

口袋里的
心理学

李飞◎编著

心理 学 顾客



心理 愿望 学客

李飞◎编著



图书在版编目(CIP)数据

顾客心理学 / 李飞编著. —北京: 现代出版社,
2018.1

ISBN 978-7-5143-6805-5

I. ①焦… II. ①李… III. ①商业心理学 IV.
①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)011500号

顾客心理学

编 者 李 飞

责任编辑 李 鹏

出版发行 现代出版社

通信地址 北京市安定门外安华里504号

邮政编码 100011

电 话 010-64267325 64245264 (兼传真)

网 址 www.1980xd.com

电子邮箱 xiandai@vip.sina.com

印 刷 福州凯达印务有限公司

字 数 185千字

开 本 880mm × 1230mm 1/32

印 张 8

版 次 2018年4月第1版 2018年4月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5143-6805-5

定 价 35.00元

版权所有, 翻印必究; 未经许可, 不得转载

前言

一个合格而专业的销售员，如果想要提高自己的营业额，就必须学会站在顾客的角度去思考问题。要研究顾客真正的需求是什么，要知道如何才能留得住顾客……但是，很少有销售员能够真正领悟其中的奥秘，他们往往喜欢站在自己的立场上思考问题，而不会像一个顾客那样思考问题。

其实这很简单，顾客在成交过程中会产生一系列复杂而微妙的心理活动，这些心理活动的变化直接影响商品成交的数量、价格等问题，甚至是如何与你成交、什么时候付款、订购什么样的货品、以哪种方式支付等。因此，聪明的销售员总是善于抓住顾客的心理动态，从而提高成交率。优秀的销售员都懂得对顾客的心理进行分析。

顾客的购买行为是一个动态和互动的过程，而不是一成不变的，顾客也会随着销售员的变化而变化，其购买决策的有效性会随着他的消费心理而改变。销售员要针对不同的顾客采取不同的对应措施，更好地说服顾客，并且激发顾客的潜在购买欲望。

作为一名合格的销售员，一定要了解顾客在想什么，在与顾

客交谈之初，就应该能判断顾客心理处于哪个阶段，感应到顾客对哪款产品感兴趣、会不会购买、什么时候购买。如果对顾客的心理把握存在失控而出现环节上的失误，那么就很难进行下一阶段。

本书通过“顾客的心理期待，是消费的明确指向”“顾客的小习惯，是消费的大机遇”“顾客的肢体行为，是在暗示心理信息”“顾客的情感软肋，是销售的攻击点”“顾客爱听的话，正是消费的最好引导”“顾客的不同背景，造就了不同的消费行为”“顾客的心理依从，建立在对价值的信服上”“顾客提出异议，往往是在暗示新的消费点”“顾客也会玩诡计，商家更要懂心理学”“顾客是商家的好搭档，共赢才是最好效果”这十章内容从各个角度来阐述顾客在消费过程中的心理活动以及销售员的应对方式。

