

如何让潜在消费者变成实际购买者  
不懂心理学就做不好销售



# 心理学 与 销售之道

罗盘◎著

销售就是察言、观色、攻心。

实用有效的心理策略，出奇必胜的心理操纵，步步为赢的攻心技巧。  
掌握销售心理必杀技，天下没有卖不出去的东西。



立信会计出版社  
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE



# 心理学 与 销售之道



立信会计出版社  
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

## 图书在版编目(CIP)数据

心理学与销售之道 / 罗盘著. -- 上海:  
立信会计出版社, 2015.6  
(去梯言)  
ISBN 978-7-5429-4579-2  
I. ①心… II. ①罗… III. ①销售—商业心理学—通俗读物 IV. ①F713.55-49  
中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第055757号

策划编辑 蔡伟莉  
责任编辑 方士华  
封面设计 久品轩

## 心理学与销售之道

---

出版发行 立信会计出版社  
地 址 上海市中山西路2230号 邮政编码 200235  
电 话 (021) 64411389 传 真 (021) 64411325  
网 址 www.lixinaph.com 电子邮箱 lxaph@sh163.net  
网上书店 www.shlx.net 电 话 (021) 64411071  
经 销 各地新华书店

---

印 刷 固安县保利达印务有限公司  
开 本 720毫米×1000毫米 1/16  
印 张 17.5 插 页 1  
字 数 243千字  
版 次 2015年6月第1版  
印 次 2015年6月第1次  
书 号 ISBN 978-7-5429-4579-2/F  
定 价 36.00元

---

如有印订差错, 请与本社联系调换



## PREFACE

# 前 言

香港心理学家顾修全博士说得好：“成功的销售从心理开始。”这句话道出了销售与心理学之间的关系是密不可分的。

销售的过程离不开与人打交道，而要想成功地将产品卖出去，先要了解对方的需求心理。所以说，与客户打交道的过程，就是了解客户的行为与心理规律的过程。与客户的买卖交易，实际上就是一种心理战术。

销售过程的产生是因为消费者存在着对产品的需求。随着社会生产的发展与人类心理活动的日益复杂化，其行为活动的总体水平也在不断地提高和发展。在销售过程中，每一次买卖双方的互动和消费者的心理变化，都关乎着销售的成败。因此，要想成为一名卓越的销售高手，就有必要了解心理学在销售中的运用，解读其中的奥秘。

在我国市场竞争日趋激烈、消费需求日趋多样化的态势下，如果不研究消费者心理及其变化，并据此采取有效的销售对策，就难以在竞争中取胜。如果仅仅根据消费者的年龄、职业、收入等因素来做销售，而忽视了其心理作用的关注，成功的营销就无从谈起。

简单来说，如果你不了解消费者的内心需求，不明白为什么他们买这一种商品而不是那一种，分不清顾客选择买还是不买，就无法将产品成功卖掉。

还有的销售人员往往将主要力量投入如何击败对手上，忽视了对客户购买行为的心理状态的了解，结果事倍功半。

为什么掌握客户的心理，比价格、特色等其他条件在销售上更有决定性呢？这是因为，一切购买行为都取决于客户的心理导向。假如有两种类似的产品，价格、质量都差不多，客户最后购买甲而不是购买乙，可能只是因为甲的包装的色彩或文字令他心情愉悦罢了。

消费者在购买商品过程中，必然伴随着复杂的心理过程，并影响和制约着购买行为的发生和进行。例如，通过对某个商品的感觉、知觉、思考、情感、意志等心理活动，消费者可能会激发购买欲，采取购买行为，也可能会对其心生厌恶而拒绝购买等。

另外，每个消费者因个人需要、动机、能力、气质和性格的不同，也会表现出不同的心理特征。这些个性心理特征使他们的购买行为显现出较大的差异性。例如，有的消费者认识商品比较全面，有的则比较片面；有的消费者情感体验比较深刻，有的则比较肤浅；有的消费者在采取购买行动上比较果断，有的则比较犹豫。如果销售人员做到能够根据不同类型消费者的个性心理特征及其发展变化规律来判断其购买行为，从而有针对性地采取有效的销售策略和方法，满足不同消费者的心理需要，那么销售业绩一定是非常成功的。

