

★★★★★
读人先读心
心理丛书

五星级畅销书

每天学一点 销售心理学

LEARN A LITTLE SALES PSYCHOLOGY EVERYDAY

销售就是要搞定人

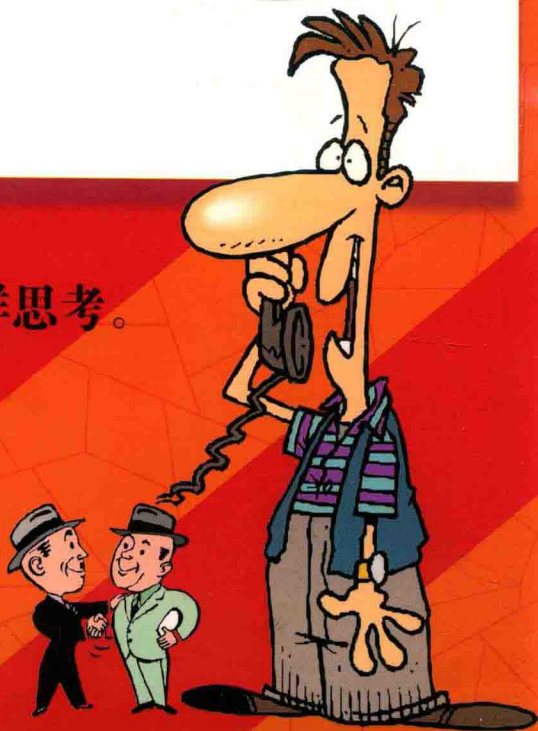
销售就是一场心理暗战，只有了解了顾客需求，掌握对方的心理活动，才能捕捉到成交机会，成功推销。

墨墨◎编著

想钓到鱼，就得像鱼那样思考。

成功的销售员并不一定最会说话，但他一定懂得先把自己当成顾客。

“早一日看到，少奋斗十年”的销售红宝书。
融合销售策略和心理技巧为一体，展示销售的决胜技巧和人生的取胜之道。



延边大学出版社

每天学一点 销售心理学

LEARN A LITTLE SALES PSYCHOLOGY EVERYDAY

墨墨◎编著



延边大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

每天学一点销售心理学 / 墨墨编著. —延吉:延边大学出版社, 2012.1
ISBN 978-7-5634-4456-4

I. ①每… II. ①墨… 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(2011)第 212642 号

每天学一点销售心理学

编著: 墨墨

责任编辑: 贾锐

出版发行: 延边大学出版社

社址: 吉林省延吉市公园路 977 号 邮编: 133002

网址: <http://www.ydcbs.com>

E-mail: ydcbs@ydcbs.com

电话: 0433-2732435

传真: 0433-2732434

发行部电话: 0433-2133001

传真: 0433-2733266

印刷: 北京市集惠印刷有限责任公司

开本: 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印张: 17 字数: 220 千字

版次: 2012 年 1 月第 1 版

印次: 2012 年 1 月第 1 次

ISBN 978-7-5634-4456-4

定价: 29.80 元

前言 Preface

有人费尽唇舌却仍然得不到客户的青睐，有人不费吹灰之力就能签下巨额订单；有人用尽心机却仍然被拒之门外，有人略施小计就能游刃有余。在现实生活中不难发现，最成功的推销员往往不是最努力的推销员，最努力的推销员未必就是成功的推销员，因为在这一充满残酷竞争的领域中，“老黄牛”式的辛勤耕耘并不受推崇，依靠智慧与技巧来赢取客户的青睐才能最大限度地增加成功的筹码。

销售是一场交易双方智力与心理的较量，每个成功的推销员都是一名足智多谋的心理专家，他们往往能够通过顾客的一句话、一个动作、一个表情甚至一个眼神窥探其内心的想法，进而采取有效的进攻策略，掌握谈判的主动权。知己知彼方能百战百胜，在不了解对方内心需求及其心理变化的前提下盲目地采取推销策略是不明智的，因为销售策略要因人而异、因情而变，能够根据谈判对象的心理特征随机应变，灵活调整推销策略才是最好的选择。

不难想象，在销售领域中，占据失败名额的往往是那些不善于推敲、揣测对方心思的推销员。一项针对推销员推销方式对成功率影响的调查表明，符合消费者心理需求的推销方式能使销售的成功率高达 60%；而忽略消费者的实际情况，只采用惯用的推销方式时，销售的成功率还不到 20%。