好的销售员善于学习和研究，时代在进步，消费者在进步，销售员更应适应时代的发展，随时应对多变的市场。

目录

第一章 顾客的心理期待，是消费的明确指向

微笑服务，给顾客以VIP待遇 / 2

只卖顾客感兴趣的东西 / 5

顾客购买的需求不只是产品 / 10

好的包装可以打动顾客的第一次 / 15

真情实意可以赢得顾客的青睐 / 20

暗地里的优惠更能满足顾客“占便宜”的心理 / 24

第二章 顾客的小习惯，是消费的大机遇

真正消费的顾客都喜欢免费 / 30

用音乐营造舒适的购物环境 / 33

大部分顾客都有很轻的占有欲 / 36

刺激顾客的购买欲望 / 39

第三章 顾客的肢体行为，是在暗示心理信息

顾客的衣着已经告诉你一切 / 44

从坐姿、走姿判断顾客心理活动 / 48

读懂顾客的眉语 / 53

饮食习惯折射出个性 / 58

吸烟姿势不同，性格特点不同 / 63

从微表情摸准顾客的内心写照 / 67

头部动作反映出内心的秘密 / 72

第四章 顾客的情感软肋，是销售的攻击点

能说到顾客心坎里就能事半功倍 / 78

不同的人群消费观也不同 / 83

赞美的话总能打动人 / 90

抓住顾客需求点进行销售 / 96

互惠互利是人之常情 / 102

第五章 顾客爱听的话，正是消费的最好引导

适当的恭维让顾客享受心理上的满足 / 108

抓住顾客的心理软肋，对症下药 / 112

对不同的顾客要区别对待 / 115

顾客喜欢那些为他们着想的销售员 / 118

顾客总把自己当上帝 / 123

第六章 顾客的不同背景，造就了不同的消费行为

顾客的消费心理决定了消费行为 / 128

顾客往往会很计较购物环境的好坏 / 134

不同年龄的顾客购买心理也不同 / 142

职业不同消费心理不同 / 152

文化不同消费心理不同 / 156

第七章 顾客的心理依从，建立在对价值的信服上

利用现代人的怀旧心理 / 164

每一个顾客都会盲目从众 / 167

每个人都想跟上大众的脚步 / 170

我的地盘我做主 / 177

免费的午餐人人都想要 / 184

第八章 顾客提出异议，往往是在暗示新的消费点

根据顾客的声音把握商机 / 190

解读顾客的潜台词 / 195

顾客的拒绝或有更深的理由 / 202

没有遭受过拒绝的销售员不是好销售员 / 210

第九章 顾客也会玩诡计，商家更要懂心理学

对顾客要学会欲擒故纵 / 216

每一名顾客都有特殊眼色 / 220

顾客口中的俏皮话可能是真话 / 225

消除顾客的上当受骗心理 / 229

第十章 顾客是商家的好搭档，共赢才是最好效果

请把顾客的姓名放心中 / 234

顾客其实喜欢消费时的“饥饿感” / 237

对待顾客要投其所好 / 241

学会制造成交的关键点 / 243

**CU
STO
MER**

第一章
顾客的心理期待，是消费的明确指向

微笑服务，给顾客以VIP待遇

从古至今，微笑一般都是示意友好的信号，不论是大人还是孩子，汉族还是少数民族，中国人还是外国人。微笑是一种很神奇的表情，它能让人心情愉悦，能建立人与人之间的信任感，让人敞开心扉。

几乎每一种行业都需要微笑服务，而作为销售员，微笑更是不可或缺的。甜美的笑脸可以融化人的内心，使人感到无比温暖。对于顾客而言，微笑服务无比重要，笑脸可以给顾客一种宾至如归的感受，就算顾客没有意愿购买你的产品，你也可以赢得顾客的好感。

曾经看到这样一则故事：全美国最成功的保险销售人士之一的富兰克林·贝特格，他曾是棒球队的一名队员，退役之后从事保险销售，他通过自己多年来的发现，积累出一个经验：“一个面带微笑的人永远非常受欢迎。”于是，在他销售保险前，总是会让自己冷静片刻，调整自己的状态，使自己面带微笑之后才会走到顾客面前进行推销，这种简单的微

笑销售技巧，对他成为全美国最成功的保险销售人士有着很大的影响。

由此可见，微笑的力量相当强大。你用微笑去面对别人，别人必定不会恶语相向。所以，作为一名销售员，千万不要吝啬你的微笑，要练就微笑的本领，养成微笑的习惯，平时就可以不断练习微笑，掌握微笑的基本要领，这样一来，对待顾客微笑服务时就不会是虚假的笑容，而是最真诚、最由衷、最自然的笑容了。

在销售的过程中，微笑服务的必要性不言而喻，微笑固然重要，服务也不可或缺。购买行为产生过程中，顾客购买的不单单只是你的产品，更多的是服务。你需要了解到：大部分人都希望享受VIP的待遇，大部分人都愿意听赞美的话语，大部分人都存在虚荣心的心理。我曾经听到过周围的销售员各种各样的抱怨，为什么介绍了这么久顾客仍然不买单？为什么这么好的产品他还是有这么多的借口拒绝购买？其实这个问题不难解答，就是因为你对顾客的服务不到位。

对于顾客而言，产品到处都有，我没有必要一定在你这里购买，服务态度不好，我也可以到另外一个服务周到的地方去购买，所以说，顾客购买行为产生的过程中，他要购买的，不单单只是你的产品，还有你的服务。如果你接待顾客的时候真的可以做到微笑面对、真诚服务，那么顾客一定会

信任你、喜欢你，这说明你对待他表现出了你友好、真诚的态度。相反，如果顾客一味地犹豫不决，也可以表明顾客不够信任你，所以也理所应当不会购买你的产品了。

顾客就是上帝，每个人都希望享受VIP待遇。VIP，则是英语单词“Very Important Person”，翻译成中文就是“非常重要的人”，我们在平时经常可以看到一些商场的商家推出“VIP折扣”“VIP套餐”等一系列优惠活动，只要成为商家的VIP会员，就能享受到VIP待遇，类似免费停车、第二件商品半价、免费体验最新产品……其实不难看出，这是商家的一种经营策略，但是，往往大部分人明明知道这是商家的一种促销手段，还是会积极地成为商家的VIP会员，这个时候，顾客为了成为高级会员并不是单纯地为了折扣与优惠了，一部分也是为了打造自己的面子工程，成为VIP不知不觉中已经成为一种身份和地位的象征。

