

3分钟打动人心的 销售心理学

刘川 / 编著



销售就是做细节，销售就是要搞定人！

—— 销售是一场心理博弈战，如果你想成功地卖出产品，——
必须读懂客户内心和了解客户需求才能立于不败之地。

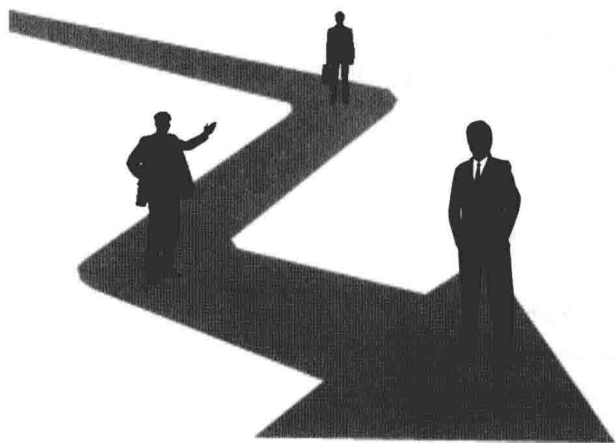
学会洞察客户心理活动，才能引导客户轻松成交！

天津出版传媒集团

 天津人民出版社

3分钟+1小时的 销售心理学

刘川 / 编著



天津出版传媒集团

天津人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

3 分钟打动人心的销售心理学 / 刘川编著. —天津 :
天津人民出版社, 2016.8

ISBN 978-7-201-10539-0

I . ① 3… II . ① 刘… III . ① 销售—商业心理学
IV . ① F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 138388 号

3分钟打动人心的销售心理学

3FENZHONG DADONGRENXINDE XIAOSHOU XINLIXUE

出 版 天津人民出版社
出 版 人 黄 沛
地 址 天津市和平区西康路35号康岳大厦
邮 编 300051
邮购电话 (022) 23332469
网 址 <http://www.tjrmcbs.com>
电子信箱 tjrmcbs@126.com

责任编辑 王昊静
装帧设计 天之赋设计室

印 刷 北京溢漾印刷有限公司
经 销 新华书店
开 本 710 × 1000毫米 1/16
印 张 16
字 数 182千字
版次印次 2016年8月第1版 2016年8月第1次印刷
定 价 36.80元

版权所有 侵权必究



做销售不懂技巧，犹如在茫茫的黑夜里行走，永远只能误打误撞。

成为一名推销大师，跻身于“千万俱乐部”、享受来自四面八方的掌声和赞誉，是每一位推销员梦寐以求的目标。然而，多数推销员注定只能是个平庸者——他们不分寒暑、顶风冒雨地穿梭在大街小巷，时而汗满胸膛，时而被风雨淋湿了衣裳，却收入微薄，仅够糊口之用；而只有少数人才能成为推销大师，轻松地开展各种各样业务，成为令人艳羡的富翁。为什么会这样？为什么同样做的是推销工作，为什么同是在一个行业中摸爬滚打的人，差别就这么大呢？那些已然成功的推销大师告诉我们：因为大多数人不懂技巧！

随着信息共享的程度越来越高，许多推销员的推销手段越来越相似。如果说一个神来之笔的推销是通过“巧劲儿”战胜了消费者，那么注重推销过程中的每一个细节，则是这种“巧劲儿”的落实与体现。当推销无法靠出奇出彩制胜的时候，细节的较量便极为重要。推销在未来的竞争主要表现为细节的竞争，细节的竞争才是最终和最高的竞争层面。通过对每一个推销细节细致入微的把握，最终俘获客户的心。从这一点上来说，成功的推销模式也不可复制。



要想提升自己的业绩，就需要掌握一定的策略和技巧，而快速打动人心就是其中的一种。所以，细节决定成败，推销重在攻心，谁做好了销售细节，谁拿下了客户的“芳心”，谁就会成功！