40%的差距从何而来？天壤之别的薪金待遇从何而来？为什么有人的销售工作能够如鱼得水，而有人却费尽周折？为什么有人能够顺利打开谈判局面，而有人却往往会吃闭门羹？

正确的方向是成功抵达目标的前提，在竞争如此激烈的今天，一个不懂心理学的推销员只能误打误撞，盲目地游弋在商海中。销售的最终目的并不是将产品卖出去，而是把客户引进来，即了解顾客的需求心理，发掘其潜在的购买需求，进而激发其购买欲望，从而形成一种稳定的交易关

系。如果忽视消费者仅把推销产品作为销售活动的终点，那么稳定的客户群、源源不断的利润都将无从谈起。

在推销界有一句名言：成功的推销员一定是个伟大的心理学家。推销既是一种技巧性很高的艺术，又是一种高超的技能。推销员从找到一个客户到完成交易，需要的不只是细致的安排和周密的计划，更需要和客户进行心理上的交战，所以，推销员必须懂得客户的心理。

每个钓鱼的人都知道，在去钓鱼之前要有一些准备：带上渔具和其他用品，其中最主要的就是鱼饵。鱼饵多种多样：小虫子、活虾、蚯蚓，还有嫩玉米粒和面团。鱼饵之所以分这么多种类，是因为每种鱼爱吃的鱼饵不一样，鱼都有自己喜欢的食物。由此可以得出：如果想钓鱼，你就得站在鱼的角度上思考它喜欢吃什么。

同理，作为一个推销员，你想“钓”到客户，就要站在客户的角度想问题，明白客户心里到底在想什么，这样你才能更好地提升业绩。不要盲目地认为自己的产品好，客户就应该买，你应该考虑的是：

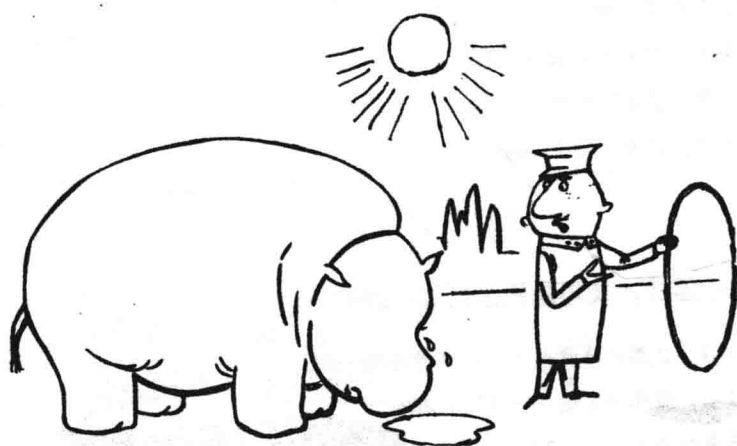
客户为什么会购买你的产品，购买背后的原因是什么。

客户出于怎样的心理购买你的产品。

如果客户决定购买了，购买过程中他想得到什么。

旧式的推销方法已经过时了，新一代的推销员必须要有新的理念和新的技巧。不要觉得研究客户的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，比你费尽口舌却不讨好的推销方法有效得多。只有掌握了客户的心理，你才能在迅速发展的市场中占有一席之地。

认清客户心理，用不同的推销方式推销，会使你的业绩提高得更快。那么在你推销的道路上，怎样才能看懂客户的心理呢？本书正是为所有期待掌握客户心理、引导客户消费的推销人员而作，并通过生动的语言和例子，讲述了行之有效的推销方法，尤其适用于需要和客户面对面沟通的销售人员，相信此书能够为你带来意想不到的成功。



目录 contents

第一章

打赢心理暗战，一眼看透顾客心—1

你的微笑就是顾客的需要—2

客户需要恰当恭维—4

保护顾客的“面子”很重要—6

顾客都想做“VIP”—8

恰当地使用“证人”—11

制造假想敌是一种策略—13

卖给客户他想要的—15

将你销售的变成客户需要的—16

适时地传达“我不卖”—18

客户都有“上帝”的心理—19

填补客户的“安全感”—22

永远不要以拒绝为答案—24

你要学会适时地“威胁”客户—25

懂得运用新颖独特的开场白—27

抓住要害是吸引客户的关键—29

第二章

消除顾客疑虑，突破客户心理防线—31

帮犹豫的客户消除怀疑—32

诚信，让你的推销之路走得更远—34

先推销观念，再推销产品—36

- 比商品更重要的是人性—38
- 清楚了解客户的需要—41
- 如何让客户信任你—44
- 客户肢体语言中透露的情绪—47
- 平常心，要保持下去—49
- 要让客户感到物有所值—51
- 巧妙促使客户早做决定—54

