

Sales of psychological
strategy

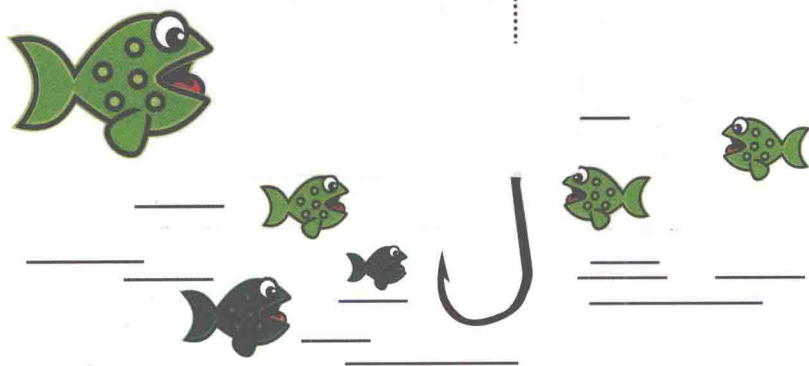
谭芳◎编著

心理学与 销售策略

分析顾客心理活动 >>>>>>>

<<<<<<<

引导顾客快速成交

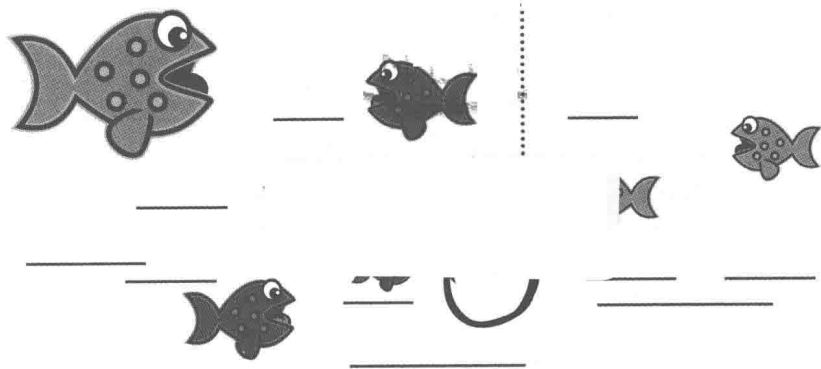


销售是买家与卖家的心理博弈，谁能占领心理优势谁就是赢家
即学即用的心理博弈策略，成就销售精英的实战指南
全面提升开发客户、高效沟通、实现成交的能力

 中国纺织出版社

心理学与 销售策略

谭芳◎编著



内 容 提 要

销售是一场心理战,与客户打交道的过程,就是一场心理沟通、心理博弈的过程。精通销售心理策略无疑会使销售工作如虎添翼。

本书分为洞察客户心理,与客户心理博弈,对客户心理进行疏导,用心理策略快速实现成交等四部分,结合销售实战案例,详细介绍了对客户心理的洞察、分析、引导和把控的过程,指导读者利用心理学的知识进行销售。实用的销售策略可以帮助你准确把握客户的心理状态,洞悉客户的心理需求、购买动机和心理弱点,以便对客户进行心理暗示,拉近与客户之间的心理距离,消除客户的心理防线,最终引导客户实现成交。

图书在版编目(CIP)数据

心理学与销售策略/谭芳编著. —北京:中国纺织出版社, 2015.9

ISBN 978-7-5180-1711-9

I. ①心… II. ①谭… 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 120988 号

责任编辑:闫 星 责任印制:储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 邮政编码:100124

销售电话:010—67004422 传真:010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

北京通天印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2015 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:15.5

字数:220 千字 定价:29.80 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

前言

销售是一门创富的学问,有着极深的奥秘。市场学、心理学、营销学、口才学等知识,在销售的过程中都有所体现,特别是心理学,发挥着重要的作用。在销售界流传着这样一句话:“使用双手的是劳工;使用双手与头脑的是舵手;使用双手、头脑、与心理的是艺术家;只有使用双手、头脑、心理再加上双腿的才是合格的销售员。”

销售员始终都在思考这样一些问题:客户为什么会购买自己的产品?客户在决定购买产品时经历了怎样一个心理过程?我是否很讨客户的喜欢?客户为什么对我的询问爱理不理?明明说得很好,为什么客户临时变卦?……

