

•“心”通，销路通——用心理学帮你成为顶尖的销售人员•
卖产品的时代结束了，不懂心理学就做不好销售！

一本书读懂 销售心理学

打造顶尖销售高手，把任何东西卖给任何人

李昊轩◎著

—— READ A BOOK TO LEARN ——
PSYCHOLOGY OF SELLING



在销售领域，有98%的知识是理解人的心理和行为，2%的知识是产品知识。
——世界上销售人寿保险最多的人 乔·康多尔夫

销售就是销售人员通过沟通，将商品或服务出售给那些有需求的客户的过程。
也就是说，销售的过程就是一个人与人之间打交道的过程。销售其实就是心理学的较量。

中国商业出版社

一本书读懂 销售心理学

打造顶尖销售高手，把任何东西卖给任何人

李昊轩◎著

—— READ A BOOK TO LEARN ——
PSYCHOLOGY OF SELLING



中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

一本书读懂销售心理学 / 李昊轩著. —北京: 中国商业出版社, 2012. 8
ISBN 978 - 7 - 5044 - 7833 - 7

I. ①—… II. ①李… 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 (2012) 第 181283 号

责任编辑: 张振学

中国商业出版社出版发行
010 - 63180647 www. c - cbook. com
(100053 北京广安门内报国寺 1 号)
新华书店总店北京发行所经销
香河县宏润印刷有限公司

*

710 × 1000 毫米 16 开 16 印张 150 千字
2012 年 10 月第 1 版 2012 年 10 月第 1 次印刷
定价: 32.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)



序言：用心理学战术化解销售难题

世间万象，一切皆由心起！学好管理学、经济学，不如掌握心理学。销售人员最大的优势是心理素质好、情商高，销售工作非同凡响的关键就是在掌握客户心理的基础上展开攻势，逐一化解销售难题，赢得大单！

毋庸置疑，销售是一项伟大的事业，也是一门科学、一门艺术，更是一场心理战。销售人员在业内的地位如何，能够取得怎样的业绩，在很大程度上取决于他与人打交道的能力——与客户沟通、交际、博弈。销售不仅仅只是销售人员与客户之间进行商品与金钱等价交换那么简单，它更需要对心理学的掌握与利用。这种做人做事的终极法则就是：洞悉他人的心理，然后对症下药，使对方不得不按照你的意愿行事。

“成功的销售人员一定是一个伟大的心理学家。”这是销售行业的一句名言。从这个角度来看，破解销售中的各种难题，完全可以采用心理学战术，或塑造强大气场，或结交业内朋友，或读懂客户心声，或营造有利态势，或言明利害游说，或巧用暗示制胜，或商战谈判博弈，等等。

从某种意义上说，销售就是销售人员通过沟通，将商品或服务出售给那些有需求的客户的过程。也就是说，销售的过程就是人与人之间打交道的过程。很多销售员都知道这个道理，但销售的结果却大相径庭。成功的销售员少之又少，更多的销售人员每天徘徊在路上，踏破铁鞋到处寻，沮丧、疲乏，所获甚少。可见，销售并不是大家常说的那么回事儿。无论是在一线打拼，还是管理公司团队，很多销售员还在循规蹈矩地使用那几个“经典”的销售步骤，一本正经地按照机械的流程去跟客户谈论着、商议着，常常面临着被拒绝的危险。



其实，销售到了最后，就剩下最简单的一句话：销售必须要懂得心理学。你不要觉得研究客户心理是在浪费你的时间，其实研究他们购买的流程、动机和原因，比那些费尽口舌却不讨好的推销方法要有效得多。

美国一项最新调查显示，通常那些超级销售员的业绩是一般销售员的300倍。在为数众多的企业里，80%的业绩是由20%的销售员创造出来的，而这20%的人也并非就是俊男靓女，也并不一定都能言善辩，惟一相同的就是他们都拥有迈向成功的方法，尽管方法不相同，但有其共同之处，那就是洞悉客户心理。

