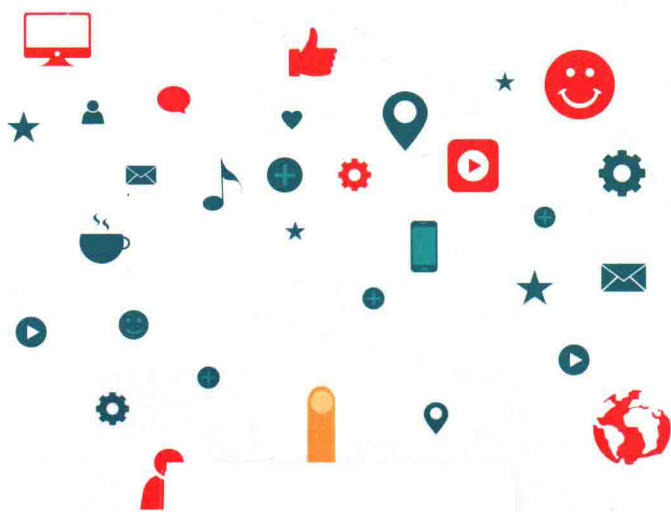


一本书轻松读懂 消费者行为心理学

只要读懂客户心理，就没有做不成的生意

汇智书源 编著



**170个经典销售实战案例
133个消费心理深入剖析**

好销售一定懂心理学，他们不只让客户口服，更要心服
挖掘行为背后的心理需求，把商品“卖出去”并“卖上价”
快速读懂客户，用心理学轻松化解各种销售难题

**3秒钟洞悉客户真实心理，
1分钟打动客户**

让潜在需求者秒变为下单消费的实际购买者
客户真正在意的不是“经济账”，而是“心理账”

READING CONSUMER BEHAVIORAL PSYCHOLOGY IN A BOOK

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

一本书轻松读懂 消费者行为心理学

汇智书源 编著



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

“要想钓到鱼，就得像鱼儿那样思考。”销售者同样不例外，要想取得销售佳绩，就必须知道消费者需要的是什么。因此，销售者要站在消费者的角度考虑问题，了解消费者的心理需求，针对其消费动机与偏好来采取适当措施，以便更好地说服消费者，刺激消费行为，最终使自己的销售业绩逐渐提升。俗话说：“成功的推销员一定是一个伟大的心理学家。”这句话就很清楚地表达了销售者在销售活动中掌握心理学技巧的重要作用。

本书通过 170 个生动典型的案例深度解析了销售者在捕捉消费者需求、与消费者深度沟通时使用的心理学技巧，让你在较短时间内掌握高效、实用的销售秘籍，从而使自己的销售业绩节节攀升。

图书在版编目 (C I P) 数据

一本书轻松读懂消费者行为心理学 / 汇智书源编著

—北京：中国铁道出版社，2018.6

ISBN 978-7-113-24320-3

I. ①一… II. ①汇… III. ①消费心理学 IV. ①F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 038699 号

书 名：一本书轻松读懂消费者行为心理学

作 者：汇智书源 编著

策 划：巨 凤

责任编辑：苏 茜

责任印制：赵星辰

读者热线电话：010-63560056

编辑助理：张海阔

封面设计：仙 镜

出版发行：中国铁道出版社（100054，北京市西城区右安门西街 8 号）

印 刷：三河市兴博印务有限公司

版 次：2018 年 6 月第 1 版 2018 年 6 月第 1 次印刷

开 本：700mm×1000mm 1/16 印张：16.5 字数：266 千

书 号：ISBN 978-7-113-24320-3

定 价：49.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书，如有印制质量问题，请与本社读者服务部联系调换。电话：(010) 51873174

打击盗版举报电话：(010) 51873659

前言

PREFACE

消费行为到底是复杂还是简单？有的销售者认为顾客的消费行为很简单，一手交钱，一手交货，前后不到五分钟；有的销售者认为消费行为很复杂，顾客在商店踌躇半天，可能最后还是会摇着头离开。

