

6 TUIXIAO  
XINLIXUE

生活中的心理学系列丛书

朱月龙◎主编  
刘影◎编著



# 推销

## 心理学

心理学让你充满智慧 推销学让你进退自如

推销员是这个世界发展的动力，我认为，我们每一个推销员都应该以自己的职业而感到光荣，我总是这样想。

——“推销之神”乔·吉拉德



海潮出版社  
HaiChao Press

6 TUIXIAO  
XINLIXUE

生活中的心理学系列丛书

朱月龙◎主编  
刘影◎编著

# 推销

# 心理学

心理学让你充**满**智慧 推销学让你进退自如

推销员是这个世界发展的动力，我认为，我们每一个推销员都应该以自己的职业而感到光荣，我总是这样想。

——“推销之神”乔·吉拉德



海潮出版社  
HaiChao Press

**图书在版编目(CIP)数据**

推销心理学 / 朱月龙主编. —北京:海潮出版社,  
2009.3

(生活中的心理学系列丛书)

ISBN 978-7-80213-567-3

I. 人… II. 朱… III. 推销 - 市场心理学 IV. F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 196428 号

**书 名:推销心理学**

**作 者:**朱月龙 主编

**责任编辑:**魏 然

**封面设计:**张 方

**责任校对:**刘绣丽

**出版发行:**海潮出版社

**地 址:**北京市西三环中路 19 号

**邮政编码:**100841

**电 话:**(010)66969738(发行) 66969736(编辑) 66969746(邮购)

**经 销:**全国新华书店

**印刷装订:**北京宏伟双华印刷有限公司

**开 本:**720mm × 1000mm 1/16

**印 张:**13.5

**字 数:**170 千字

**版 次:**2009 年 3 月第 1 版

**印 次:**2009 年 3 月第 1 次印刷

**ISBN:**978-7-80213-567-3

**定 价:**24.80 元

(如有印刷、装订错误,请寄本社发行部调换)



## 前 言

做推销员很容易，许多企业对前去应聘的推销员都抱有欢迎的态度；但做超级推销员就不容易了。美国的调查表明，超级推销员的业绩是一般推销员的业绩 300 倍。在许多企业，80% 的业绩是 20% 的推销员创造出来的，这 20% 的人并不是俊男靓女，也非个人能言善道，唯一相同的是他们都拥有迈向成功的方法，尽管方法各不相同，但有其共同之处。

很多老板创业都是从销售起步的。如 IBM 的创始人以前就是一个很好的销售员。做好销售，一方面能积累资本，为创业做好物质准备。另一方面能锻炼自己做生意的能力。不管是替人打工还是自己开公司，销售都是一个最重要的内容之一。在现在的时代里不缺产品，而是市场，要生产市场需要的产品，要把市场需要的产品推销出去，需要市场营销。所以销售是营销的核心部分。如果学会了做销售就是学会了做生意。因此，对有些人来说，要创业，不妨先从做销售做起。

那么，如何做一个成功的销售员呢。销售员需要一定的素质。这种素质，有的是先天具有的，但更多的是后天的努力。销售能力也是一个人创业

的基础。

本书从心理学方面给广大读者诠释了对推销的深层次理解。随着经济的发展,电话以及电脑的普及,推销的手段和渠道也有了发展,比如电话推销、信函推销、电子邮件推销等。但不管它的渠道有多少,最终还是要与人打交道。而增强推销员的心理素质,了解消费者的心理变化,对推销工作有着决定性的影响。本书对推销员在推销的过程中的不同阶段,消费者的不同心理,以及推销员应该怎么去面对作了详细地解释。对推销员的实际工作有务实的指导作用。是一本不可多得的推销图书。

——编者

## 目录 contents

### 第一章 解读消费者心理

- 要善于“察言观色” / 002
- 磨炼精确的判断力 / 004
- 准确把握对方心态 / 005
- 观察对方的表情 / 007
- 观察可见的信号 / 009
- 留心顾客的态度 / 011
- 辨别客户的防火墙 / 012
- 留意对方的逆反心理 / 014
- 注意顾客态度的突变 / 016
- 不要给客户施加太大的压力 / 017
- 解读顾客消费心理 / 018
- 消费者的名牌心理 / 021