在销售过程中，买卖双方在心理和行为上是一种互动过程。消费者的心理活动是开展商品销售活动的根本，而销售人员的心理素质及心理活动对消费者的购买行为也有着深远的影响。因此，销售人员在掌握消费者的心理变化的同时，也要提高自身心理素质，培养与消费者购买需求相适应的心理特点和行为方式，这样才会销售中减少失败和被拒绝的次数，增加成功的几率。

由此可见，心理学在销售过程中是处于基础地位的。现代销售中宣传的一些理念，如“一切为顾客着想”、“顾客是上帝”等，就是强调了考虑顾客的心理因素的重要性。比如，顾客为什么欢迎和需要来自销售人员的微笑和赞美？因为它们反映积极友好的情绪，会让人心情愉悦。

所以，在与消费者打交道的过程中，了解消费者的心理状况是销售人员必备的重要素质。销售人员掌握了心理学知识，具有良好的心理品质，就能在销售工作中，通过细心观察消费者的言谈举止和表情流露，了解他们的购买心理，挖掘他们的内心需求，引导他们做出购买行为，并采取恰到好处的方法和技巧实现成交。

本书以心理学为依据，深入浅出地阐述了心理学在销售中的影响和运用，提高销售人员的销售能力，提升业绩水平。如何在读懂顾客心理之前先了解自己？如何在卖出产品之前先了解顾客的心理？如何挖掘顾客的需求和激发他们的购买欲望？如何把握消费者的消费心理？如何与客户进行价格谈判？如何通过心理策略说服客户？如何与客户拉近心理距离，使其成为自己的人脉资源？如何利用心理操纵成功卖出产品？答案就在其中。

好产品不只卖到顾客手里，更要让顾客记在心上；成功的销售不只让客户口服，更要心服。掌握书中介绍的心理学与销售之道，相信你的销售业绩将一路飙升，成为最出色的销售精英。



## CONTENTS

# 目 录

## 第1章 潜意识与销售力：现在，发现你的销售优势

优秀销售人员应具备的潜能 .....	2
挖掘潜意识力量，推动销售力 .....	4
对成就的强烈渴望，能激发潜在的能量 .....	7
创意：让你的销售方式更见创造性 .....	12
利用信息：用“心”收集，用“脑”分析 .....	13
有效利用你的时间 .....	15
让客户感到你对他很重要 .....	18
发挥性格中的成功倾向：寻找情感智慧 .....	21
职业道德关乎你和公司的信誉 .....	23
根据个人特点发挥销售优势 .....	27

## 第2章 掌握销售精英的心理武器，每天提升业绩1%

良好的心态是销售成功的必备素质 .....	44
对情绪的控制程度决定了销售事业的成败 .....	45

目标是你前进的灯塔 .....	48
成功的信念是最重要的自我驱动力 .....	52
没有自信就没有买卖 .....	55
良好的习惯是你成功的最好保障 .....	58
克服成功路上的心理障碍 .....	60
战胜胆怯，勇敢去敲客户的门 .....	63
不断地自我激励 .....	66
以乐观积极的态度去面对挑战 .....	68
保持足够的耐心 .....	70
用你的热情感染对方 .....	73
让销售倦怠远离你：减轻压力，拥抱快乐 .....	75
后天的努力胜过先天的条件，善于学习胜过拼命流汗 .....	79
7步让你达到销售巅峰 .....	83

### 第3章 解读消费心理学，你可以将任何产品卖给任何人

青年客户的消费特点 .....	90
中老年客户的消费特点 .....	91
男性客户的消费特点 .....	92
女性客户的消费特点 .....	94
消费流行对客户心理的影响 .....	98
消费习惯对客户心理的影响 .....	100
引导客户，改变他们的消费习惯 .....	102
参照群体影响客户心理的表现 .....	103
生活方式对客户心理的影响 .....	107