其实消费行为简单与否并不重要，重要的是顾客内心的想法。消费行为的背后是与人类复杂的心理密切相关的。消费者行为心理学研究的就是这方面的内容。

为什么不住赞叹的顾客两手空空地离开，而不断挑剔的顾客却高兴地买下了商品？

为什么有奖销售的商品总是能获得消费者的青睐？

为什么自己主动降价了，顾客反倒失望地走开了？

……

曾有权威人士指出，销售的成功与销售者对人心理的把握有着密切联系。掌握恰当的心理策略，并利用这些心理策略对消费者施加引导，能够帮助销售者取得不错的销售业绩。

之所以有的销售者认为消费行为很复杂，究其原因是由于他在与消费者的心理博弈中败下阵来，内心沮丧导致了悲观情绪。可见，销售其实是消费者与销售者之间的心理较量，整个消费过程便是心理博弈的过程。

李嘉诚说过：“1分钟内读懂顾客心理，就是在1分钟内打开了顾客的钱袋子。”要想在这场心理博弈中获得胜利，销售者就必须熟悉消费者在购买行为中的各种心理，懂得察言观色，并引导消费者，有效地刺激其消费欲望，让自己花更少的时间销售更多的商品。



当然，销售者首先要学会站在消费者的角度去考虑问题，通过了解消费者在消费过程中产生的一系列复杂微妙的心理活动，针对消费者的购买意向或偏好采取合理的应对措施，从而更有效地说服消费者购买商品。

不管你现在在哪个领域，也不管你现在业绩如何，只要你认真学习本书提供的方法，补充自身能量，就能够在销售工作中做到如鱼得水。本书不会给你讲多么深的理论，而是通过 170 个典型案例帮助你解析消费者的消费心理，从销售实战角度出发，对销售技巧加以提炼，让你一学就会。

本书分为十二章，分别讲述了消费需求、心理暗示、环境氛围、消费者性格、决策依据、察言观色、说服顾客、巩固关系、化解异议、不同类型消费者的心理研究、沟通技巧以及电商平台的销售技巧，教你从各个方面掌握消费者行为背后的心理，探究消费者行为背后的真正原因，从而成长为销售高手。

本书特别适用于期待掌握顾客心理，引导顾客消费的销售者以及相关营销人员，让你在销售行业做得更加得心应手，更会让你的销售业绩迅速提升。



目 录

CONTENTS

第一章 CHAPTER 01

消费来自需求，找到顾客购买的理由 / 1

- 一、不会揣摩顾客心理——这样的生意何其艰辛 / 2
- 二、购买名牌、奢侈品——顾客的表现欲和尊贵感在作祟 / 4
- 三、物美价廉得顾客心——让你的实惠看得见 / 5
- 四、顾客喜欢新奇——用创意激发他的购买欲 / 7
- 五、顾客恋旧——旧瓶装新酒，让顾客怀旧 / 8
- 六、时尚是顾客购买风向标——我的产品，时尚时尚最时尚 / 10
- 七、人人都有虚荣心——用商品和赞美填补虚荣空洞 / 13
- 八、消费是一种快乐主义——让顾客在快乐氛围中购物 / 15
- 九、顾客存在攀比心理——给他一个流行同款 / 17
- 十、流行难以抗拒——用流行元素俘虏顾客的心 / 19
- 十一、不是为自己而买——抓准顾客的“利他性需求” / 21
- 十二、花钱也是为了赚钱——让顾客的生意头脑热起来 / 23
- 十三、绿色消费席卷而来——把顾客的健康存进银行 / 25
- 十四、会节约才能省钱——重点强调产品的节约功能 / 28

