

影响你一生的
销售心理学

读懂客户的心，轻松拿订单

一本书 读懂

销售心理学

成功的销售员往往不是因为聪明，而是因为他精通销售心理学！
快速成交的销售心理学，让客户无法拒绝你

销售就是心与心的较量！销售就是一场有准备的心理战！
销售人员要想提高业绩，就需要成为这场心理战的赢家。你现在准备好了吗？

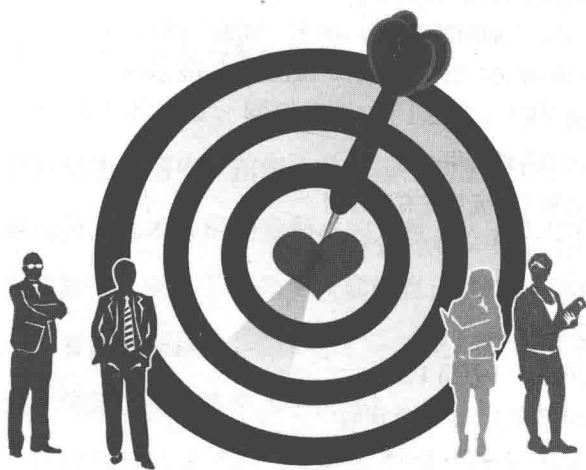
潘鸿生◎编著



北京工业大学出版社

一本书读懂 销售心理学

潘鸿生◎编著



北京工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

一本书读懂销售心理学 / 潘鸿生编著. —北京: 北京工业大学出版社, 2017.1

ISBN 978-7-5639-5026-3

I. ①一… II. ①潘… 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 (2016) 第 279130 号

一本书读懂销售心理学

编 著: 潘鸿生

责任编辑: 贺 帆

封面设计: 清水设计工作室

出版发行: 北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园 100 号 邮编: 100124)

010-67391722 (传真) bgdcbs@sina.com

出 版 人: 郝 勇

经销单位: 全国各地新华书店

承印单位: 北京天正元印务有限公司

开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张: 18

字 数: 208 千字

版 次: 2017 年 1 月第 1 版

印 次: 2017 年 1 月第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978-7-5639-5026-3

定 价: 29.80 元

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题, 请寄本社发行部调换 010-67391106)

前 言

销售界流传一句名言：“成功的销售员一定是一个伟大的心理学家。”一个成功的销售员往往不是因为有一副三寸不烂之舌，而是因为他精通销售心理学。销售人员在业内的地位怎样，能取得什么样的业绩，在很大程度上取决于他对客户与客户心理的掌控能力。

销售是一项伟大的事业，同时也是一门艺术，更是一场心理战争。在这个没有硝烟的销售战场中，销售人员可运用的战术变幻无常，但“心理战术”却是隐藏在所有战术背后的最根本的力量。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。

为什么一个看起来稳操胜券的单子，一夜之间就被竞争对手夺走了？

为什么无论你怎么说，客户都不买账？

为什么先期都沟通得很顺畅，一到要成交时就会遭到拒绝？

为什么无论你怎样一再保证，客户始终对你持怀疑态度？

为什么客户会被你说服，是什么样的原因使客户改变了自己先前的看



法，进而做出有益于你的决定？

.....

事实上，每个销售人员从一开始找到客户到完成交易，他所需要的不仅是细致的安排和周密的计划，还需要和客户进行心理上的交战，从这个角度来看，销售不仅仅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，更需要销售人员对心理学的掌握与利用，学会洞悉他人的心理，然后对症下药，如此才能更好地提升销售业绩。

美国销售大师甘道夫博士有一句名言：“销售是98%的了解人性+2%的产品知识。”由此可以看出，销售人员要想提升销售能力和销售业绩，就要上兵伐谋，攻心为上。

销售，不是简单地把商品推销给客户，而是一场心理博弈战，谁能牢牢掌握住客户的心理，谁就能在销售战中脱颖而出，成为最后的王者。所以，如果你想提升销售业绩，就一定要真正明白心理学对销售的重要性。如果你想钓到鱼，就得像鱼那样思考。如果你想成功，就要先做客户的知心人，再做赚钱的生意人！

销售首先需要考虑的不是赚取金钱，而是获得人心。不懂心理学就做不好销售。本书以心理学知识作为理论基础，汇集了大量相关的销售实战案例。书中所讲的销售策略可以帮助销售人员迅速提升销售业绩，解除和客户之间的隔阂，消除客户的心理防线，拉近与客户之间的心理距离，赢得客户的信任；帮助销售人员在销售过程中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，最终赢得客户的信赖，达成合作。