### 第二章 推销员应具备的基本心理素质

- 战胜失败的方法 / 024
- 不要半途而废 / 025
- 推销要坚持不懈 / 026

克服“推销低潮” / 029  
推销要一点一点累积 / 031  
意志薄弱者难成大事 / 033  
失败与成功悖论 / 035  
推销员要严于律己 / 038  
如何克服恐惧心理 / 041  
七种品格很重要 / 043  
拥有更多失败的经验 / 046  
坚信你是正确的 / 049  
自信是推销员不可缺少的气质 / 051  
自信与他信逻辑 / 053  
推销员要提高心理修养 / 056  
塑造自我 / 059

### 第三章 培养正确的推销心理

推销员目标要大 / 064  
树立明确的目标 / 066  
推销人员要有责任心 / 070  
销售不只是卖产品 / 073  
天下没什么坏买卖 / 075  
选择你所爱的 / 077  
提高工作和生活的热情 / 080  
打破固有思维 / 082  
做个诚实守信之人 / 084  
寻找一切机会学习 / 087  
学习制胜法则 / 088

沉着冷静应对突发事件 / 092  
保持镇定自若的态度 / 095  
投射效应 / 097  
做真实的自我 / 100  
穷与富的选择 / 103  
今天的事情今天做 / 105  
优秀推销员需要彻底地征服客户 / 107

#### **第四章 拉近与顾客的心理距离**

沟通是接受的前提 / 110  
沟通的 6 条策略 / 113  
浑身透着热乎劲儿 / 116  
关心和赞美顾客 / 118  
寻找客户的兴趣所在 / 120  
把握顾客 / 122  
推销要有耐心 / 126  
接近客户才有机会交易 / 128  
引起顾客兴趣 / 130  
要关怀客户 / 134  
学会劝说 / 137  
1=100 / 138  
由点及面法则 / 141

#### **第五章 推销心理说服法**

第一印象很重要 / 146  
与顾客保持轻松的气氛 / 149



营造气氛、利用环境 / 150  
请将不如激将 / 153  
激发购买的欲望 / 155  
首先要让顾客承认自己 / 159  
先推销自己 / 161  
向有经验的人请教 / 164  
给客户适当的好处 / 167  
商品要让客户合适 / 170  
掌握主动引导客户 / 172  
让客户与你合作 / 174  
新人的推销之道 / 176