本书正是从心理学角度解读销售活动，涉及心理学和营销学两个学科的内容，以销售活动为主线，配合相关的心理学术语，系统而科学地讲述了心理学在销售活动中的应用。对销售人员在销售过程中的不同阶段，消费者的不同心理，以及销售人员应该怎样去面对客户等方面都作了详细介绍，相信会对销售人员的工作有着很强的指导作用。

销售就是一场心理战！销售就是心与心的较量！本书融合多年销售实战经验，透过案例分析解读销售心理的种种玄机，并提供行动建议，帮助销售新手成为销售老手，帮助销售老手成为销售高手。

通过阅读这本书，您不仅可以领略到阅读的乐趣，还可以了解销售心理学方面的专业知识，在轻松愉快的氛围中掌握销售技巧。

将本书献给那些正在销售第一线奋斗中的人们！希望书中所列出的方式方法能真正伴随你们成长！

每一位在销售行业拼搏进取的创业人士都应该读一读这本书！

每一位有志成为伟大推销员的销售精英都应该读一读这本书！

最后，祝愿大家都能实现自己的销售梦想，成为行业销售的佼佼者！



目录

第一章 | 心理修习术 ——销售不是打嘴仗,而是拼心理

用嘴不如用心,这是销售的一个铁律。口吐莲花的本领固然重要,但是心理的修习更胜一筹,因为再大的困难也敌不过一颗强大的心。

1. 销售法则:用嘴不如用心 / 3
2. 做自己情绪的主人 / 5
3. 别太在意客户的刁难 / 7
4. 客户的批评是进步的阶梯 / 10
5. 把被拒绝当做家常便饭 / 11
6. 不妨对客户屈就一下 / 13
7. 常怀一颗“取经心” / 16
8. 建立自我,追求无我 / 19
9. 不要在最后一刻倒下 / 21



第二章 | 心理吸引术 ——拉近距离,营造吸引客户的强大气场

“关系”几乎成了当今社会的生存法则之一。人际关系搞不好,将寸步难行,在商场中更是如此。与客户打交道,少不了套近乎。所有销售人员都明白“关系近了好办事”的道理,但是不见得每个销售人员都懂得如何营造吸引客户的强大气场,从而拉近关系。

1. 给顾客良好的第一印象 / 25
2. 你喜欢客户,客户就喜欢你 / 27
3. 把客户的名字刻在心里 / 29
4. 幽默让你更有吸引力 / 31
5. 用好“寒暄”这个武器 / 33
6. 热情地赞美你的客户 / 36
7. 多谈顾客喜欢的话题 / 38
8. “谢谢”帮你赢大单 / 40

第三章 | 心理认同术 ——想成交必须先做朋友,后做生意

商界中,每个人都是为了赚大钱而来的,但是也不能只看到金钱而忽略了“交情”。俗话说,“人脉决定财脉”。往往客户认可你才有可能去认可你的产品和服务。所以千万不要仅仅把客户当成赚钱的工具,否则终究会有吃亏的那一天。在激烈的市场竞争中,既能一起发财,又能保持友情,何乐而不为?

1. 真诚待人比什么都重要 / 45
2. 让人信服并喜欢和你交往 / 48



3. 友谊很难用金钱来购买 / 50
4. 千万注重自己的名声 / 52
5. 妥善处理与客户的摩擦 / 54
6. 有钱大家赚，利润大家分享 / 56
7. 迁就客户，你会有更多朋友 / 58
8. 签约之后不要马上离开 / 60

第四章 | 心理倾听术

——会做不如会说，会说不如会听

沟通从心开始，第一步就是学会倾听，在销售中，80%的成交要靠耳朵完成。“听”客户讲话，不能仅仅听文字上的话，还要善于“听音”。以积极的态度真正“听懂”客户，了解客户“话里”和“话外”所隐含的信息，识破他们的内心机密，同时让客户感到你的重视与关怀，就可以为解决问题、达成合作奠定良好的基础。