第二章 CHAPTER 02

心理暗示引导方向，让顾客跟着感觉走 / 30

- 一、名人代言皆良品——光环效应给产品背书 / 31
- 二、先使用，后付款——到手了谁还忍心再放手 / 33

- 三、吃不到的葡萄才最甜——制造一种稀缺感 / 34
- 四、价格标签魔力大——用数字制造价格错觉 / 36
- 五、颜色也有贵贱之分——颜色错觉让价格更合理 / 37
- 六、买了还有赠品——附加交易拴住顾客的心 / 38
- 七、先体验，后购买——做一个称心如意的买卖 / 40
- 八、顾客喜欢产品的残缺美——自曝其短，更得顾客信赖 / 41
- 九、购买产品有风险——给顾客提供模仿的榜样 / 42
- 十、只要热情顾客就领情——热情过度，顾客会逃跑 / 44
- 十一、强买强卖会坏事——不要逼着顾客做决策 / 46
- 十二、顾客也会欺软怕硬——带上强大气场，让顾客向你妥协 / 47
- 十三、广告就是说服的艺术——承诺带动需求，勾起购物欲望 / 49
- 十四、包装是另一种广告——做一个更有个性的包装 / 51

第三章

CHAPTER 03

环境营造购买氛围，轻松留住顾客脚步 / 53

- 一、消费者都“好色”——设计让顾客眼前一亮的颜色 / 54
- 二、音乐是购物催化剂——背景音乐留住顾客的脚步 / 56
- 三、气味迷人心——设计独特香味，“勾引”顾客心 / 57
- 四、过冷过热情绪差——找到最适合成交生意的温度 / 59
- 五、商品陈列是艺术——科学布置，给顾客新鲜感 / 61
- 六、购物要有氛围——氛围是另一种广告 / 63
- 七、物品演示震慑顾客——创造一个环境为商品助威 / 64
- 八、不要少于1米——给顾客私人空间，创造轻松环境 / 66

第四章

CHAPTER 04

抓准顾客性情，有的放矢进行正向引导 / 68

- 一、顾客性格温和——给他多一点点热情、耐心和感动 / 69

- 二、顾客独断专行——服从顾客的主见，让他自己做选择 / 71
- 三、顾客爱慕虚荣——赞美是屡试不爽的良药 / 73
- 四、顾客精明冷静——真诚对待，付出热情 / 76
- 五、顾客性格外向——干脆利落，绝不拖泥带水 / 77
- 六、顾客性格内敛——真诚体贴地提供全面信息 / 78
- 七、顾客犹豫不决——给他建议，创造一种紧迫感 / 80
- 八、顾客标新立异——对症营销，为他挑选更具个性的商品 / 82
- 九、顾客墨守成规——满足他的实用主义 / 83
- 十、顾客高傲自大——认真倾听，恭维他的头衔 / 85

第五章

CHAPTER 05

提供决策依据，让顾客的购买顺理成章 / 88

- 一、说“是”之后很难说“不”——用问题带动顾客的惯性思维 / 89
- 二、给顾客“二选一”的权利——选来选去，达成交易 / 91
- 三、巧妙地“说话不算数”——勾起购买欲，用借口改变条件 / 92
- 四、选择太多，挑花了眼——多询问，引导顾客说出自己需求 / 93
- 五、如此拮据也能大手笔——打开顾客的心理账户 / 95
- 六、介绍产品有顺序——要先给顾客第一感觉 / 97
- 七、挂“高价”卖“低价”——给消费者一个价格参考 / 98
- 八、价格听起来很贵——把金额细分，放松顾客购物压力 / 99
- 九、涨价就遭口诛笔伐——注意习惯价格，循序渐进涨价 / 101
- 十、惊喜感这么重要——顾客只是想要不确定的小惊喜 / 102
- 十一、同样的东西不同价——推出不同价格，适应不同顾客 / 104

- 十二、万一中奖了呢——有奖销售吊足顾客胃口 / 105
- 十三、自己也能说服自己——让顾客DIY，卷入消费情景 / 107
- 十四、工欲善其事，必先利其器——用销售工具开启顾客紧扣的腰包 / 108