第三章

学习情感销售，用心赢得顾客心—57

- 用人格魅力去征服顾客—58
- 对待消费者要一视同仁—60
- 尊重是服从的前提—63
- 舍得是“赢销”之道—66
- 赚客户情感的钱—68
- 小客户也有大自尊—70
- 学会站在客户的立场上—72
- 让顾客感受到你的亲和力—74
- 为客户省钱才能赚钱—76
- 强行推销等于赶走客户—78

第四章

吸引顾客眼球，卖出“免费午餐”—81

- 免费的午餐连比尔·盖茨都想要—82
- 用客户的负疚感为自己赢单—85

舍出一些小便宜，实现自己的“大便宜”——87

送他人情，在生意上得到收获——90

别出心裁的纪念品，源源不断的回报——92

提供增值服务小点心——94

免费领养，无限大的收益——97

永远多做一点点，积小流成江河——99

第五章

揣摩顾客心理，说他们喜欢听的——101

同顾客沟通，要懂措辞的艺术——102

销售语言，避免词不达意——104

金蝉脱壳的技巧——106

用幽默做盾牌——109

攻心要攻死穴——112

口若悬河不如一语中的——117

在逆境中转危为安——120

最好的自保是“反败为胜”——123

退一步海阔天空——128

第六章

把握人性弱点，赢得销售主动权——131

贪慕虚荣型客户：不遗余力地奉承他——132

求廉求美型客户：失之东隅，收之桑榆——135

亲切随和型客户：得寸进尺——137

吹毛求疵型客户：利用“权威效应”——139

- 标新立异型客户：巧用激将法—141
- 墨守成规的客户：投机取巧—143
- 优柔寡断型客户：学会友善地“威胁”—146
- 精明老练型客户：开诚布公—148
- 唯我独尊型客户：满足他的优越感—151
- 蠢蠢欲动型客户：欲擒故纵—155
- 深藏不露型客户：体贴入微—157

第七章

用心观察细节，点燃顾客购买欲—161

- 为客户的购买能力定位—162
- “上帝”往往不知道自己需要什么—165
- 了解顾客需求，销售因人而异—167
- 将心比心，激发顾客的消费欲—169
- 做个称职的引路人—172
- 与众不同的奥妙—177
- 看懂顾客需要，投其所好—179
- 学会“乘虚而入”—182
- 后知后觉 = 坐以待毙—186
- 巧用顾客的好奇心—188
- 不会下“圈套”，你 OUT 了—190
- 舍得孩子方能套住狼—193