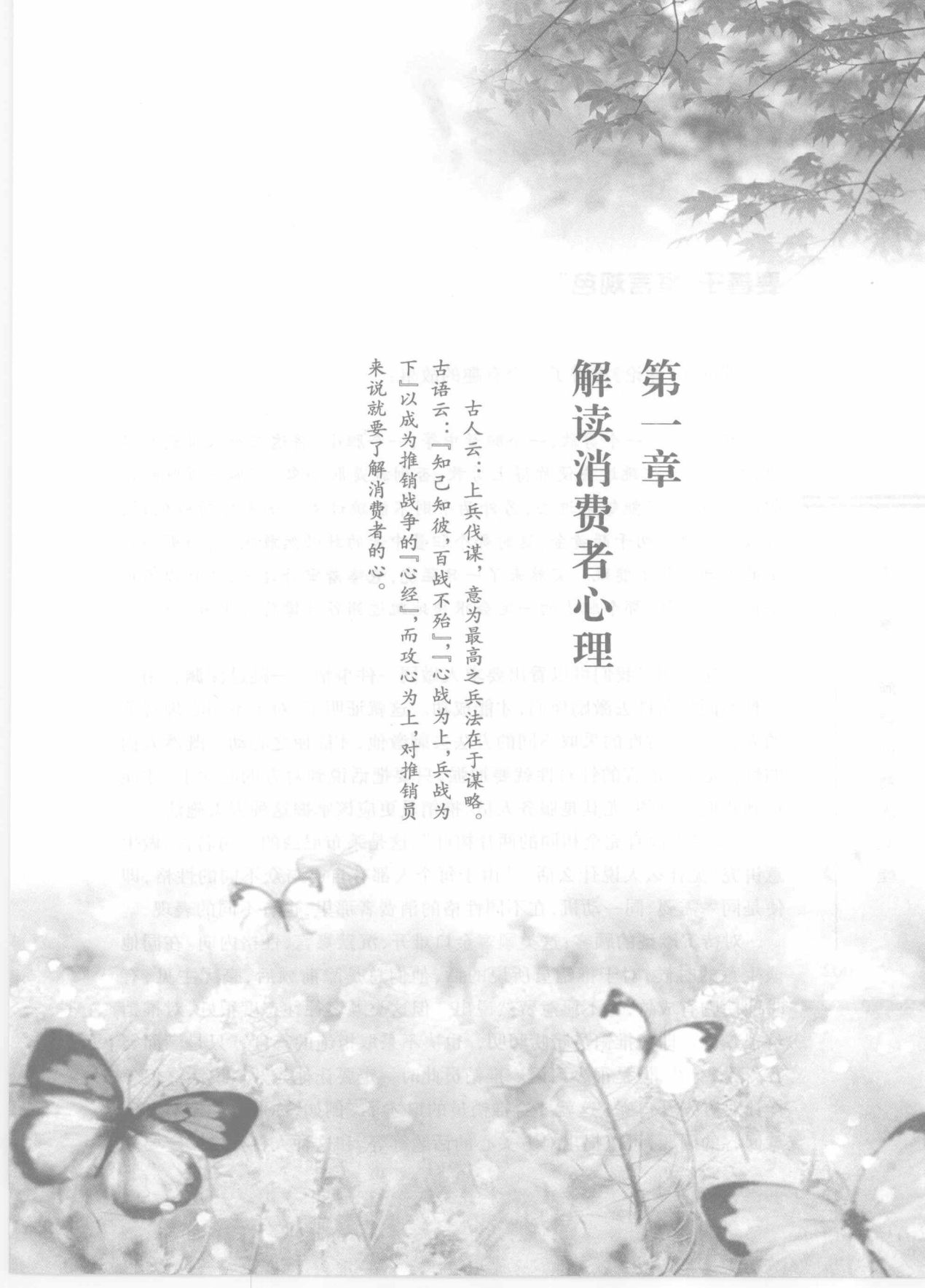
## **第六章 利用服务抓住顾客的心**

精通自己的产品 / 180  
要以产品至上 / 184  
客户异议处理技巧 / 186  
发挥催收货款口才技巧的心理准备 / 191  
要经常拜访客户 / 193  
售后服务:推销后的推销 / 196  
留住顾客的十个秘诀 / 198  
满足顾客需求 / 200  
没有叫做“客户”的人 / 203  
服务、服务、再服务 / 205

## 第一章

# 解读消费者心理

古人云：上兵伐谋，意为最高之兵法在于谋略。  
古语云：『知己知彼，百战不殆』，『心战为上，兵战为下』以成为推销战争的『心经』，而攻心为上，对推销员来说就要了解消费者的心。



# Sale! Sale!

## 要善于“察言观色”

苏洵在《谏论》里讲了一个有趣的故事：

有三个人，一个勇敢，一个胆量中等，一个胆小。将这三个人带到渊谷边，对他们说：“跳过去便称得上勇敢，否则就是胆小鬼。”那个勇敢的以胆小为耻，必定能够跳过去，另外两个则不能跳过去。如果你对他们说，跳过去就奖给两千两黄金，这时那个胆量中等的就必然敢跳了，而那个胆小的人却仍然不能跳。突然来了一只猛虎，咆哮着重扑过来，这时你不用给他什么条件，那个胆小的一定会很快地跳过渊谷就像跨过平地一样。