第六章

CHAPTER 06

明察秋毫，顾客的身体语言透露成交意向 / 112

- 一、知人知面不知心——从小动作看出顾客的大心理 / 113
- 二、眼睛是心灵的窗户——由眼及心，看透顾客心理变化 / 114
- 三、眉宇之间尽是情——察眉观态度 / 116
- 四、“手语”不真实——手部小动作暗藏谎言 / 117
- 五、对顾客的坐相一筹莫展——结合其他肢体语言看心理 / 120
- 六、走路姿势暗藏玄机——火眼金睛，识破“姿势”派 / 122
- 七、点头“Yes”摇头“No”——看穿顾客头部的慢动作 / 123
- 八、笑里藏刀——揭面笑语，看透不同顾客类型 / 125
- 九、吃相就是买相——在吃饭时摸透成交意向 / 128
- 十、人靠衣服马靠鞍——巧眼看穿顾客消费能力 / 130
- 十一、夫妻结伴购物——从言谈举止锁定“当家的” / 132
- 十二、顾客说话放“连珠炮”——动之以情，晓之以理 / 133

第七章

CHAPTER 07

顾客的心并非磐石，只是缺少一份心动 / 135

- 一、专门拜访压力大——我刚好在附近，过来看看 / 136
- 二、越害怕越购买——给予消除恐惧的商品 / 137
- 三、顾客都爱占小便宜——给实惠，让顾客感到占了便宜 / 139
- 四、人活一张脸——给他面子，他会更大方 / 141
- 五、挑剔的是买主——自信微笑打动顾客 / 143

第八章 CHAPTER 08

- 六、顾客今儿真高兴——趁着高兴做生意 / 145
- 七、顾客有逆反心理——你不卖，他偏要买 / 146
- 八、咖啡就要中杯——中庸价格最讨顾客喜欢 / 147
- 九、用沙子换金子——用小小的实惠换来大大的受益 / 149
- 十、人人都有好奇心——有悬念，顾客才有胃口 / 150
- 十一、顾客只关心自己——给他上帝宝座，想他所想 / 153
- 十二、买涨不买落——价格就这样被宠坏 / 154
- 十三、客户砍价，是怕被骗——给他充分的安全感 / 155
- 十四、砍价成功倒显失落——千万别急着让步成交 / 158
- 十五、顾客想要征服感——预留浮动空间，一点点地让步 / 159
- 十六、想要敲定这个顾客——让他事先做出承诺 / 161

与顾客做朋友，从满意度到忠诚度悄然升级 / 163

- 一、一问三不知——成为专家，顾客才会信任你 / 164
- 二、第一印象很重要——用心做好“第一次” / 165
- 三、想让顾客跟你走——请记住他的名字 / 167
- 四、售后是销售的开端——服务永无止境 / 168
- 五、特权优惠最动心——嘘！就给了你这样的优惠 / 169
- 六、盈利是唯一目标——把消费者的问题当成自己的问题 / 171
- 七、服务 > 产品——用人性化服务为顾客图利 / 172
- 八、和顾客“日久生情”——长期与顾客保持联系 / 174
- 九、销售中也有“蝴蝶效应”——莫要毁在细节上 / 176
- 十、满意度 = 忠诚度——提供超值服务，让顾客心满意足 / 178
- 十一、难忍顾客的投诉“洪水”——态度良好地解决问题 / 180
- 十二、损毁竞争者，难得顾客心——要和竞争者做朋友 / 182

第九章 CHAPTER 09

巧化顾客异议，让顾客成交之前不再犹豫 / 184

- 一、顾客不慌不忙，不为所动——巧妙激将，刺激购买欲望 / 185
- 二、顾客坚持预期价格——展示价格差额，强调产品价值 / 186
- 三、害怕被消费者拒绝——用小要求来“得寸进尺” / 187
- 四、消费者的拒绝只是假象——用迂回战术找到拒绝真相 / 189
- 五、顾客想到别处去看看——轻松聊天，转移顾客的态度 / 191
- 六、顾客要再考虑考虑——趁热打铁，引导顾客购买 / 192
- 七、顾客拒绝，想要离开——使用“门把法”，留住顾客脚步 / 194
- 八、顾客坚持不购买——不妨来个法兰克式的结束 / 196
- 九、顾客没有消费热情——寻找兴趣点，拉近心理距离 / 197