第八章

销售是长线生意，客户是长久情人—197

真正的销售始于售后—198

永远不要过河拆桥—202

出尔反尔，得不偿失—204

退货，是赔还是赚—207

用一颗真心换取一份收获—210

了解“唇亡齿寒”的意义—214

客户的话，请专注倾听—216

第九章

推销是场心理战，技巧是把金钥匙—219

主动示弱：让客户感觉是自己在掌控全局—220

推销技巧：推销必走的“七步”—222

讲好销售故事五步骤—225

销售就像谈恋爱—231

优秀销售懂得和客户打交道—233

做好电话销售的技巧—237

拜访客户时的开场白—241

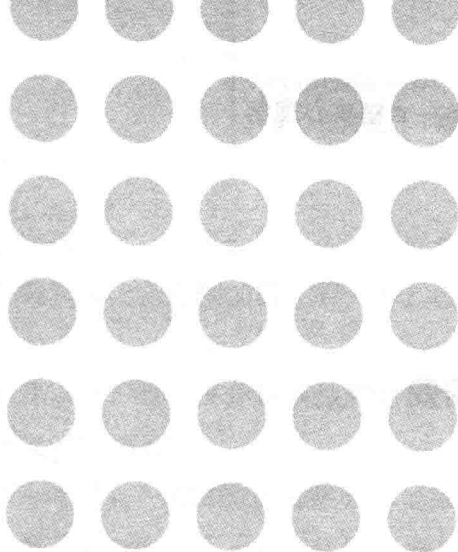
百分百销售十步骤—244

不要给他说“NO”的机会—248

满足顾客的自尊心理—251

最好的计策——将计就计—255

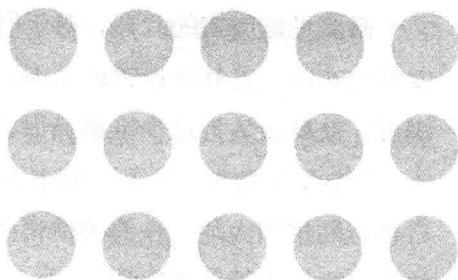
走出你的销售误区—258



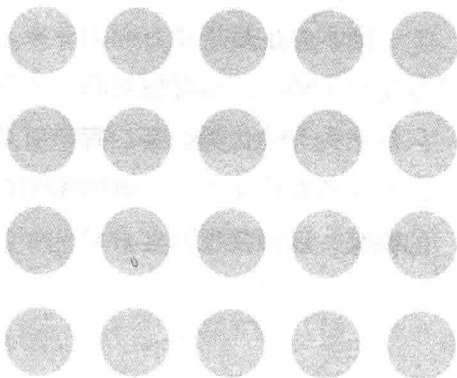
Chapter 1

第一章

打赢心理暗战,一眼看透顾客心



销售人员怎样做才能看透顾客的消费心理呢?这当然是有技巧可言的。聪明的销售人员往往费时不多,就可以将顾客的心理摸个一清二楚,从而顺利地将产品卖给顾客。看透顾客的消费心理,会让销售变得事半功倍。



你的微笑就是顾客的需要

微笑是最厉害的武器，对于所有人来说，满面微笑呈现的是一个友好的态度，尤其在推销活动中，客户如果看见他对面的推销员笑容满面，他就会认为这个推销员很积极，并会对交谈抱有兴趣。

“值百万美金的笑容”的主人公原一平可以称得上是一位极富传奇色彩的推销大师。在他的推销生涯中，屡屡创下销售佳绩，同行业的人很少有人能与之匹敌。

原一平的个头不是很高，年轻的时候他经常因为这个缺陷苦恼不已。苦恼的同时他还抱怨，认为老天对自己不公平。但是事实既定，改变是不可能的事情，抱怨当然也无济于事。

一次偶然的机，原一平所在的保险公司的老总高木金次先生与原一平进行了交谈。

高木先生是推销方面的专家，他和原一平有相同的身体劣势，那就是个头矮小。当时他对原一平说的话是：“身体比例好的人，可能只是个先天的优势，客户容易对其产生好的印象。但个头较小的推销员怎样给客户留下一个好印象呢？最好的方法是保持微笑，发自内心的微笑，以微笑征服客户。”

说完这些话，高本金次先生脸上立刻展现出一股独特的微笑，这股微笑纯真无比，立刻征服了原一平，也让原一平瞬间领悟到了某些东西。

从那以后，原一平开始了微笑的训练，并成为了一个脸上时刻都带着微笑的推销员。

原一平说：“微笑的意义甚大，如果你对客户皱眉头，那么客户给你的将是更深的眉头；如果你给客户一个微笑，客户给你的将是丰厚的回报。”

在一次大型的汽艇展示活动中，很多客户都在参观汽艇模型，而原一平是这次展会中的一个推销员。在这场展会中有一位异国的石油富翁对一艘大船表现出了很大的兴趣，他对那艘船的推销员说：“这艘船多少钱”，那位推销员面对着这个很有实力的客户，面无表情地告知了其价格，富翁虽然对这艘船很感兴趣，但是看着推销员“平静”的脸，他悻悻地走开了。

富翁继续走，当走到下一艘展示船的面前时，对面的推销员脸上挂着灿烂的微笑向他打招呼，推销员脸上一直保持的微笑使得富翁顿时轻松了许多，于是他再次问了一句：“这艘船多少钱？”

“2000万，”推销员仍然带着阳光般的微笑告知了客户船的价格并说道：“请您先参观一下这艘船”。就这么简单，推销员先用微笑打动了客户，然后再推销自己的产品。

石油富翁满意地参观了船之后签下了一张订购单，并且很开心地对推销员说他很喜欢别人时刻微笑的样子，因为别人向他微笑就表示他被人们所喜欢，而他本身很乐意人们喜欢他，在这次展示的人里，只有该推销员让他找到了他被喜欢的感觉，因此，明天他会拿着支票过来。

第二天，富翁遵守约定带着支票过来，推销员的推销取得了成功。

这位用微笑打动客户，把自己成功推销出去，然后又成功推销出

产品的人就是原一平。那次推销，原一平获得了很大的利润，而先前那位没有微笑的推销员却什么也没有得到。

经过数年的积累，原一平总结出了这样一个经验，那就是你的客户需要微笑，客户希望看到推销员是积极的，拥有自信的，只有这样，客户心情才能放松，客户的放松了心情，销购双方的距离才能拉近，此后客户才会与推销员进一步交谈，合作才能成为有可能的事情。