销售达人指出,对客户购买的心理因素进行分析,有助于销售员制定更有针对性的销售策略。许多销售员之所以卖不出去产品,根本原因在于他们从来不去研究客户购买的心理,而总是以自身的感受去推断他人,最终很容易得出错误的认识。成功的销售员,应该对客户购买的心理因素有一个清晰的认知,这是销售过程中最关键的部分,也是整个销售过程中不可缺少的一个环节。假如销售员无法清醒地认识客户的潜在心理需求,那销售就无法顺利地进行下去。所以,在这个环节中,销售员要尽可能多地提问,以找出客户需要在此购买你的产品或服务的内在原因。

销售本身是一门艺术,更是一门学问。这意味着销售员必须以心理学为基础,做到站在客户的立场思考问题,晓之以理,必先动之以情。销售心

理学是每个销售人员必须掌握的,销售的一切行为都离不开心理学:了解客户心理,站在对方的角度看问题;化解客户的抵触情绪;为客户介绍产品,让对方心甘情愿掏钱购买。诸如此类,都涉及了销售心理学。心理学教会销售员的不仅仅是一些策略与技巧,更能让销售员抓住客户心理、了解客户意图、促成销售订单,这才是销售心理学的最终意图。

本书汇聚众多销售实例,通过深入剖析及心理策略研究,为你解析一笔笔成单背后的心理学奥秘。当心理学融入销售,会帮助您在销售过程中释放一种全新的能量,甚至带领你进入销售的创新世界。当您掌握心理技巧之后,您便踏上了销售的成功之路。未来,您可以一边轻松地享受工作带来的乐趣,一边建立庞大的老主顾群,销售亦变得无比轻松!

编著者
2015年4月

目录



Part 1 分析客户的销售心理策略

第1章 透露客户意图的身体语言 3

- 通过眼睛捕获客户的心理需求 4
- 头部动作表露客户的心理倾向 6
- 通过坐姿了解客户的心理想法 8
- 手部动作流露客户心里的秘密 11
- 习惯动作反映客户的情绪变化 13
- 从口头语中探究客户的心理 15
- 声音的变化传递客户的心理 18

第2章 分析客户的消费心理需求 21

- 客户希望物美价廉 22
- 客户希望你是一个销售顾问 24
- 客户需要绝对的安全感 26
- 客户需要你对他足够的重视 28
- 客户愿意为情感附加值付费 30
- 站在客户的立场上考虑问题 32





第3章 把握不同类型客户的心理特点 35

- 羡慕虚荣型客户——赞美能拉近彼此距离 36
- 犹豫不决型客户——给其危机感,以促成交易 38
- 时间观念强的客户——要抓住关键,为客户节省时间 40
- 专制挑剔型客户——要顺从忍耐,让其心满意足 42
- 情感丰富型客户——要真诚相待,让客户受感动 43
- 豪爽干练型客户——要开门见山,让客户有认同感 45
- 俭朴节约型客户——物有所值,让他了解钱花在关键处 47
- 追求个性的客户——产品独特,吸引客户兴趣 49
- 贪小便宜的客户——施以满足感,换取大回报 51
- 沉默型客户——引导和观察,调动其购买欲望 53

Part 2 亲近客户的销售心理策略

第4章 如何拉近与客户的心理距离 57

- 真诚善意——能更好地接近和吸引顾客 58
- 寻求意见——让客户为你的谦虚买单 60
- 主动热情——让客户感到温暖 61
- 记住名字——让客户因感动而接受你 63
- 多见面——和客户混个脸熟 65