从这个例子我们可以看出要求人做同一件事情——跳过深渊，用了三种不同的条件去激励他们，才能成功。这就证明了，对于不同心理特征的人，要有针对性的采取不同的方法去刺激他，才能使之心动。既然人们的性格迥异，语言的针对性就要加强，只要把话说到对方的心坎上，才能达到我们的目的，尤其是服务人员、推销员更应该掌握这种因人施法。

“世界上没有完全相同的两片树叶”。这是莱布尼兹的一句名言。做生意讲究“见什么人说什么话。”由于每个人都有自己与众不同的性格，即使是同一需要、同一动机，在不同性格的消费者那里，也有不同的表现。

**对待沉默型的顾客：**这类顾客金口难开，沉默寡言，性格内向。在同他谈生意的时候，对于推销员所说的话，他们总是瞻前顾后，毫无主见，有时即使胸有成竹，也不愿意贸然说出。但这类顾客往往态度很好，对推销员很热情，即使推销员唠唠叨叨，也决不采取拒绝的态度，只是满面笑容，彬彬有礼，但是很少话语。推销员此时一定要让他先开口说话。但怎样让对方先开口呢？这就要看推销员的口才了。例如，你可以提出对方乐意回答的问题，可以提出对方关心的话题等等。和这种人打交道一定要耐

心,提出一个问题之后,即使对方不立即回答,推销员也要礼貌地等待,等对方开了口,再说下一个问题。

**对待冷淡型的人:**这类人可能对于推销员的来访,就连一般的寒暄语都没有,摆出一副“你来干什么?”的神色。上门拜访时,他会闭门不见,若按门铃会受到你不必再来的冷遇。推销员如果走进他们的办公室,他们同样也会冷语相待。对待这类顾客,你的谈吐一定要热情,无论他的态度多么的令人失望,但作为推销员,你不要泄气,要主动地真诚地和他们打交道。

**对待慎重型的人:**这类顾客办事谨慎。在决定购买以前,对商品的各个方面都会做仔细的询问,等到彻底了解和满意时才下最后的决心。而在他下决心以前,又往往会与亲朋好友商量。对于这样的顾客,推销员应该不厌其烦地、耐心解答顾客提出的问题。说话时态度要谦虚恭敬,既不能高谈阔论,也不能巧舌如簧,而应该以忠实见长,朴实无华,直而不曲,话语虽然简单,但言必中的,给人以敦厚的印象。尽量避免在接触中节外生枝。

**对待自高自大型的人:**在好摆架子的顾客中分两种人,一种确实是有某些资本,故而揣着架子;另一种人连资本都没有,装腔作势借以吓人。



摆架子的目的无非是虚荣心在作怪,要别人承认他的存在和地位。这类人在生意中经常反驳推销员的意见,同时吹嘘自己。对于这种人,要顺水推舟,首先让他吹个够,推销员不但要洗耳恭听,还要不失时机地附和几句。对于他提出的意见不要作正面冲突。他讲够了的时候,再巧妙地将他变为听众,反转他的优越感,让他来附和你。

**对待博学型的人:**如果遇到真才实学的人,你不妨从理论上谈起,引经据典,纵横交错,使谈话富于哲理色彩,言词应含蓄文雅,既不以饱

# Sale! Sale!

自居,又给人留下谦虚好学的印象。你甚至可以把你要解决的问题,作为一项请求提出,请他指点迷津,把他当作是良师益友,就会取得他的支持。

**对待见异思迁的人:**这类顾客心情舒畅时非常热情,甚至会使你感到不好意思;但他们忧郁时,就会冷若冰霜,出尔反尔,给人一种难以琢磨的感觉。对待他们最重要的是给予理解,把握他们的心理,开展推销。例如,对方的情绪不高时,假如你能让他倾吐内心的不满,从而使他摆脱心理上的压力,对你的推销工作将大有好处。