1. 80%的成交靠耳朵完成 / 65
2. 学会倾听客户的谈话 / 67
3. 听懂“价格太贵”的潜台词 / 69
4. 透过言谈识透客户心机 / 72
5. “说话”泄露客户的信息 / 75
6. 声音诠释客户内心的一种表情 / 77
7. 透过语态看出客户的性格 / 79
8. 口头语展示客户的心性 / 81
9. 掌握耐心倾听的三部曲 / 84



第五章 | 心理读人术

——身体小动作“出卖”客户内心大机密

研究表明，与人的言语相比，肢体语言通常是下意识的、不易自察的，但能够更加真实地反映人的内心世界。对于销售人员而言，只要用心体会就会发现，客户一些不经意的身体动作所透露出来的信息往往会让你的“进攻”更加顺利。

1. 透过头部掌握客户心理 / 89
2. 透过眼睛掌握客户心理 / 91
3. 透过口鼻掌握客户心理 / 93
4. 透过下巴掌握客户心理 / 96
5. 透过双手掌握客户心理 / 98
6. 透过坐姿掌握客户心理 / 100
7. 透过站姿掌握客户心理 / 102
8. 透过走姿掌握客户心理 / 104
9. 透过饮酒掌握客户心理 / 106

第六章 | 心理掌控术

——了解客户的心,才能更好地把握他们的人

客户都想被优待，都爱面子，都乐于占便宜，都怕上当受骗……即便你能了解客户的这些心理，但是不懂得如何去满足也没有办法赢得订单。要想做到这一点，最重要的就是要抓住客户的心。

1. 搞懂客户为什么抱怨 / 111
2. 每个客户都想被优待 / 112
3. 客户都怕上当受骗 / 114



4. 性别有差异，心理大不同 / 116
5. 别伤害客户的尊严 / 118
6. 细心才会赢得客户信任 / 119
7. 以德报怨，赢得人心 / 121
8. 不要表现得比客户更聪明 / 123

第七章 | 心理说服术

——把话说到客户的心坎儿里

说话是一门艺术，得要领者讲话精练，字字珠玑，简洁有力，使人不减兴味且深得人心。对于销售人员来说，关键不在于口才有多好，而在于是否能把话说到客户的心坎儿里。在销售中，掌握好说话的各种技术往往能使你的努力达到事半功倍的效果。

1. 话不在多，“攻心”最重要 / 127
2. 学会向客户提问 / 129
3. 对客户要多赞美，少批评 / 131
4. 在饭桌上说对话 / 133
5. 掌握丰富的产品知识 / 135
6. 不要把话说得太满 / 137
7. 把话说到点子上 / 139
8. 做销售永远不能说的七句话 / 142
9. 巧出主意促进成交 / 144



第八章 | 心理暗示术

——赢单的关键是让客户不知不觉说“是”

戴尔·卡耐基曾经说过：“人是不可能被说服的，天下只有一种方法可以让任何人去做任何事，那就是让他自己想去做这件事。”在销售中，销售人员要善于通过心理暗示把你的观点在不知不觉中渗入到客户的内心，使其在潜意识层面形成一种心理倾向，这也是赢单的关键所在。

1. 用潜意识拿下你的客户 / 149
2. 沟通中多使用肯定性的话 / 151
3. 隐晦表达更容易被接受 / 153
4. 有效地预防被客户拒绝 / 155
5. 尽量让对方说“是” / 157
6. 利用客户怕买不到的心理 / 159
7. 在“报价”上下足功夫 / 161
8. 巧用回扣套住重要客户 / 164

第九章 | 心理迎合术

——投其所好，轻松搞定你的客户

客户的兴趣所在，暴露了他大部分的个性、习惯，以及价值追求。这些客户所“好”也往往是销售人员搞定客户的最佳突破口。对于销售人员而言，既要把握客户的心理，也要懂得“献宝”的技巧才能事半功倍。