第5章 如何消除客户的抗拒心理 69

- 利用“物以稀为贵”的心理 70
- 让客户感受你的敬业可信 72
- 面对客户将目标降低 73
- 减少客户对风险的担忧 75



第6章 如何赢得客户的心理 79

二八定律:客户渴望更多的关怀 80

二选一定律:把主动权掌握在自己手里 82

奥美定律:把客户当作“恋人”一样用心 84

投其所好定律:客户都有自己的喜好 86

Part 3 引导客户的销售心理策略

第7章 利用客户的消费心理 91

客户和销售员的互惠心理 92

客户都有害怕被骗的心理 93

抓住客户的从众心理 95

客户普遍存在逆反心理 97

第8章 调动客户的消费情绪 101

引导客户的好情绪 102

心情好才能实现价值 104

控制情绪,给客户最好的一面 107

礼貌对待无理取闹的客户 109

快乐心理带来快乐销售 111

第9章 顺应客户的心理期望 115

自己人效应:客户喜欢和自己相似的人 116

要给客户表达的机会 118

正确处理客户的意见 120

多说“我们”,少说“我” 123



第10章 影响客户的心理想法 125

引导客户说“是” 126

重复重要信息,加深客户印象 128

用偶然来刺激客户的机遇心理 130

强调不购买的损失,促使客户购买 132

诱发客户更多的消费欲望 135

第11章 引导客户的心理倾向 139

以退为进,紧紧抓住客户的心 140

想方设法让客户依赖你 142

巧用对比抓住客户的心 144

Part 4 用心理策略快速实现成交

第12章 契合客户心理的说话策略 149

用通俗的语言解说晦涩的专业术语 150

给客户提建议,让客户觉得是自己的主意 151

用美丽生动的故事赢得客户的心 154

小幽默往往能调节交谈的气氛 156

祸从口出,要管好自己的嘴巴 158

第13章 销售情景中的沟通要点 161

突出产品卖点,吸引客户消费 162

巧妙地应对客户的借口 164

用收益和损失的对比攻心 167

有效的提问是销售成功的基础 169



第14章 说服客户购买的心理策略 173

- 利用攀比心理说服客户 174
- 选择客户疲惫的时候游说 176
- 使用强势的语气让客户无法拒绝 178
- 想客户之所想抓住客户的心 180
- 多用动情的话让客户购买 183
- 巧妙利用客户的怀旧心理 185
- 客户也会钟情于时尚 187

第15章 销售谈判中的心理策略 191

- 步步为营的价格谈判 192
- 骑驴找马策略:慢慢朝着理想的价位努力 194
- 学会适当沉默,给对方无形的压力 197
- 谈判中拒绝对方的心理策略 199
- 如何选择有利的谈判地点 202
- 作出让步的时候,要求对方回报 204
- 要懂得适当妥协,但是要紧守“底线” 206
- 让客户始终觉得自己是大赢家 208

第16章 销售员制胜的心理效应 211

- 踢猫效应:不要污染客户的情绪 212
- 军令状效应:破釜沉舟,不留退路 214
- 登门槛效应:一定要得寸进尺 216
- 三分之一效应:客户在1/3处成交 218
- 沸腾效应:将客户的购买热情再提高一度 221
- 品牌效应:让客户爱屋及乌 223



第 17 章 销售员要把握的心理细节 227

记住客户的重要日子,让客户感觉被重视 228

对客户秘密要缄口,获得客户的信任 230

让客户先挂电话,让客户感觉被尊重 232

随时记下客户的要求,让客户内心感动 234

参考文献 236

Part 1

分析客户的销售心理策略



第 1 章

透露客户意图的身体语言

心理学研究发现,一个人向外界传达信息时,单纯靠语言表达的部分只有 7%,语气和声调占了 38%,其余的 55%基本上都来自于肢体语言。很多时候,人们运用肢体传递信息,自己并没有觉察。客户也是同样的,尽管嘴上说很多客气的话敷衍销售员,但是却无法掩饰肢体语言所透露出来的真实信息。销售员在和客户的接触中,不能单纯地听客户说什么,而要从客户的身体语言来洞悉客户的心理。从客户的眼睛、头部动作、坐姿以及手的动作来捕捉有价值的信息,从口头语和声调变化中正确解读客户的心理。



❁ 通过眼睛捕获客户的心理需求

销售实例

王梅是学市场营销的,毕业之后,在一家化妆品公司做销售。

有一次,她在公司碰到了一位客户——刘小姐。刘小姐对她的产品很感兴趣,拿着一套化妆品翻来覆去地看。王梅非常高兴,觉得刘小姐一定是位准客户。于是,她开始给刘小姐介绍化妆品的优势和特点。

王梅滔滔不绝地讲了十几分钟,刘小姐眼睛一眨不眨地盯着王梅看,王梅讲完后,刘小姐拿着化妆品想了想,还给王梅,转身走了。

王梅心里非常不解,明明刘小姐一直盯着她看呢,而且对产品的效果进行了详细的了解,是十拿九稳的准客户,为什么最后却没有买化妆品呢?