然而，许许多多的推销误区常常会妨碍我们取得成功，常有一些推销员朋友因为说错话、办错事、用错了推销方法而丢失了客户的心，导致推销失败。本书针对这种情况，分步骤地向大家讲解了从“准备推销”到“结束推销”每一步中的攻心策略，以及容易令我们疏忽大意的错误，希望朋友们能够从中吸取经验、吸取教训，最大限度地提高自己的推销成功率。

本书是一本销售工作的实战手册，它教导销售人员所必备的技能 and 心态，教给销售人员一些销售技巧，更重要的是，它能够让你在最短的时间内打动客户，激发客户的购买欲望，以及如何完美地走完整个销售过程。这些技巧可以帮助销售人员提升业绩、提高收入，本书以实用、实战性为主，除了对中国式营销有系统的阐述外，同时也配以大量的案例和分析，对在中国商业环境下的营销活动有实际的指导意义。



第一辑 最好的产品是你自己

——机遇，只降临在有准备的人身上

推销的要点是，你不是在推销商品，而在推销你自己。所谓推销你自己，就是让客户喜欢你，相信你，尊重你并且愿意接受你，换句话说，就是要让你的客户对你产生好感。事实上，不论你从事哪个领域，你都必须首先成功销售你自己。

约见客户前要做好功课·····	2
名片是你的另一张脸·····	5
以从事销售行业为骄傲·····	8
时刻以自信之姿面对客户·····	10
做一个勇敢的销售员·····	12
面子，我们从来要不起·····	14
困难，是对我们的考验·····	19
热情，是我们获得订单的前提·····	22
坚持，是我们获得订单的根基·····	26



第二辑 你的生意可以遍布城市

——销售无处不在，客户比比皆是

推销的第一步是寻找客户，几乎每一个推销员都知道，有多少客户和如何开发客户决定了一个推销员推销事业的成败。但是有的推销员要问了：“满大街都是推销员，上哪儿找，怎么找客户啊？”事实上，推销中从来都不缺少客户，是你缺少一双发现客户的眼睛。只要你愿意搜寻，客户其实无所不在。

客户其实一直就在你身边·····	30
要重视你所遇到的每一个人·····	32
金主随时随地都有可能会出现·····	36
老客户是一个可以深挖的金矿·····	38
每个客户背后都有庞大的潜在客户群·····	40
做到每户必访，而不要择户销售·····	42
寻找“第三方”为自己拉媒牵线·····	45
教你如何分辨准客户与假客户·····	50
建立详尽名单，掌握客户信息资源·····	57

第三辑 好的开场，预定满意的结果

——客户的第一印象，决定生意能否持续

拜访客户是销售人员的日常工作之一，而拜访时开场的好坏，直接决定拜访的成败。销售人员应该努力提高自身的修养，把自己最好的一面展现给客户，让客户对你产生好感，喜欢你、接受你、信任你。当你成功地给客户留下良好的印象以后，接下来的工作就会顺利很多。

没有时间观念就没有业绩·····	64
你的形象，价值百万·····	67
打动秘书小姐的芳心·····	70
不仅能说会道，还要有礼有节·····	73
举手投足务必严格遵照职业标准·····	76
衣装必须考究，不必华丽·····	79
卫生必须搞好，不能不修边幅·····	82
再苦，也要把笑脸给客户·····	85
去时要比来时美·····	88

第四辑 要钓鱼，先要知道鱼吃什么

——了解客户需求，才能有效促成交易

销售就是介绍商品提供的利益，以满足客户特定需求的过程。商品当然包括有形的商品及服务，满足客户特定的需求是指客户特定的欲望被满足，或者客户特定的问题被解决。能够满足客户这种特定需求的，唯有靠商品提供的特别利益。

拜什么山，就唱什么歌·····	92
客户底细务必做到心中有数·····	98
客户的注意力如何被吸引？·····	101
客户的兴趣一般在哪里？·····	105
怎样展示产品客户才动心？·····	108
客户购买欲望怎样才能被激发·····	112
如何找到客户心中的购买诱因·····	116
知道如何应对客户的消极态度·····	119