1. 做一个察言观色的高手 / 169
2. 重视客户的兴趣爱好 / 171
3. 让对方证明自己的权威 / 173
4. “迷魂汤”能够灌死人 / 175



5. 客户做好人，你来当坏人 / 178
6. 感情投资花费最少，回报最高 / 180
7. 处处让客户胜过你 / 182
8. 用好奇心抓住每一个信号 / 184

第十章 | 心理博弈术

——销售中惯用的心理学“诡计”

俗话说：兵无常势，水无常形。销售中可运用的战术也是变幻无常，但是“心理战术”却是隐藏在所有战术背后的最根本力量。人人都想在销售这场残酷的战争中赢得滚滚财源，但是并非每个人都能真正懂得商战谋略、掌握心理博弈术。

1. 商战中常用的心理战术 / 189
2. 掌握讨价还价的策略 / 191
3. 永远不要泄露自己的底牌 / 193
4. 利益不在于多少，而在于平衡 / 195
5. “以柔克刚”，应付客户挑战 / 197
6. 用环境的威慑使客户就范 / 200
7. 在关键人物身上下工夫 / 202
8. 在销售中制造一种紧迫感 / 204

第十一章 | 心理降服术

——瞄准心理弱点，抓住客户软肋

对于销售人员来说，客户的优点几乎毫无意义，但是客户的弱点却意义非常。每个人都有其致命的弱点，只要能充分利用其要害之处，掌握主动，攻其不备，则可无往不利，战无不胜。只有掌握了这个道理，才能在销售行业中游刃有余。



1. 抓住客户的致命弱点 / 209
2. 将客户敌意消于无形 / 211
3. 多留意客户的生活细节 / 213
4. 面谈之前探察对方性格 / 215
5. 满足客户的心理价位 / 218
6. 抓住大客户的软肋 / 220
7. 掌握客户的需求偏好 / 221
8. 妙用客户好面子的特点 / 223
9. 拿捏客户的攀比心态 / 225

第十二章 | 心理攻坚术 ——临门一脚,在与客户攻防中成交

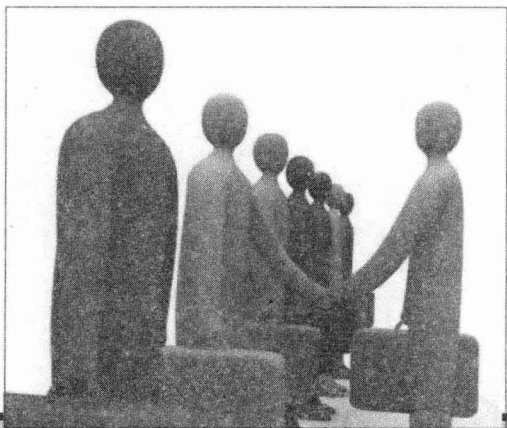
销售是以结果论英雄的游戏,没有成交,再好的销售过程也只能是风花雪夜。所以面对迟迟不肯下单的客户,销售人员往往会采取“逼单”的策略。逼单成功,万事大吉;逼单失败,功亏一篑。所以逼单也得讲究技巧,不能乱来。

1. 减少客户对风险的担忧 / 229
2. 巧用客户占便宜的心理 / 230
3. 利用顾客的冲动心理 / 232
4. 在“半推半就”中搞定客户 / 234
5. 善用客户的逆反心理 / 235
6. 把目标设在退一步的地方 / 237
7. 帮客户缩小选择范围 / 239
8. 鼓励客户下定决心 / 241
9. 别突破客户的心理防线 / 243