第十章 CHAPTER 10

抓准各式消费者的脉搏，给他们最想要的 / 199

- 一、小孩好玩易攀比——新奇有趣的包装最有吸引力 / 200
- 二、青年人追求个性——给产品披上时尚与情感的外衣 / 202
- 三、中年人追求实用——让他的理性说服他自己 / 204
- 四、老年人追求健康——让你的养生理念深入人心 / 205
- 五、结婚情侣消费一掷千金——一辈子的大事不能马虎 / 208
- 六、女人消费最冲动——用细节和赞美打动美人心 / 209
- 七、男人消费很理性——商品整体效果最重要 / 210
- 八、顾客购物有“职业病”——巧识职业特征，抓住心理脉络 / 211

第十一章

CHAPTER 11

沟通是平衡的智慧，掌控主动左右逢源 / 214

- 一、时间如此重要——掌握“天时”才是沟通高手 / 215
- 二、想要谈得轻松——自己做主场，坐拥居家优势 / 216
- 三、沟通陷入僵局——一点善意“威胁”就能激活 / 218
- 四、对方心怀戒备——以诚相待，开诚布公 / 219
- 五、看不到回报——不到最后，不要轻易让步 / 221
- 六、如何牢牢把握主动——用提问引导客户思路 / 224
- 七、退出只是做样子——以退为进，意向客户会主动妥协 / 225
- 八、步步紧逼不是上策——为了双赢，适时做出让步 / 227
- 九、想要提前窥见成交迹象——细细留意，端倪毕现 / 228

第十二章

CHAPTER 12

做有温度的电商沟通，口碑成就皇冠店铺 / 230

- 一、文字就是冷冰冰的——网店客服也可以很温情 / 231
- 二、对话框里问题多——用你的产品知识减少买家疑虑 / 233
- 三、买家投诉心烦意乱——积极回应，改变买家的态度 / 234
- 四、好评还能说出来——称心话让买家给你打好评 / 235
- 五、物以稀为贵——限时限量营造紧迫气氛 / 238
- 六、购物车空了还不算完——客户跟踪，温馨提示 / 239
- 七、熟人的买卖最好做——做微商，就是在做熟人生意 / 241

170 个经典销售心理案例索引

- 案例 1 店员大打亲情牌，赢得老太太对钙片的“倾心” / 2
- 案例 2 销售员“承认”奢侈品便宜，顾客不买账 / 4
- 案例 3 茶叶店主依赖节日促销，最后赔本改行 / 6
- 案例 4 促销员另辟蹊径说赠品，抢走竞争对手顾客 / 6
- 案例 5 普雷威特拓展灯饰外延，用创新扎根国内灯饰市场 / 7
- 案例 6 主打怀旧情结，南方黑芝麻糊占据顾客情感空间 / 9
- 案例 7 瑞士斯沃琪手表用时尚潮流占领用户心智 / 11
- 案例 8 牛仔裤的时尚元素：越随性越流行 / 12
- 案例 9 低档屋处理品纹丝未动，高档屋促销品一抢而空 / 13
- 案例 10 满足顾客虚荣心，经理让打算退货的顾客又买了一次 / 13
- 案例 11 乔·吉拉德为顾客送祝福和玫瑰，迅速拿到全额支票 / 16
- 案例 12 黑色车脱销，经理用手一指，年轻人变主意买红车 / 18
- 案例 13 香吉吉跳出地方禁锢，用流行元素引领零食界漫画风 / 20
- 案例 14 脑白金占领礼品概念，引领礼品消费潮流 / 22
- 案例 15 售楼处灌输买房“钱”景，情侣打破犹豫商谈买房细节 / 24
- 案例 16 小块头串吧营造烧烤生态餐饮，打造绿色饮食 / 26
- 案例 17 富亚总经理从容喝涂料，只为证明涂料无毒 / 26
- 案例 18 导购用“省电耐用”巧嘴说服两顾客 / 28
- 案例 19 百事可乐邀请全球明星加盟助阵，影响力迅速扩大 / 31
- 案例 20 丽思凯尔酒店为明星结婚提供优惠，酒店曝光度大增 / 32
- 案例 21 店主让顾客试养宠物，到期后顾客舍不得放手 / 33
- 案例 22 小米手机搞限时抢购，手机用户满足感爆棚 / 35
- 案例 23 Zara 有意制造短缺假象，培养大批忠实粉丝 / 35
- 案例 24 “九毛九”饭价尾数 0.99，一看就知很便宜 / 37
- 案例 25 红色咖啡杯，神奇地把咖啡“变浓” / 38
- 案例 26 美食餐厅独具创意，“买一赠一”引爆客流 / 39
- 案例 27 汽车销售先用后买，满意之后再付款 / 40
- 案例 28 导购员隐瞒面料缺点，顾客买回发现后气愤投诉 / 41