目 录

第一章 销售拼的就是心态

——销售事业如此艰难，你要内心强大

只要内心充满自信，你就会赢得客户	003
心态保持好，销售没烦恼	006
勇往直前，不怕客户的拒绝	010
自我激励，冲出销售低谷	015
克服恐惧，拿出勇气面对困难	019
坚持不懈，不达销售目的决不罢休	024
正视失败，在挫折中提升自己	028
保持进取之心，成就销售梦想	033



第二章 销售是心与心的较量

——了解客户心理，寻找客户需求点

针对不同年龄客户，迎合其购买心理	041
针对不同性别客户，迎合其购买心理	046
满足人性需求，每个客户都需要赞美	050
有的放矢，了解客户的购买动机	056
打探客户需求，掌控客户的心理	062
投其所好，区分对待不同性格的客户	064

第三章 破译客户的身体语言密码

——读懂客户话语背后的心理潜台词

丈量客户的心理距离	071
透过眼睛读懂客户的内心	074
察言观色，摸清客户的意图	078
言为心声，听客户说话可知其性情	081
从吃喝中判断客户的性格	085
及时捕捉客户的购买信号	090

第四章 打开客户的心扉

——迅速拉近与客户的心理距离

- 让微笑永远挂在脸上 099
- 帮助客户成功，你也就成功了 103
- “欢迎”客户的抱怨并妥善处理 106
- 人无完人，尽量包容你的客户 112
- 记住客户的名字，赢得客户好感 115
- 注入情感，捕获客户的“芳心” 120
- 以诚待人，营造吸引客户的“强磁场” 123
- 提高亲和力，让客户喜欢你 126
- 好的开场白，从一开始就打动人心 130

第五章 销售攻心术

——投其所好才能赢得客户认可

- 语言通俗易懂，让客户听得清楚明白 137
- 闭上嘴巴，有时听比说更重要 141
- 投其所好：最有效的销售攻势 145



化解客户异议，扫清成交障碍	149
换个说法，将意见变成建议	154
巧用心理暗示，改变客户想法	157
为客户着想，站在客户的角度看问题	161

第六章 成功销售的心理学定律

——你能主宰的，永远大过你想象的

交际氛围定律：小幽默能调节气氛	169
杜利奥定律：只要热情在，业绩不会坏	171
250 定律：口碑宣传比推销更有效果	177
二八定律：80%的订单来自于 20%的客户	180
贝纳定律：只有占领头脑，才会占有市场	183
哈默定律：天下没有做不成的生意，只有不会做生意的人 ..	186
跨栏定律：为自己确立一个较高的销售目标	190
重复定律：一句话多说几次就是广告	195

第七章 成功销售的心理效应

——他山之石，可以攻玉

- 攀比效应：用同类人做比较，激发客户的攀比心理 203
- 稀缺效应：越是稀少的东西，人们越是想得到 205
- 登门槛效应：销售就是要得寸进尺 210
- 首因效应：给客户留下美好的第一印象 213
- 从众效应：激发客户的购买欲望 217
- 权威效应：客户往往喜欢跟着“行家”走 221
- 禁果效应：你越不想卖，客户越想买 224
- 凡勃伦效应：有时昂贵的商品更具有吸引力 229
- 留面子效应：让客户心甘情愿地“上当” 232
- 焦点效应：你的重视价值无限 235