心理修习术

——销售不是打嘴仗,而是拼心理

用嘴不如用心,这是销售的一个铁律。口吐莲花的本领固然重要,但是心理的修习更胜一筹,因为再大的困难也敌不过一颗强大的心。





1. 销售法则：用嘴不如用心

搞销售的人，必须有“说”的本领！但是，“能说”不等于“会说”。“能说”靠嘴巴，“会说”靠心灵。因此，用嘴不如用心，是销售行业颠扑不破的铁律。

有一次，弗兰克带领一个推销员拜访客户。对方名叫弗朗西斯·奥尼尔，早年从事纸张推销生意，经过多年奋斗有了自己的造纸厂，成为纸张生产与批发业中的领军人物。

见面之后，双方寒暄了几句，开始进入正题。弗兰克讲解了奥尼尔所拥有的产业与税收之间的关系，但在整个过程中，奥尼尔低头不语，只是静静地听着。

渐渐地，弗兰克感觉到气氛有点儿不对，因为他看不到客户的表情，甚至连对方是否在听也不确定，这真让人难堪。因此，只讲了三分钟，弗兰克就停下来，靠在椅背上等着奥尼尔发表意见。

接下来，是尴尬的沉默时间。一起来的那位推销员难以忍受这种静默，有点坐不住了。弗兰克见他准备说话，急忙用手抓住他的胳膊，示意他不要轻举妄动。

过了一会，弗朗西斯·奥尼尔抬起头，仍旧没有说话；弗兰克也没开口，仍旧悠闲地靠在椅子上。双方这样对视着，良久无言。

最后，奥尼尔终于先开口。他平日并不善谈，这次却说了足足半个小时。奥尼尔讲话的时候，弗兰克尽量不插嘴，认真注视着对方耐心倾听。

等奥尼尔说完了，弗兰克做了总结发言：“奥尼尔先生，您的讲话对我很有帮助。您告诉我这样一种事实，您比大多数人都有思想性。最初我来此的目的是帮您这位成功人士解决问题，通过沟通我明



白您已花了两年时间来准备解决这一问题。尽管如此，我还是很乐意帮您进一步更好地解决这些事。我下次来的时候，一定会带来一些新的想法。”

这次会面，开头让人尴尬，结局却令人满意。弗兰克取得成功的原因很简单，他让奥尼尔把所有的难处尽管讲出来，用心倾听客户的真正需要，从而对整个事情有了全面的了解。于是，在后续的接触和沟通中，弗兰克赢得了客户的信任，接到了一大笔生意。

弗兰克的聪明之处在于，当他发现自己的话无法打动客户时，果断改变策略，开始用心寻找客户的兴趣点，以及客户真正关注的是什么。从沉默中的心理战，到后来的耐心倾听，以及最后的真心帮助，弗兰克一步步赢得了客户的信任。

相反，同来的那个推销员就有点沉不住气了。他担心弗兰克在奥尼尔这位大人物面前败落，急于打破僵局，差点坏了大事。

在销售中，请封上你那张喋喋不休的嘴巴。要知道，能说不算什么，会说才是本事。一个销售人员必须明白，什么时候该说，什么时候不该说，以及该说什么。这些都需要用心去体会和感悟。

(1) 时刻关注客户的情绪状态

销售工作既是说话的艺术，更是心灵的沟通。因此，与客户面对面的时候，务必要时刻关注客户的情绪状态，从微小的表情和动作中觉察对方的真实意图，而后才是用合适的话语表达意图，实现成交。

(2) 学会在销售中玩心理战

有的客户喜欢听你说，有的客户喜欢让你当听众，还有的客户顾左右而言他，让人捉摸不定。无论遇到哪种情况，你都要善于拿捏对方的心思，进而采取正确的战术，达成预期目标。

心理策略

美国艺术家安迪·沃荷，曾经告诉他的朋友：“我学会闭上嘴巴后，获得了更多的威望和影响力。”会说话，是本事；不说话，则是智慧。在复杂的销售过程中，“说”与“不说”都有很深的学问值得研