客户需要恰当恭维

每个人都有虚荣心，包括正在购买产品的客户。在推销活动中，如果能恰当地恭维客户，就会让客户产生一种成就感，让他在购买你的产品时有一种骄傲的心理，说不定下次他还会购买你的产品或者引荐他的朋友来光顾你的生意。

当然，恭维话谁都会讲，但是讲恭维话要适度，过度反而会适得其反，恰当地恭维别人，就能博得他人的好感和信任。因此，恭维客户时要注意技巧，可以参照以下两例：

在一位客户的新婚宴会上，新娘长得并不是很好看，腿有一些残疾，脸上还有很多痘痘。

有位推销员到新人面前恭维道：“从来没有见过这么漂亮的新娘，简直找不出一缺点，太完美了。”推销员自以为说得很好，实际上他已经得罪了新娘和客户。

推销员的错误在于恭维得过于虚假，难道新娘不知道自己长什么样吗？更何况，新娘的腿是有残疾的，这还能称得上是完美吗？推销员这样不顾事实地恭维非但没有收到良好的效果，反而有可能引起新

娘或者客户的误解，认为是在讽刺自己。

一位自我感觉良好的老总对个人形象非常看重，觉得自己能力很强，也很优秀。

他经常摆出一幅冷冰冰的面孔，让人感觉很难接近。有一位推销员听说了这位老总的脾气不好后，在与该老总合作时，一见面就说：“汪经理，很早就听别的同事夸您，说您是个很爽快的人，办事特有能力，还很会关照我们这样的人，这次和您合作，实在是倍感荣幸。”听完这句话，那位老总脸上马上露出了笑容，并愉快地接待了这位推销员。

这位推销员的成功之处就在于正确地恭维了那位客户，使那位客户放松了戒备，试想，哪个人会让夸自己的人难堪呢？

心理学家分析得出，每个人都有天生的自卑情绪，这种心理决定了人们或多或少的喜欢别人称赞自己聪敏、有才华、有活力、做事细心等，只要你说出来，人家都是喜欢听的。因此，推销员一定要学会恭维，更重要的是要学会恭维的方法。

在恭维时需要注意两点：

首先，一定要以事实为依据，恭维的内容不能凭空臆想，如果只是拍马屁或者恭维一些无中生有的事情，客户就有可能把你当做“小丑”而不加理睬了。

其次，恭维要适度，恭维的目的是要说出你推销的产品，并把它推销给客户，如果一味地恭维，你的推销也就失去了意义。

面对不同的客户，恭维的内容也是不同的。对于男客户来说，他们普遍比较在乎自己的能力以及取得的功名等，因此，在恭维男性时，要在这些方面予以赞美。

而女性与男性不同，大多数女性比较在意自己的容貌，穿着以及身边的伴侣等，因此，与女性客户相处时，恭维重点应该放在这些方面。

作为一个推销员，面对的客户千姿百态，即使恭维之辞是出于好

意，效果也未必见得都是好的。因此，面对不同的客户应给予不同的恭维之语，恭维客户真正在乎的事情，才能让自己的推销之路走得更加顺畅。

保护顾客的“面子”很重要

杰克在一家超市担任收银员的工作，平时工作很认真，但是有一天，杰克却与一位 40 岁左右的妇女发生了争执。

“先生，那 50 美元我已经交给您了啊。”妇女说道。

“哦，可是女士，收银器显示并没有收到这 50 美元啊？”杰克回答道。

中年妇女似乎开始生气了。杰克迅速地说：“这样吧，可能是中间出了一些疏漏，不过超市有一些特殊的设备，能把超市的所有情况录制下来，您可以去看一下，您看这样可以吗？”

中年妇女没有说别的话，但是表情明显很僵硬，她不声不响地跟着杰克去了。

录像出现了这么一段：当中年妇女把 50 美元放到收银台前的桌子上时，她前面的顾客趁大家都不注意，把钱给拿走了，当时谁都没有看见这一幕。

杰克说：“哦，很抱歉，女士，发生这样的事情，真让人难过，但是法律规定，顾客只有当面把现金交付到收银员手上时，收银员才能承担责任，所以，现在您还得再交纳一次现金。”

中年妇女听到这样的回答，皱起了眉头，声音略微颤抖地说：“现金是在你们超市丢的，这是你们超市的问题，你们不仅让我财物受到损失，还怀疑我的人格，我再也不会来这个倒霉的地方购物了！”