总之,对待不同性格的人,要采取不同的说话方式。因人施法,恰到好处,才能成功。

## 磨炼精确的判断力

优秀的推销员应具备敏锐的判断能力。虽然,人的先天智力水平确实有高低之分,但起决定作用的还是后天的勤奋和努力,是否有持之以恒的吃苦精神。有的推销员相貌平常,学历也很低,如果论起先天条件,几乎要算得上是个傻小子,但后来的结果却令人惊异。

敏感和判断力也是一样,有的人天分较高,一开始便能有所收获,有的人却要经历无数次的失败和挫折,才能有所进步。

对于大多数人来说,敏感和判断是可以缓慢累积的,但推销员的职业要求这个过程越短越好,这就需要当事者有超于常人的奉献、刻苦和勤奋才行。

判断最初是从点滴信息开始的。一位成功的推销员说,他几乎没有让自己的思维休息过。即便走在马路上,也会有意观察迎面而来的陌生人,

试着判断他们的职业、爱好,所处境况的好坏。在公共场合,如电车上、饭馆里或者商店里,他会留意人们说话的语气,行事的态度以及所关心的话题,进而找到一个特别值得关注的对象。

判断的磨炼要从简单的、直接的小事入手,随时为自己出题,又随时考察判断的准确性。如对陌生人职业的判断,同行入去向的判断等,所花费的时间不多,很快便会有结果。当然,还有以大多数人的行为趋势判断商场、车站,大型购物中心或者医院的大致方位等。

对于推销员来说,最重要的判断是对陌生人社会地位、经济状况的判断,因为只有经济状况、家庭状况各方面比较好的人,才有可能成为保险的潜在客户。推销员对客户家庭有一种敏锐的感应能力。他把这叫做“家庭的味道”。

如客户门庭是否整洁,陈设是否合理,是否有审美品位;庭院里传出的声响是否和谐;门庭的鞋子是否摆放有序;家中是否有病人;家庭的组织结构是否合理;家庭里发挥主导作用的是男主人还是女主人或是长辈等等。

有些判断有充足的思考余地,比如在拜访准客户之前,判断今日会谈的可能进展及客户的心境;有些判断则必须立刻做出,并做出相应正确的反应。判断错误或者反应迟钝,都会把原本有希望的事情弄糟。当你站在准客户的门前,举起你的手敲门时,你的判断应该是最准确的。

## 准确把握对方心态

优秀的推销人员,总能够与自己的客户保持亲密而合作的关系,即使是对那些初次打交道的客户,他们同样能够与你一见如故,这其中的奥秘就需要你去仔细观察和学习了。

老推销员的经验证明,和客户倾谈生意,除了要留心倾听之外,更要注意他的动作、举止神态和眼睛。因为客户的心态和思想,完全表露在无

# Sale! Sale!

言的行动之中。在倾谈之时,客户目光四望,突然转变话题,你便要小心,这是拒绝你的心态。

当踏入客户办公室,在一定时间内,便可判断出对方是否是一位有诚意的客户。客户有没有准备你的来临?是否怀着一种热诚和欢迎的态度?他的坐姿如何?现代的办公室设计,往往制造成一个令来客自卑的环境,他们的座椅是背着窗子而放的,好使阳光照射进来,而他们的椅子,又技巧地略微高些,显得自己有点高高在上的感觉。

进行数分钟交谈之后,大家的隔膜便可解除了。于是,我们便可进入正式的公事倾谈。在未谈正事之前,我们应该略施小计,达到反客为主的目的,例如略为移动位置,因为惯常的礼貌,客人是招呼你坐在办公桌前的椅子,和他们隔着办公桌相对而坐。为了方便展示货品或举例说明介绍,你可以要求搬移位置,和客人并排而坐,这些小小的要求可以考验客人的兴趣。如果有兴趣的话,一定会答应你的要求。否则,那会让你并排而坐,应酬一下便将你打发了。

当倾谈进行时,客人的坐姿非常重要,如果他是挨着椅背,又时常看着桌上的文件,显得不耐烦,便可以要求更换方法或时间,否则他不能集中精神。如果他仍有兴趣的话,便会放下手头的工作,和你继续倾谈。相反的情形下,例如客户倾向你的身边,细心听取你的讲解,又不住地点头同意,这便显示他有兴趣。你应该努力去掌握机会。

