / 121
- 关心对方最亲近的人 / 124
- 模仿对方的行为 / 125
- 永远超出顾客的期望 / 126
- 不要得罪任何一个客户 / 128

## 第八章 赢得客户的信任 / 131

- 卖产品不如卖自己 / 133
- 信任是成功的基石 / 134
- 不要隐瞒产品的缺陷 / 135
- 永远不要攻击竞争对手 / 136
- 注意自己的外在形象 / 138
- 站在对方的立场上 / 139
- 向客户表达同理心 / 140
- 用顾客熟悉的语言 / 141
- 先交朋友，再做销售 / 142
- 寻找彼此间的共同点 / 144
- 让自己的介绍更专业 / 145

- 用细节打动客户 / 146
- 与客户保持适度距离 / 147
- 真正的销售始于售后 / 149

## 第九章 有逻辑地说服客户 / 151

- 向客户施以小恩 / 153
- 故意制造短缺 / 154
- 让客户做出承诺 / 155
- 让权威替你说话 / 156
- 激发客户高尚的动机 / 157
- 让对方觉得那是自己的主意 / 158
- 给他一个购买产品的身份 / 160
- 暗示比说服更有力量 / 161
- 一开始就让对方说“是” / 162
- 欲让对方点头，不妨先让对方摇头 / 163
- 向客户展示产品的好处 / 164
- 让事实说话 / 166
- 学会用数据说话 / 167
- 好销售都爱讲故事 / 168

## 下篇 | 心理博弈术

### 第十章 在谈判中占据主动权 / 173

- 摸清对方的底线 / 175
- 找到有决策权的客户 / 176
- 永远不要接受第一次报价 / 177
- 学会感到意外 / 179
- 扮演不情愿的卖家 / 180
- 用更高权威做挡箭牌 / 181

- 沉默有时候是最好的武器 / 183
- 与客户讨论价值，而不要讨论价格 / 184
- 强调对方可能的损失 / 185
- 装傻才是大智慧 / 186
- 以让步换取客户认同 / 187
- 避免单方面的让步 / 188

## 第十一章 化解客户的异议 / 191

- 不要害怕客户的拒绝 / 193
- 嫌货才是买货人 / 194
- 客户拒绝怎么办 / 195
- 永远不要跟客户争辩 / 197
- 耐心听完对方的抱怨 / 198
- 化解客户的抵触情绪 / 199
- 回避客户忌讳的事 / 200
- 别太在意客户的刁难 / 201
- 客户不停抱怨是希望你降价 / 202
- 不直接反驳对方 / 203
- 先接受再转折 / 204
- 用优点来弥补缺陷 / 205
- 转移客户的注意力 / 207
- 让有些话烂在肚子里 / 208

## 第十二章 成交是设计出来的 / 211

- 鼓励客户先试用 / 213
- 促使客户自动签单 / 214
- 为顾客分析利弊 / 215
- 对价格进行分解 / 216
- 假定已经成交 / 218
- 有比较才有鉴别 / 219

让客户做选择题 / 220  
给客户适当的优惠 / 221  
先提小要求，再提大要求 / 222  
让客户产生紧迫感 / 223  
请将不如激将 / 224

【上篇】  
心理洞察术

X I N L I   D O N G C H A S H U





# 第一章

## 做内心强大的自己

Z U O N E I X I N Q I A N G D A D E Z I J I







## ●● 首先要做一个好人

心理学认为，每个人在社会中处事都有自己的一套标准，我们称之为人际关系问题解决预期倾向，即个人对他人言语承诺的信赖程度。一般来说，较信任他人的人较少出现说谎、欺骗和偷窃等非诚信行为，他们的心理较健康，易被群体所接受和信任。

对于销售人员来说，做一个好人，才能让顾客对你产生信赖感，而信任是一切合作的基础。和客户谈生意时要实事求是，有一说一，言行一致，不要夸大事实，不能因小失大。只有你对客户诚信诚恳，客户才会有信心和你合作，否则连基本的信任都谈不上，更不要说合作了。有许多推销新手喜欢走捷径，不惜采用欺骗顾客的做法，纵使能成功一时，早晚也会被顾客发现并弃之如敝屣，因为他们的职业道德和人品出现了问题。对于客户来讲，他们有过很多次被骗的经历，这种经历使得他们在遇到销售人员时会产生不信任的情绪和防备心理。此时，推销员应该做的是让客户对我们产生信任感。

美国的一项调查表明，优秀推销员的业绩是普通推销员的 300 倍。那么，究竟什么样的人才能成为优秀推销员呢？著名营销专家 L. 赫克金有句名言：“要当一名好的推销员，首先要做一个好人。”

对于销售人员来讲，做好人就是要做一个有诚信的人。做产品如此，做企业也是如此。

作为一家有着 88 年历史的老字号，南京冠生园的破产既在意料之外，又在情理之中。2002 年，央视披露了南京冠生园食品公司用去年的陈馅生产月饼的黑幕后，该公司一再表现出对消费者不负责任的态度，不仅声称“陈年馅月饼是普遍现象，是全行业公开的秘密”，还说“陈年馅月饼的做法并不违反有关规定”，“生产日期对老百姓来说只是看看而