## 第4章 一用就灵的销售心理操纵术：销售要用脑更要用心

人气高涨的限量版促销 .....	110
欲擒故纵推销术 .....	111
巧用顾客的逆反心理 .....	113
新品上市：引发顾客的好奇心 .....	116
将商品弱点化为有益的卖点 .....	118
好点子就是好效益 .....	120
借助外力促成交 .....	123
注重细节，让销售更具个性化 .....	126
电话销售，一情一线值万金 .....	128
网上销售须把握的关键 .....	130

## 第5章 看穿顾客小心思：先做顾客知心人后做赚钱生意人

客户心底潜藏着对产品的占有欲 .....	136
卖出产品前先解读顾客心理 .....	138
顾客内心的需要就是购买商品的理由 .....	141
察言观色，了解客户的内心世界 .....	143
先分析顾客的性格再对症下药 .....	144
怎样才能让客户产生兴趣 .....	150
动之以情，调动客户的情绪 .....	151
接近客户，并为他创造需求 .....	153
利用语言诱导进行恰当的暗示 .....	154
从顾客的角度看问题 .....	156



了解客户的显性需求、隐性需求与需求层次.....	158
你关注顾客，顾客才会关注你 .....	162
让顾客获得更大的好处 .....	165

## 第6章 提升攻心说服力：这么说，客户口服心更服

说服是一种心理战术 .....	170
完美的沟通：会说、会听、会微笑.....	172
闲聊与赞美给客户减轻压力 .....	174
在倾听中让客户放松戒备 .....	176
不断重复，强化心理暗示的力量 .....	178
想办法使对方分心 .....	181
产品劝购的几点技巧 .....	181
客户需要的是证明 .....	184
争辩不是个好办法 .....	186
从“不”到“是”，打破客户成交的心理壁垒 .....	188
巧妙应对客户的拒绝 .....	190
6步法帮你成功消除客户的顾虑.....	193
及时捕捉成交信号：抢单就在一瞬间.....	196
说服无主见型客户，帮助对方下决心.....	200
说服顽固型客户，要有逻辑才无懈可击.....	203
融化式说服，像流水一样循序渐进.....	205
激将式说服，可以改变客户的意志.....	206
克服异议，让客户无法抗拒 .....	208
处理分歧的心理策略 .....	210



## 第7章 参透价格心理玄机，为产品卖个好价钱

客户拒绝成交的价格原因 .....	216
以“小”藏“大”谈价格 .....	218
拒绝客户不合理的讨价还价 .....	220
多谈价值，少谈价格 .....	221
帮助客户谈价格 .....	223
摸清客户的价格底线 .....	225
销售人员的底价策略 .....	226
价格谈判的原则和技巧 .....	228

## 第8章 活用人脉心理学，做足感情投资生意如同滚雪球

要想打通钱脉，先要打通人脉 .....	232
与客户见面的第一印象很重要 .....	234
引起客户的兴趣，然后接近他 .....	237
开发潜在客户：先做对，再做好 .....	239
“转介绍”让客户圈越来越大 .....	243
与客户先做朋友再谈生意 .....	245
你需要一个引路人 .....	248
寻找与客户的“共同语言” .....	249
让客户感觉到他很重要 .....	251
吸引顾客要用心：把“头回客”变成“回头客” .....	252
情感营销：让顾客舒心地掏腰包 .....	255
用良好的服务质量赢得客户口碑 .....	259

维持老客户比赢得新客户更重要 .....	261
用心去爱你的客户 .....	262
关系好也要多做感情投资 .....	263
客户资源的叠加与积累 .....	265
让“将来的客户”也满意 .....	268

# 第1章

## 潜意识与销售力： 现在，发现你的销售优势

自身优势在销售中是不可忽视的一个因素。突出自身优势并充分发挥，是提升业绩的有力手段。其实，一些销售人员本身具备很好的优势，如口才很棒、善于和客户沟通、细致严谨等，但由于缺乏锻炼和经验，使他们在推销过程中并没有将这些优势充分表现出来。优秀的销售人员总能做事细心、观察力强、思维缜密，想得更多更周到，之所以他们的业绩不断上升，正是由于凭借了这些优势。