- 案例 29 房地产销售自曝其短，顾客心满意足很快成单 / 41
- 案例 30 推销员用权威人物打消总经理购买疑虑 / 43
- 案例 31 利洁时用母亲群体的口碑宣传滴露，大获成功 / 43
- 案例 32 销售员热情像团火，让顾客燃起心中怒火 / 45
- 案例 33 音响店员欲擒故纵，大学生终于购买音响 / 46
- 案例 34 自信和笑容，成就矮小原一平的保险签单 / 48
- 案例 35 雕牌洗衣粉，用亲情的爱打动天下 / 49
- 案例 36 经典广告妙语，镌刻经典名牌印记 / 50
- 案例 37 高露洁改善牙膏包装，一经推出大获成功 / 51
- 案例 38 600 万美元天价买玻璃瓶专利，可口可乐公司赚大了 / 51
- 案例 39 颜色“红+绿”，让朋友饭店更红火 / 54
- 案例 40 范思哲童装店打造粉紫色梦幻世界，童趣十足 / 55
- 案例 41 研究发现：轻音乐延长顾客选购时间，能提升销售额 / 56
- 案例 42 无印良品以民谣做背景音乐，广受文艺青年好评 / 57
- 案例 43 星巴克苛求咖啡纯正香味，打造迷人舒适环境 / 58
- 案例 44 香味催涎，顾客在诚品书店买下三本美食书 / 58
- 案例 45 商场太热，冬天变夏天，顾客难耐向记者反映 / 60
- 案例 46 家乐福在商品陈列上下功夫，方便顾客挑选 / 61
- 案例 47 一天之内模特衣服换 4 次，店铺服饰销量明显提升 / 62
- 案例 48 好友帮忙，开豪车助阵，饭店生意神奇般变红火 / 64
- 案例 49 星级胸牌的权威效应，汽车 4S 店顾客很自然地接受 / 65
- 案例 50 不注意安全距离，销售员的单子也泡汤 / 66
- 案例 51 客户突然说起家事，销售员机智笑而不语 / 67
- 案例 52 代理商用真诚和承诺打动随和型老板 / 69
- 案例 53 导购员碰壁，同事用耐心和专业打动随和型顾客 / 70
- 案例 54 销售员看透专断型顾客心理，化锋芒为欣赏 / 71
- 案例 55 推销员任由客户滔滔不绝，最后客户开价超出预期 / 72
- 案例 56 女顾客由晴转阴，皆因店主的一句“更便宜” / 73
- 案例 57 顾客被夸奖模特身材，一时高兴买下首饰 / 74
- 案例 58 顾客被夸太太气质高贵，兴奋买下销售推荐钻戒 / 75
- 案例 59 顾客购买经济适用车，销售员转而“傍大款” / 76