当你解释完一切,便进入了最关键的时刻。你应该立刻停止说话,集中精神去观察对方的动静和眼



神,如果他向四周游望,努力避开你的目光,便显示他的不耐烦和没有兴趣,你便可以自动收拾好一切东西,即行离去,答案是不必等待的。这样,显出你的潇洒和老练。而且,还留下一个好的印象,留待他日再行拜访。

生意之道,我们一定要把握自己的原则,保持自我努力争取成功的机会。同时,我们又要随时准备接受失败的打击,勇敢地自我嘲讽,因为每一次失败,都是付出了学费的教训。另一方面,清楚了你的货物或服务之后,客户竟将手放在额上或嘴巴下,便显出他是认真地去沉思和研究你的建议。如果他又不断翻查你带来的资料,或更细心地询问关于公司的服务和历史等问题,或暗示是否回扣,日后的服务情形,公司的稳定等资料,这便是机会。你应掌握和控制这宝贵的时刻,尽力地控制自己,切勿开口。因为静默往往能产生一种压力。首先开口的一个,便决定了一切。

为了打破沉默的压力,客户往往首先开口。他的第一句话,便告诉你他的心意。如果他说:“应该怎么办?”你便应该代填表格,进行购买的手续。如果他说:“我的朋友买了什么样的东西呢?”这便是推却你的话,因为在这重要时刻,他根本没有考虑自己的需要和你的建议,脑海中只是胡乱地去想别的东西罢了。

总之,推销人员“鉴貌辨色”这门功夫,一定要从实际情况中体会出来。而且,学习时期颇长,希望各位努力留心,切勿放过任何学习机会。

## 观察对方的表情

当你和某个人开始打交道之前,你所行事的全部依据是对方的表情。一个人的全部心理活动都可以从他的面部表情上表现出来,精明的推销员会依据对方表现出来的复杂表情来判断对方对于自己话语的反应,并积极主动地采取相应的措施,把握有利时机。促进推销成功。

举个简单的例子。某位推销员到客户那里见到顾客正埋头于工作,显然无法抽出空来接待你,此时他说一声:“请别客气,您忙您的吧,我另找



# Sale! Sale!

时间再来拜访。”或者是在与顾客交谈时间过长,发现顾客不时瞄了一眼手表,他立即起身说:“今天时间不早了,我该回去了。打扰您这么多时间,真不好意思。”以及对方不经意地摸摸口袋,像是寻找什么。此时他立刻把烟递上去。他的这些反应都说明对方的所有神情表现都传递着一些信息。即对方时间很紧,没有更多的时间来接待你,或是对方一时找不着香烟。而如上的做法会给对方留下好印象,认为你善解人意,对周围的一切及人的表现观察极为仔细。

如果您向对方推销某件产品,看到对方显出稍有不快的神色,此时解开对方对产品的不解和疑惑就是您工作的要点,同时留心观察对方的手势、眼神是否在表示某种意思,仔细分析之,并请顾客自己试验产品的性能。通常情况下,顾客对产品推销的反应都是从怀疑到半信半疑直至有试用的意愿的,此时推销员除了详细介绍产品的性能特点外,还应把那些令对方感兴趣的话题加以扩展,使推销活动变成一

次轻松愉快的交谈。颇懂心理学的推销员都知道,若直截了当地向客户推销产品,不但收不到预期的效果,反而会使对方产生厌倦感。因为多数顾客对推销员上门推销活动反应冷淡,感兴趣者甚少。这不是说顾客不喜欢产品,主要是由绝大多数顾客对推销方式反感所致。

那么一位成功的推销人员应如何做到知彼知己,使那些困难重重的工作变成富有成效,给人以启迪的活动呢?做到这点,首先要注意生活中所发生的各种事情,并留意人们心理活动的特点及人们性情上的差异,真正做到眼观六路,耳听八方,这成为推销员在工作上取得成功的诀窍