第五辑 销售之道，攻心为上

——拉近心理距离，才能赢得客户认可

赢得推销最好的方法就是赢得客户的心。一个好的推销员不只要自身足够优秀，更要注重客户的切身感受。你要把每位客户都当成是最特殊而且最重要的人，你要完全诚实正直。你要集中心力去帮助客户做一个最好的购买决定，就如同你自己就是客户，希望别人要怎样对待你一样。

记住每一个客户的名字·····	124
不要试图逼迫客户就范·····	127
把客户当成自己的朋友对待·····	129
让客户对你产生足够的信赖感·····	131
人情味最容易打动人心·····	134
以真诚关心换来客户信任·····	136
设身处地，站在客户角度想问题·····	138
让客户认定你在为他着想·····	140
倾听是一种典型的攻心战略·····	142
销售工作要始终坚持诚信第一·····	146

第六辑 舌灿莲花，促成交易

——把话说到客户心坎上，才叫会销售

推销是面谈交易，推销员的主要任务是说服顾客。说什么，怎么说，这是问题的关键所在。如果你想推销成功，那就一定要按下客户的心动按钮。推销员如何才能在推销中使顾客口服心服，关键在于两个字：口才。

客户不爱听的话坚决不说·····	152
客户的不满要善于扭转·····	155
把客户捧得飘起来·····	159
赞美客户要把握好尺度·····	163
循循诱导客户持续说“是”·····	166
将客户的问题或痛苦扩大·····	170
洞察成交最佳时机信号·····	176
尽一切努力防止客户反悔·····	180
利用谈判摧毁客户最后防线·····	185

第七辑 销售的灵魂在于售后

——别做一锤子买卖，让业务经久不衰

如果你送走一位快乐的客户，他会到处替你宣传，帮助你招徕更多的客户。销售前的奉承不如销售后的服务，后者才会永久地吸引客户。你对老客户在服务方面的“怠慢”正是竞争对手的可乘之机。照此下去，不用多久，你就会陷入危机。

产品卖出去，服务要继续·····	190
客户的抱怨务必当成事办·····	193
买卖不成人情仍要在·····	197
能再访才能赚到更多的钱·····	199
关心客户才能与之建立永久关系·····	204
售后服务最害人的九大误区·····	206



第八辑 细节决定成败

——小事影响大事，细节不可忽视

销售无小事，客户可能就是从一件件小事中衡量你是否可以被信赖。很多时候，那些小事正是一个成功的销售员与一个失败的销售员的差别所在。事实上，我们根本无法计算有多少客户是因为一点点小的过失而失去的。

电话约见的关键技巧细节·····	212
不能出错的约见三大要点·····	217
会见客户务必要注意的问题·····	223
接近客户必须掌握的几大要点·····	226
客户肢体语言的深意剖析·····	230
客户态度强硬的化解之道·····	237
别与竞争对手发生正面冲突·····	241



第一辑

最好的产品是你自己

——机遇，只降临在有准备的人身上

推销的要点是，你不是在推销商品，而在推销你自己。所谓推销你自己，就是让客户喜欢你，相信你，尊重你并且愿意接受你，换句话说，就是要让你的客户对你产生好感。事实上，不论你从事哪个领域，你都必须首先成功销售你自己。