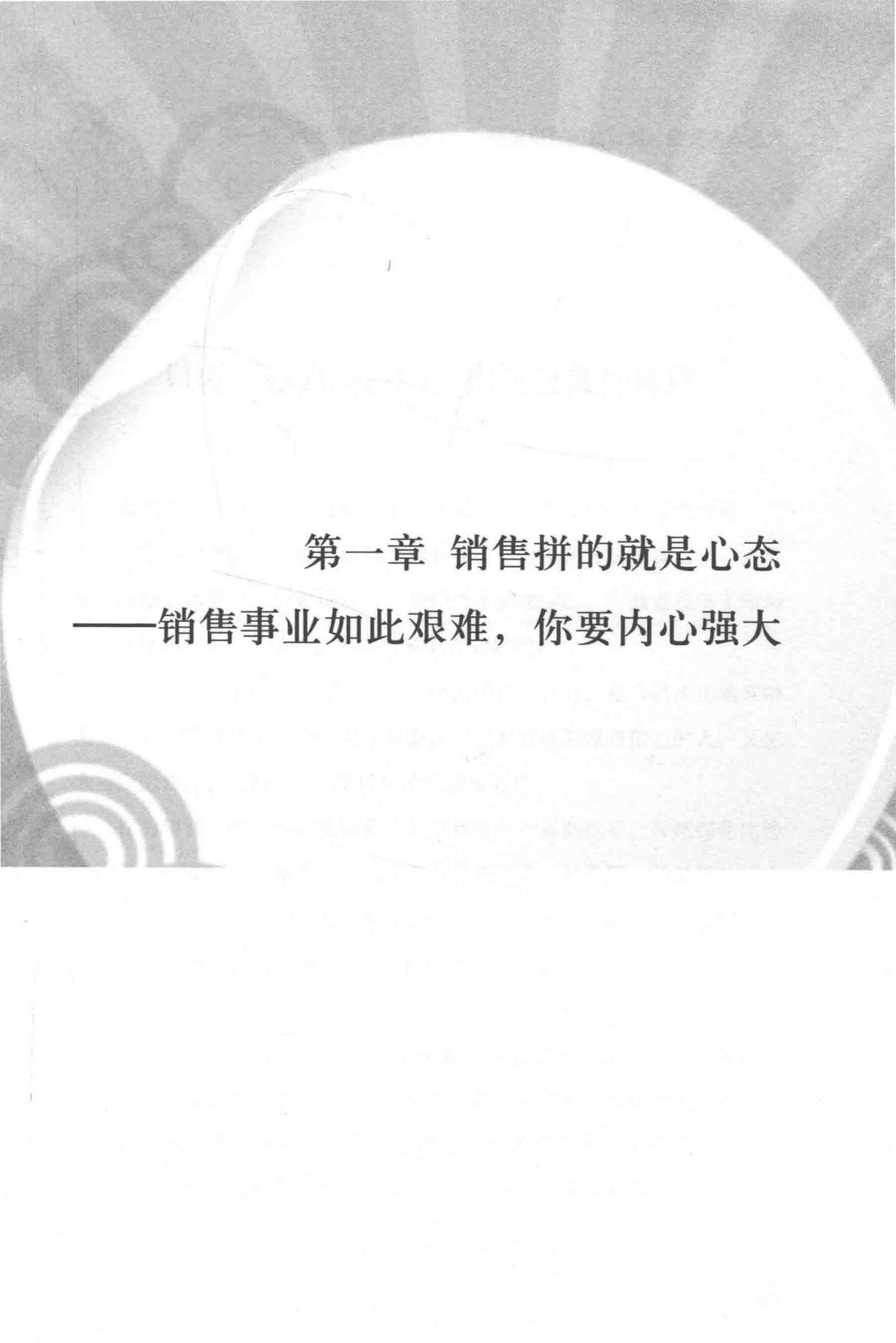
第八章 影响销售的心理误区

——聪明过了头，就会被聪明误

- 热情过度，只会吓跑客户 243
- 管住自己的嘴，不要随便乱说话 246
- 把握尺度，别让赞美走了调 250



与客户争辩，没好果子吃	255
不要急于成交，应给客户讨价还价的机会	259
以貌取人，可能会判断失误	262
贬低对手产品，难得客户信赖	265
注重服务，销售不是“一锤子买卖”	268
少谈论自己，多给客户说话的机会	271



第一章 销售拼的就是心态
——销售事业如此艰难，你要内心强大

只要内心充满自信，你就会赢得客户

在销售业内有一句流行语，是这么说的：“四流的销售员卖价格，三流的销售员卖产品，二流的销售员卖服务，一流的销售员卖自己。”世界华人激励大师陈安之也曾说过：“卖产品不如卖自己。”这也道出了作为一个合格销售人员应该达到的目标和具有的素质。

销售员销售的第一产品是什么？就是销售员自己。把自己成功地推销出去，销售就成功了一半。很难想象，一个对自己都没有信心的人，又怎么可以把自己、把公司的产品成功地销售给客户。

作为销售人员，你要能够看到公司和自己产品的优势，并把那些优势熟记于心。要和对手竞争，你就要有自己的优势，就要用一种必胜的信念去面对客户和消费者。因为你不仅仅是在销售商品，同时，你也是在销售你自己，客户只有先接受了你，才会接受你的商品。

有一位卖地板清洁剂的销售代表到一家饭店去销售，刚一推开经理室的门，发现先一步已有一家公司的销售代表正在销售地板清洁剂，而且经理已表示要购买。后进来的销售代表凑过去看了看说：“经理，我也是销售地板清洁剂的，不过我的产品质量比他的好！”