## 优秀销售人员应具备的潜能

美国财智研究中心在对比尔·盖茨、巴菲特、亨利·福特等商业精英进行调查后发现，这些行业精英都具备优秀的商业潜质，这些潜质是他们在事业中获得成功的重要因素。研究表明：成功不仅仅取决于先天智力状况，还与后天的学习和培养密切相关。

### 1. 做好自己的人生规划

对销售人员进行能力规划的过程就是一个不断开发销售潜能和提升自我的过程。相信任何一位有志在销售之路上不断前进的人，都需要通过能力规划来实现自我和业绩的提升。

每天坚持比别人早工作半小时。俗话说，“聚沙成塔，集腋成裘”，如果天天坚持，这将是一笔巨大的财富。

在出门拜访前和客户事先确定好约会时间。与客户见面时谈什么、如何谈都作出预先策划，对可能出现的问题提早作出预案，这样就能最大限度地保证会谈的成功率，避免无效拜访。

大脑是人类最宝贵的财富，你的思维质量决定生活的质量。在销售这一行中，出类拔萃者无一不是拥有广博学识的人。真正优秀的销售人员，永远不会认为自己掌握了所有应当掌握的知识。任何浅尝辄止、学而满足的人都是无知的，而你的无知将直接影响你的工作效率。

推销技能对于每一位销售人员来说，都是非常重要的，它可以让你业绩倍增，可以让你的人生价值倍增。也就是说，要想成为一名成功的销售人员，必须掌握一系列专业的推销技巧，这些推销技巧可以帮助一个普通



的销售人员脱颖而出。

美国营销学家卡塞尔说：“生意场上，无论买卖大小，出卖的都是智慧。”销售人员要将产品出售给客户，就要掌握专业的推销技巧。

## 2.成功是可以预见的

所有事业上真正成功的人，包括销售人员，都热爱他们的工作。你必须学会热爱自己的工作，并努力成为行业的佼佼者。无论投入多少时间、付出多大代价，都要成为最擅长于自己所做工作的人。

每个人都有能力擅长于某些事情，每个人都有能力出类拔萃，就好像大自然在每个人体内都植入了“优秀基因”。发现自己擅长的领域并进而全身心投入，变得真正擅长于那个领域，所有这些都取决于每个人的所作所为。

不要漫无目的或是茫然失措。明确你一生中想要的东西是什么，把这个设定为目标，然后确定你将需要付出多少代价来实现它，大部分人从来没有做到这样。

根据研究，只有大约3%的成年人写过目标，而他们成为各个领域里最成功和收入最高的人。他们是行动者和策动者、创造者和革新者、顶级销售人员和企业家，几乎所有人都在为他们工作。

如果你想知道如何成为成功的销售人员，到企业中最优秀的人那里去，请他们给些意见。询问他们，读什么书、上什么课；请教他们对待工作和客户的态度、哲学和方法。

人往高处走。如果你与成功人士交往，你就会倾向于采纳他们的态度、哲学、言谈和穿着方式、工作习惯，等等。很快，你就会开始取得他们作出的那些成就。

把自己当成一个高智商的人，甚至是天才。承认自己拥有大量的创造力储备，拥有很多自己还从没使用过的创造力，一遍又一遍地大声说：“我是天才！我是天才！我是天才！”

这或许听起来有点夸张，但其实不然。事实上，每个人都能在一个或多个领域表现出天才的水平。在你体内就存在着这样的能力，可以让你变得比以前强。你有与生俱来的能力，让你超越以前的所有成就；你储存着数不胜数的创造力和智力，你的潜能可以让你走向成功。

在你体内，现在就存在着这样的能力，可以让你变得更好、做得更棒、拥有更多，超过以往任何时候。在自己选择的销售职业里成为出类拔萃的人，你可以实现所有的目标，实现所有的梦想。你可以为自己和家人创造出美好的生活，你可以成为本公司、本行业里一位最具价值的人。