约见客户前要做好功课

在销售过程中，约见客户是个非常重要的环节，它往往决定了你销售的成功与否。而一个优秀的销售员，是绝对不会忽略约会礼仪的，因为这是约会成功的必要保证。

1. 约会时间的学问

约见客户一般有两种可约定时间，一种是自己所决定的访问时间，另一种则是客户决定的。自定的访问时间，是根据本身的销售计划或访问计划安排的，大都是确定的。例如考虑去甲公司访问，心想上午路上交通拥挤，而且即将访问的对象也很可能出去办事，还是决定下午去拜访他吧！而当准备去访问乙先生时，知道对方通常下午都去处理售后服务，所以最好在上午去访问为佳。对于计划去访问的丙太太，探听得得知丙太太于每星期一、星期五下午要去学烹饪，如果不想空跑一趟必须避开这些时间，重新安排时间表。这类访问的时间是由自己决定的，若对于销售活动没有什么妨碍，是属于自己比较能控制的问题。

而比较麻烦的，是那种客户来决定的时间。谈生意的活动，一般来说多半是迁就客户的意愿，无法依照卖方的立场来定时间。在很多情况下，虽然你自己事先拟定了一个访问时间表，事实上仍旧必须循着客户决定的时间去办事，说得极端一些，这个访问的时间经过客户决定后，即使心中

有所不满，还是要维持“客户优先”的原则。

而一旦与客户约定了见面的时间后，你就必须注意守时，如果不能很好地把握这一点，那么你就会因此失去一次销售机会。

有一次某先生想买一台计算机，和销售员约好下午两点半在他办公室面谈。某先生是准点到达的，而那位销售员却在 17 分钟之后才满头大汗地走了进来，“对不起，我来晚了。”他说，“我们现在开始吧。”

“你知道，如果你是到我的办公室做销售，即使迟到了，我也不会生气，因为我完全可以利用这段时间干我自己的事。但是，我是到你这儿来照顾你的生意，你却迟到了，这是不能原谅的。”某先生直言不讳地说。

“我很抱歉，我正在餐馆吃午饭，那儿的服务实在太慢了。”

“我不能接受你的道歉，”某先生说，“既然你和客户约好了时间，当你意识到可能迟到时，你应该抛开午餐赶来赴约。是你的客户，而不是你的胃口应该得到优先照顾。”

尽管那种计算机的价值极具竞争性，他也毫无办法销售成功，因为他的迟到激怒了客户。更可悲的是，他竟然根本想不通为什么会失去这笔生意。

守时也不是说准时就可以了，最理想的是提早 7 ~ 10 分钟到达。准时去访问当然不会有差错，不过假如客户所戴的手表稍微快了一些，那事情就不好了，因为客户总是以自己的手表为准，尽管你所戴的表才是正确的时间，但是就客户而言，你已经迟到了。而有些脾气古怪的客户，认为约会迟到是不可原谅的事。即使没有发生这种客户表快的情形，而在约定的时间才到达，这样也会由于没有休息的时间就马上进入正题，显得过于仓促。

但太早到也不好，比约定的时间早二十分钟以上，也许客户在同你会



面之前要先与另外的人洽谈，那么你突然冒出来，会影响他们的气氛，致使客户心里不痛快。尤其是在做家庭拜访时，你早到二十分钟以上，可能这一家人正在整理房间，你的提早到达将使客户感到厌烦。

总之，比指定时间提早 7 ~ 10 分钟到达是相当合理的。比预定时间早点去，可以获得缓冲的余地，至少可以喘一口气。假定在会见你之前有另外一位来客，而这个客人也许提前十几分钟离去，那你与被访问者的会面时间就可以增加十几分钟。提早些到达，尤其在夏天里，刚好得以擦拭汗水，使心情恢复平静，然后游刃有余地与客户交谈。在寒冷的冬季，从室外到来可能显得你面色苍白，那么若早几分钟到达，便能慢慢使脸上的气色转佳。