王小姐经常去一家高级养生美容会所消费，会所的经理便向王小姐推荐了办理VIP高级会员卡的项目。由于个人需要，经常过来消费的王小姐觉得会员卡的项目也很优惠，于是，便马上办理了会员卡。

一天，王小姐邀请几个闺蜜一起来到这家高级美容会所消费，做完一整套的美容美体项目之后，王小姐便到前台结账。结账前她出示了自己新办理的会员卡，服务员看到卡上签了老板的名字，对王小姐的服务态度更是热情了起来，不

仅当天的美容美体套餐打了八折，连闺蜜们顺便买下的护肤品也打了不小的折扣，这一套折扣下来着实让王小姐省了不少钱，这也让王小姐觉得自己在闺蜜们面前非常有面子。

人多多少少都存在虚荣心，你能成为店家的高级会员，就证明你有相当的消费能力，你有VIP卡，就说明你就是上帝，谁不想当上帝呢？据街头调查，有一部分人办理高级会员卡的目的就是为了满足自己的虚荣心，其次就是因为攀比心态而办理了会员卡，另一部分人是为了商家所谓的优惠而办理会员卡。所以现在很多商家都推出了办理会员卡的服务项目，这就做到了吸引顾客的同时给顾客带来优惠。现在不难看出，销售成功与否，就看你有没有真正地把顾客当上帝一样对待了。

只卖顾客感兴趣的东西

不仅仅产品的包装能吸引顾客，产品的商标、产品的名字、产品的位置都能起到吸引顾客的作用，使顾客对其注目，从而产生兴趣。

俗话说，兴趣是人类最好的老师，那么作为销售员，找到顾客的兴趣所在就等于找到了销售成功的秘诀了，当你找到了顾客的兴趣所在，就能瞬间建立起共同话题，有了共同话题后便能缩短你们之间的距离，从而使顾客对你产生好感与信任感。心理学研究表明，情感会引导行动，积极向上的情感可以带动人们产生理解与包容的行为效果；反之，悲观消极的情感则会带来拒绝与排斥。找到顾客的兴趣，建立起你们之间的共同话题，迎合着顾客的兴趣喜好，那么，销售成功也就是信手拈来的事情了。

曾看到这样一则销售案例：销售员小李在一家家具城里负责销售高端限量级的两款家具，这天，钱先生准备购买新房子所需要的家具，便逛到了小李所负责的区域内，钱先生一边看一边咨询着小李。此时，小李想要销售的是 A 款家具，在向钱先生介绍的同时，小李说道：“您可以多看看，但是这个 A 款的家具前两天已经被一对新婚夫妇预订了，所以，你可以再看看我们这边的 B 款家具。”

小李这样说过之后，那么这位钱先生必定会产生这样一种心理效应：“A 款家具肯定是比 B 款家具好。”在这样的心理效应促使下，钱先生会更加心仪已经预订出去的 A 款家具，只怪自己来得不及时，只能带着遗憾离开了。

过了几日后，小李主动给前两天来看家具的钱先生打了

电话，并告诉钱先生一个令人兴奋的消息：“钱先生，你真的是太幸运了，还记得前两天你看上的那款家具吗，当时我告诉您已经被一对新婚夫妇预订的那款，现在您可以买到您喜欢的这款家具了。那对新婚夫妇因为资金问题取消了预订，我记得您当时只看中了这一款，想必您也是非常喜欢，所以我就给您留了下来，您看您还需要吗？”

钱先生接到销售员小李这样的电话后也是非常激动，这次一定不能错过了，于是便在第一时间找到小李，买下了他心仪已久也是小李想销售的那款家具。小李之所以能成功地将自己想要销售的家具销售出去，就是因为他巧妙地吸引到了顾客的注意力，使顾客对其产品产生了极大的兴趣，从而产生了强烈的购买欲望。所以，一个优秀的销售员一定要懂得如何调动顾客的兴趣，善于激发出顾客的购买欲望。

销售过程中我们可以适当采用一些心理战术，“投其所好”就算其中的一种攻心术。投其所好的目的就是要让顾客对你的印象和态度发生变化，对你所销售的产品产生兴趣，从而最大限度地引导顾客产生购买行为。那么，我们怎样才能真正地做到投其所好呢？

第一步我们要做的就是积极地去发现顾客自身的优点。销售的过程好比一场谈判，要有一定的战略技巧，掌握一定的谈话技巧与心理透视的能力，在销售的谈判中，销售员与