- 案例 60 销售员干脆利落对待外向客户，速战速决签单 / 78
- 案例 61 销售员真诚体贴，内向客户痛快下单 / 79
- 案例 62 销售员敷衍应付，顾客犹豫不决，无奈离去 / 80
- 案例 63 店主用紧迫感让犹豫的顾客痛下购买决心 / 81
- 案例 64 一句“很多人都喜欢”让追求个性的顾客放弃购买 / 83
- 案例 65 中年妇女墨守成规，销售员用产品实用性打动顾客心 / 84
- 案例 66 职员满足顾客摆架子心理，迅速卖出地板砖 / 86
- 案例 67 经理“低三下四”，高傲客户“服软”签单 / 87
- 案例 68 用提问带领顾客思维，几个“是的”带来成交机会 / 89
- 案例 69 电话销售员引导客户说肯定意见，扭转之前否定看法 / 90
- 案例 70 服务员给顾客出选择题，多卖出很多鸡蛋 / 91
- 案例 71 导购员用低飞球技巧成功多赚取顾客 100 元 / 92
- 案例 72 顾客难挑选，手机店主询问出顾客需求 / 94
- 案例 73 新式马桶，“冲水静无声”，顾客为老父母积极购买 / 95
- 案例 74 使用套票，顾客提前购买，消费时产生免费错觉 / 96
- 案例 75 导购突出玩具熊的功能和颜色，大爷高兴买下 / 97
- 案例 76 咖啡店打出“天价咖啡”的幌子，顾客仍然络绎不绝 / 98
- 案例 77 眼镜店主用计算器细分每日价格，顾客满意而归 / 100
- 案例 78 细分租金价格，房地产商三日租出昂贵地段 / 100
- 案例 79 步步为营，企业涨价获得一致认可 / 101
- 案例 80 阿芙赠品充满惊喜，用户有拆礼物的快感 / 102
- 案例 81 餐厅提供神秘小礼物，成为顾客的首选 / 103
- 案例 82 差别定价，把各个读者的钱都赚到 / 104
- 案例 83 “老村长”酒畅销全国，盖内抽奖是重要原因 / 106
- 案例 84 消费者的参与造就小米现象 / 107
- 案例 85 组合式鞋店让顾客 DIY，销售额超一般鞋店几倍 / 108
- 案例 86 名片上的数字，帮助寿险推销人打动顾客 / 109
- 案例 87 销售员用手表管理商谈时间，最后成功签单 / 109
- 案例 88 推销员用信封卖关子，最后顾客欣然交纳入会费 / 110
- 案例 89 不懂察言观色，保险推销员被客户怒火赶走 / 113
- 案例 90 误解注视含义，销售员一厢情愿推销空调 / 114

- 案例 91 看到客户眼神热切，销售员坚持价格，拿下合同 / 115
- 案例 92 销售人员见“眉”行事，顾客愉快提车 / 116
- 案例 93 客户用手掩嘴巴，经理敏锐察觉，识破客户谎言 / 118
- 案例 94 对摸鼻子视而不见，销售人员错失重要客户 / 118
- 案例 95 客户做出起跑者姿势，销售员善解人意，表示告辞 / 120
- 案例 96 销售员用闲话改变客户坐姿，愉悦签单 / 121
- 案例 97 销售员根据客户走路姿势调整谈话策略 / 122
- 案例 98 旅行社销售员抓住客户点头细节，让客户签订合同 / 123
- 案例 99 客户不住点头，销售员推销蚊香无果 / 124
- 案例 100 肥胖客户笑哈哈，爽快购买健身器材 / 126
- 案例 101 销售员看吃相识客户，成功拿下订单 / 128
- 案例 102 客户吃饭狼吞虎咽，销售员做出让步，拿下订单 / 129
- 案例 103 广告销售员靠衣服识顾客，意外获得大订单 / 131
- 案例 104 锁定当家的，销售员一口气售出床上用品 7 件套 / 132
- 案例 105 顾客生气口放连珠炮，销售员静心安抚，成功销售 / 133
- 案例 106 把“专门”改为“正好路过”，客户欣然接纳推销员 / 136
- 案例 107 展示火灾场景，吓得家庭主妇将灭火器抢购一空 / 138
- 案例 108 “螨虫”概念让广大女性消费者纷纷购买新肤螨灵霜 / 138
- 案例 109 线上平台的优惠券为线下交易增收 105 亿 / 140
- 案例 110 世纪联华积分赠品吸引广大市民前来消费 / 140
- 案例 111 珠宝销售员用赞美留住顾客心 / 141
- 案例 112 培训班训练“不和顾客争论”，改变推销员一生 / 142
- 案例 113 单纯欣赏说好话，嫌货才是买卖人 / 143
- 案例 114 销售人员用关心改善经理心情，签单成功 / 145
- 案例 115 击退逆反心理，汽车推销员让老板主动买车 / 146
- 案例 116 增加款式，厂家利用中庸价格提升豆浆机销量 / 148
- 案例 117 传美容经，赠送化妆品，店主让小店门庭若市 / 149
- 案例 118 欲擒故纵，酒商用“禁止观看”吸引路人关注 / 151
- 案例 119 家长谎报孩子年龄，只想进店看童装 / 151
- 案例 120 皇冠牌香烟利用禁烟广告牌吸引烟民，一炮打响 / 152
- 案例 121 不尊重客户的代价——乔·吉拉德得到的失败教训 / 153