为了使访问顺利进行，必须向客户询问最近路上的交通状况如何，或是从广播中听听有关路程的交通拥挤、交通事故、交通阻塞的状况，这样可以避免迟到。

2. 需要注意的其他约会礼仪

除了要守时约见客户外，还需要掌握其他重要的约见礼仪，只有这样才能早日成为一名出色的销售员。

举例来说：一个销售员到客户办公室或家中访问，进门之前要先按门铃或轻轻敲门，然后站在门口等候，按铃或敲门的时间不要过长，无人或未经主人允许，不要擅自进入室内，当看见客户时，应该点头微笑致意，然后再说明来意。进入客户的办公室或家中，要主动向在场的人都表示问候或点头示意。在客户家中，未经邀请，不能参观住房，即使是熟悉的客户家，也不要任意抚摸或玩弄客户桌上的东西，不要触动室内的书籍、花草及其他陈设物品。

要养成良好的卫生习惯，杜绝各种不雅举止。不要当着客户的面擤鼻

涕、掏耳朵、剔牙齿、修指甲、打哈欠、打喷嚏，实在忍不住，用手帕捂住口鼻，面朝一旁，尽量不要发出声音，不要乱丢果皮纸屑等。这虽然是一些细节，但它们组合起来会构成客户对你的总印象。

另外，女性销售员必须注意的一点是：当着别人的面化妆是男士们最讨厌的习惯。当然女性在餐馆就餐后，让人见到补口红，轻轻补粉，还不是一件特别失礼的事。但是，当女性销售员在约见客户前，需要梳头、抹指甲、涂口红和化妆时，最好远离客户的办公室，请到化妆室或盥洗室进行。同样，在人前整理头发、衣服、照镜子等行为应该尽量减少。

掌握必要的约会礼仪，才能让客户在与你的接触过程中，对你产生信赖和好感，这对你的销售能否成功，也起着关键的作用。

名片是你的另一张脸

名片虽然只是一张小小的卡片，但却是现代社会中人与人交往的重要社交工具，因而围绕着名片也就产生了一些名片礼仪。销售员每天要与许多人打交道、交换名片，因此对“名片礼仪”就更要重视，千万不要因为小小的名片而误了大事。

乔·吉拉德是吉尼斯世界汽车销售冠军，在他还未成名前，他曾做过某公司的采购部经理。有一次，他负责采购一批金额约 300 万元的办公设备。本来他已经决定向 S 公司购买了。一天，S 公司的销售负责人打来电



话，说要来拜访他。他心想，对方来时就可以在订单上盖章了。不料对方提前来访，原来是因为对方打听到其公司的子公司打算要更新办公设备，希望子公司所需要的各种设备也能向 S 公司购买，所以 S 公司的销售负责人带着一大堆资料，摆满了桌子。当时，吉拉德正有事，于是便让秘书请对方稍等一下，对方等了一会儿，不耐烦地收起资料说：“您先忙吧，我改天再来打扰！”也许对方认为他没有决定权吧。

这时，乔·吉拉德突然回来，发现对方在收拾资料准备离去时不小心把他的名片丢在地上，而且上面还留下了非常清楚脚印。不仅如此，那位销售负责人捡起了他的名片后，随手就塞到了裤袋里。这种失误等于是亵渎他的尊严。于是，他一气之下，便向别的厂家购买了办公设备。

由此可见，不注重名片礼仪，甚至会毁掉一桩生意。因此，一个优秀的销售员必须重视名片，并学会恰当使用。

1. 递出名片时要恭敬礼貌

递送名片时，应该以审慎的态度，恭敬礼貌地递给对方。

在递出名片时，销售员切忌采用如下方法：捏住名片的一部分递出去，以指尖夹着名片递出。这两种递法容易将尖利的地方朝向对方，是极不符合礼节的。正确的递法应是：手指并拢，将名片放在掌上，用大拇指夹住名片左右两端，恭敬地送到对方胸前；或食指弯曲与大拇指夹住名片左右两端奉上。名片上的名字反向对己，使客户能够清楚地念出自己的名字，并且要走到使对方容易接到的距离递送上去，这才是递送名片的最基本礼貌。

同样，拿出名片时，请不要忘记脸上带着微笑，并且不要慢慢吞吞、拖拖拉拉，因为如此会让对方有焦急的感觉，甚至对你的销售工作产生排斥感。