## 挖掘潜意识力量，推动销售力

潜意识是深藏在人的精神世界里的一种力量。潜意识与销售工作关系密切，它是通向销售成功的大门，潜意识是一种比知识、外部环境或情况更能推动销售能力的力量。

研究表明：成功销售包括15%的知识、专业技能或其他理论因素，也包括另外85%的潜意识因素，如态度、自我认识、价值观念，以及其他来自精神和情感的影响。

潜意识比知识和外部环境更能推动你的销售能力，它是一种内在的力量，每个人都可以得到，但是迄今为止很少有人真正发现并运用它。事实上，除非你理解并从这种无穷的能量之源里汲取力量，否则你的销售水平就很难得到提高。

如果潜意识里认为，你最近应该销售某种产品，这种潜在的自我意识就会发出命令，你的习惯和态度便毫不犹豫地唯命是从。



潜意识总是会受到很多因素的影响，如父母、早期教育、曾经的美好爱情或情感挫折，你会评价这些生活经历并形成牢固的内在看法。

真正的你拥有一种内在力量，可以实现自己潜意识里接纳为“可能”的任何一个目标。

心灵中的无意识部分在人内心的众多不同层面发挥着作用，它包括以下七个方面：

自我形象——关于潜意识的无意识观念，以及对自我“可能成就”的认知。

价值——人的生活准则、判断是非的依据。

创造性机制——形成新主意的能力；可以解决无意识的问题。

目标寻求机制——目的论或自我引导机制可以激励人们实现目标，并向意识型基本意识提供各种选择和机会。

生命力——身体和情绪的温度计，控制人的心跳、脉搏和体温。

心灵——人的内在智慧，从灵魂而非自我或人类的角度来看待问题。

记忆——人们内心深处所储藏的、曾经经历过的所有情绪、思想、经验和生活积累。

人们有了潜在的目标后，就会有意识地寻找支持潜意识信念和价值的力量。如果认为自己只能完成某个销售额，那么人们就会无意识地搜寻符合这个购买水平的潜在顾客。同时，人们也会使自己的活动与能够完成的销售额相适应。

美国知名学者奥图博士说：“人脑好像一个沉睡的巨人，我们均只用了不到1%的脑力。”一个正常的大脑记忆容量有大约6亿本书的知识总量，相当于一部大型电脑储存量的120万倍。如果人类发挥一小半潜能，就可以轻易学会40种语言，记忆整套百科全书，获得12个博士学位。

根据研究，即使世界上记忆力最好的人，大脑的使用也没有达到其功能的1%，人类的智慧和知识，至今仍是“低度开发”！人的大脑真是无



尽的宝藏。可惜的是，每个人终其一生，都忽略了如何有效地发挥大脑的潜能——从潜意识中激发出来的力量。

当你有意识地利用以下几点行为指南时，你就会获得强大的力量。你将会体验到源源不绝的个人能量和成功，并把自己的生活推向新的高度。

### 1. 外部环境

你对别人的反应大部分都是出于潜意识。比如，遇见一个人，即使一句话没谈，你也会立刻对他有种正面或负面的反应，这就是潜意识。原因是以前与许多人打交道的经历存储在潜意识思维中，并成为你永久记忆库的一部分。

销售过程中你对客户的反应是潜意识的，客户对你的反应也是潜意识的。

### 2. 自身表现

客户是很依赖视觉的。当你穿着得体，装束整齐时，客户就会无意识地认为你来自于一家好公司，而且你的产品或服务的质量也很好。同客户交谈时的身体语言会对客户的潜意识形成很大的影响。当你坐直，微向前倾，并关注周边的事情时，你就会使客户更感兴趣、更加关注，他会密切注意你并更加关心你的销售信息。在无意识中，客户会认定你要传递的信息很重要和有价值。

### 3. 展示产品

你的产品干净、整齐地摆放在适宜的灯光下，颜色鲜亮，就会强烈地吸引客户的眼球，从而给人以正面的暗示。相反，如果产品肮脏、凌乱地随便堆在某个地方，客户会受到负面的影响。

你的销售演示应该好好地组织、练习和完成，并关注所有的细节。对你的客户而言，你的产品或服务80%的价值隐含在你的演示质量上。如果你的销售演示干脆利落、结构清晰，客户会认为你的产品、服务以及你的公司同样也秩序良好、具有高效率。