- 案例 122 导购员讲解冰箱节约效果，打破夫妻的价格顾忌 / 154
- 案例 123 房地产价格坐地飞升，购房者纷纷购买 / 155
- 案例 124 顾客拼命砍价，低于打折价 700 元买走西服 / 156
- 案例 125 店主痛快让价，顾客害怕被骗，撤回购买决定 / 158
- 案例 126 导购虚高抬价，有限让步换来顾客购买 / 159
- 案例 127 店主太过于主动让步，服装店生意惨淡 / 160
- 案例 128 导购员顺势让顾客做出承诺，顾客无意间购买 / 162
- 案例 129 推销员急中生智，用烟盒做道具，卖出空气净化器 / 164
- 案例 130 部门经理给年轻销售姑娘上了一堂职业仪表课 / 166
- 案例 131 销售见面必说客户姓名，令客户对其印象深刻 / 167
- 案例 132 格兰仕为倒闭停产企业消费者提供维修服务 / 169
- 案例 133 顾客独享花生油赠品，愉快购买电饭锅 / 170
- 案例 134 坚持为顾客着想，顾客与之建立长久合作关系 / 171
- 案例 135 李嘉诚自费陪客户孩子看赛马，客户感动下订单 / 173
- 案例 136 推销员幽默解释刺青，让老人家愉快购买放大镜 / 174
- 案例 137 销售员把客户当朋友，重复订单不断 / 176
- 案例 138 销售员电脑没电，在客户面前遭遇尴尬，生意泡汤 / 177
- 案例 139 高级餐厅坚持为老先生提供面条，最终回报丰厚 / 179
- 案例 140 总经理耐心倾听顾客投诉，顾客对公司好感倍增 / 180
- 案例 141 挤压同行，结果背道而驰，采购员偏偏与之订单 / 182
- 案例 142 激将法产奇效，部门经理被说服，购买最新式电脑 / 185
- 案例 143 销售员细分差额，为客户描绘机器带来的巨大“钱景” / 187
- 案例 144 销售员得寸进尺，一步步扩大顾客的购买欲望 / 188
- 案例 145 推销员问出拒绝原因，为厂长制定最优保险方案 / 189
- 案例 146 销售人员与顾客轻松聊天，引导顾客购买思路 / 191
- 案例 147 销售员打破顾客疑虑，成功售出最新款连衣裙 / 193
- 案例 148 座椅公司敏锐抓住乔治·伊斯曼的兴趣，拿走九万订单 / 197
- 案例 149 饮料公司为产品换瓶盖，成功吸引孩童和家长眼球 / 201
- 案例 150 红木家具行业开启私人定制模式，备受年轻人青睐 / 203
- 案例 151 电器公司细心观察，推出大受欢迎的去异味刷子 / 209
- 案例 152 推销员询问客户意见，成功定下约见时间 / 216