分析

从这个故事中我们可以了解到,眼睛是心灵的窗户,客户在想什么,销售员可以通过眼睛看得清清楚楚。事实上,刘小姐一直盯着王梅看,已经把她的态度和情绪表达出来了。王梅注意到了,但却没有正确地解读。所以,销售员在与客户交谈的过程中,要从客户的眼睛里准确地捕获有用信息。

眼睛就是客户赤裸的内心,顾客在想什么,可以通过眼睛看得清清楚楚。一个人的话能骗人,但是眼睛却骗不了人。因为眼睛是传达感受的焦点,瞳孔的运动是独立、自觉、不受意志控制的。事实上,一个人的眼睛所传递的信息是最准确的,同时也是最有价值的。销售过程中,销售员关注到客



户的眼神不难,难的是如何正确地解读,从各种不同的眼神中得到对自己有用的信息。下面,我们就解读一下几种不同的眼神所传达的含义。

◆ 直直地盯着你看

在销售员和客户的交流过程中,很多客户会直直地盯着销售员看,很多销售员以为客户对他很感兴趣,但是最终却没有购买。事实上,客户盯着你看,很大成分上是对你的质疑,对你所持的观点反对或不赞同。这时候如果你解读错了,往往理解不了客户的态度和情感,无形之中就把客户和你对立起来。试想,客户怎么可能再和你合作呢?就像案例中的那位客户一样,一直盯着销售员看,已经表明客户不认同销售员所介绍的产品,而王梅却锲而不舍地解说,客户自然不会购买了。所以,不要以为顾客盯着你看,就是喜欢、认可你。恰恰相反,如果这时,客户的目光从你身上转移,则代表对方开始屈服了。

◆ 不停地眨眼睛

在人际交往中,当一个人对别人不屑一顾的时候,往往会眨眼睛,而且频率非常慢,以此来表达蔑视和嘲笑。在销售员和客户的交谈中也一样。所以,当你发现客户眨眼的频率变慢的时候,那就意味着对方对你所说的内容没有一点兴趣,如果你继续进行下去,势必没有任何效果,而且还会引起客户的反感。这时候就要积极地改变策略,转移话题,重新想办法说服客户。当你发现客户眨眼睛的频率变快的时候,说明你的说服起到作用了,客户开始动心了。

◆ 斜着眼睛看你

当客户的目光从你的身上转移,目光变得游离,斜着眼睛看你的时候,说明客户的一种什么心理状态呢?有可能对方对你很感兴趣,是下一步合作的前兆;也有可能表示客户对你很厌烦,对你怀有敌意。这就要细心地去观察和分辨了。一般情况下,如果客户斜着眼睛看你,眉毛轻轻上扬或者面带微笑,说明顾客认可你,对你所说的话感兴趣,这时候要适当抓住机会,提出和对方签合同的要求,成功的概率会很大。如果对方眉毛压低,眉头紧锁或



者嘴角下拉,说明客户对你不信任或者心存敌意。出现这种情况的时候,你就要想方设法消除客户心中的疑虑和不安,重新把客户的眼神拉到自己身上来。

眼睛是心灵的窗户,彼此眼神的交流是真正沟通和交流的基础。很多销售员在与客户的交流和沟通当中,有时候觉得很默契、很舒服,有时候觉得焦急和不安,想迅速地离开客户。事实上,出现这些感受很大程度上是由于眼神的交流。所以,一名优秀的销售员,往往是一个察言观色的高手。

❁ 头部动作表露客户的心理倾向

销售实例

刘一是暖气片销售业务员。刚进入冬天不久,生意逐渐火暴起来。这天早晨,刘一大早就敲开了一家装修公司经理的家门。对方把他让到了家里,入座之后,刘一就开始滔滔不绝地介绍自己所售暖气片的功能和特点以及客户用了他们暖气片的好处。

在说话之余,刘一观察到经理时不时地频频点头。介绍完之后,他立即拿出合同,经理在合同上签了字。就这样,刘一一鼓作气地签下了十几万元的大单子。刘一没有忘记老业务员告诉他的,当客户频频点头的时候,是签合同的最佳时机。他观察到经理不断地点头,时而托着脸沉思,觉得这时是签合同的最佳时机。

分析

从这个故事中我们可以了解到,客户不经意间流露出来的一些头部动