后到的销售代表将自己销售的清洁剂往地上一泼，擦了两下说：“你来看！”地上变得干干净净的，先进来的销售员呆了，不知道如何去应对。饭店经理看了后对先来的销售员说：“你以后别来了，我要这家了。”可见，在销售的竞争中，谁有信心，谁就能赢得机会。

一个没有自信的人，干什么事都不容易成功。自信是成功的先决条件。销售人员只有对自己充满自信，在客户面前才会表现得落落大方、胸有成竹，才会感染、征服客户。

某小印刷公司推行扩大销售计划，每半年雇用一名销售员，新雇用的销售员必须先学习商品知识和销售技巧，然后跟着销售主管现场实习，最后才能得到该公司经理接见的机会，当经理对他讲一些带有鼓励性的话时，他就等于领到了“销售的毕业证书”。

有一年，该公司雇用了一个不成熟而且缺乏信心的年轻销售员，这位销售员在经过前两个阶段的学习后，对自己能否胜任工作一点儿也没有把握，他正担心经理不发给他“毕业证书”呢。

可是，那位经理在对他讲了“你能干好的”之类的鼓励性的话后，说道：

“喂，你听着，我要把我想要做的事告诉你：我打算让你到街对面的‘绝对可靠的预计客户’的住处去销售，以往我也总是把新来的销售员派到那里去销售。理由很简单，因为那个老头是个买主，什么时候都买我们的东西。但是，我要预先警告你，他是一个厚脸皮、令人讨厌、爱吵嘴而且满口粗话的人。你如果去见他，他只是叫嚷一

阵而已，实际上他是不会吃你的。所以，无论他说什么，你都不要介意。作为我来说，希望你默不作声地听着，然后说‘是的，先生，我明白了。我带来了本市最好的印刷业务的商谈说明，我想这个说明对你来说，也一定是想要得到的东西’。总而言之，他说什么都没关系，要坚持你的立场，然后反过来讲你要说的话。可不要忘记啊，他在什么时候都会向我们的销售员订货的。”

这位被打足了气的年轻销售员随即冲过大街叫开门进入屋里，报了自己公司的名字。在头五分钟里，他没有机会讲上一句话。因为那老头不停地给他讲一些无关紧要的事情，一会儿教他某种菜的吃法，一会儿又教他一些莫名其妙的英语词汇。好在这位销售员事先得到过警告，他耐心地等待暴风雨过去。最后他说：“是的，先生，我明白了。那么，这是本市最好的印刷业务的商谈说明，这样的商谈说明，当然是您想要得到的东西。”这样一进一退的进攻和防御大约持续了半个小时。最后，那个年轻的销售员终于得到了该印刷公司从未有过的最大的订单。

当他喜滋滋地把订单交给经理时，他说：“您说的关于那位老人的话没错。他是一个令人讨厌、爱吵嘴、满口粗话的人。可是我要对那位可爱的老人说稍微不同的话：他真是个好买主！这是我在公司任职以来获得的最大的一笔订单呀。”

经理看了一下订单，满脸惊讶地说：“喂，你搞错人了吧？那个老头，在我们遇到的对手中，是最吝啬、最讨厌、最好吵架，而且是最爱说粗话的人！我们这15年来总想让他买点儿什么东西，可是那个老头连1元钱的东西也没有买，总之，他从来没从我们这儿买过一件



东西。”

销售是与人打交道的工作。在销售过程中，销售人员要与形形色色的人打交道，这些人有的财大气粗、权位显赫，也有的博学多才、经验丰富。销售人员要与在某些方面胜过自己的人打交道，并且要能够说服他们，赢得他们的信任和欣赏，就必须坚信自己的能力，相信自己能够说服他们，然后信心百倍地去敲他们的门。如果销售人员缺乏自信，害怕与他们打交道，胆怯了，退却了，最终会一无所获。

总之，自信是成功的先决条件。销售人员只有对自己充满自信，在客户面前才会表现得落落大方、胸有成竹，你的自信才会感染、征服客户，客户对你销售的产品才会充满信任。所以销售人员要不断调整自己的心态，让自己时刻充满自信，迎接随时可能面对的挑战。

心态保持好，销售没烦恼

在日常工作中，很多销售人员总是显得对销售技巧的提高特别有兴致，他们存在着一种错误的观念，认为销售是一件凭技巧取胜的工作。而实际上，技巧只是一个方面，销售业绩的提升在很大程度上是由心态决定的。