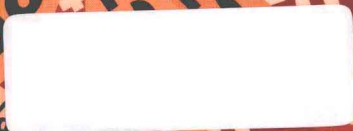




谁能够掌握顾客的心理，谁就能成为销售的赢家

销售中的 心理学策略 全书

文明德 编著

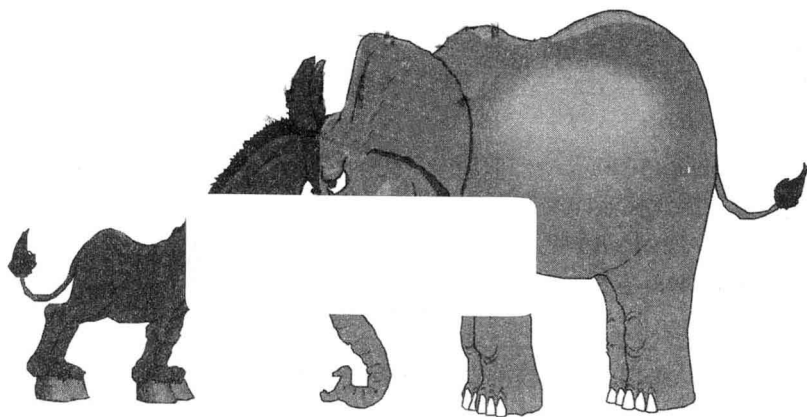


中国华侨出版社

利润!

销售中的 心理学策略全书

文明德 编著



中国华侨出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售中的心理学策略全书 / 文明德编著. —北京: 中国华侨出版社, 2013.8

ISBN 978-7-5113-3986-7

I.①销… II.①文… III.①销售—商业心理学 IV.①F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第201514号

销售中的心理学策略全书

编 著: 文明德

出版人: 方 鸣

责任编辑: 雨 墨

封面设计: 李艾红

文字编辑: 程月玲

美术编辑: 潘 松

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1020mm 1/16 印张: 36 字数: 800千字

印 刷: 北京鹏润伟业印刷有限公司

版 次: 2013年10月第1版 2013年10月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5113-3986-7

定 价: 29.80元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里26号通成达大厦三层 邮编: 100028

法律顾问: 陈鹰律师事务所

发行部: (010) 58815875 传真: (010) 58815857

网 址: www.oveaschin.com

E-mail: oveaschin@sina.com

如果发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。



不懂销售心理学就做不好销售。消费者作出购买决定的时候，他的内心一定是被某种动机支配着，这种动机就叫做购买动机。购买动机是顾客的购买意愿和冲动，是驱使或引导顾客向着已定的购买目标去实现或完成购买活动的一种内在动力。它是购买行为的直接出发点。消费者正是在购买动机的支配下才会作出购买的决定。研究顾客的购买动机对销售工作的重要性，显而易见。

销售是一场心理博弈战，谁能够掌控顾客的心理，谁就能成为销售的王者！销售员不懂销售心理学，就犹如在茫茫的黑夜里行走，永远只能误打误撞。而优秀的销售员往往就像一位心理学家，最明白顾客的心声，善于了解顾客的真实想法，懂得运用最积极有效的心理影响力，让顾客觉得如果不从他这里购买产品就会后悔。不管是潜移默化的影响，善意的引导，平等的交谈，还是巧妙的敦促，优秀的销售员总是能用自己的能力和魅力，为顾客搭建一个愉悦和谐的平台，让销售变得顺其自然。

但是打开顾客的心门，不是仅靠几句简单的陈述就能够实现的。顾客的消费心理需要引导，因为顾客所作出的任何购买行为都是由他的心理来决定的。这就要求销售员懂得察言、观色、攻心。只要学会观察，学会换位思考，销售员就能轻易地洞察顾客的心理，赢得顾客的信任，达到销售的目的。

世界权威销售培训师博恩·崔西曾明确指出，销售的成功与销售员对人心的把握有着密不可分的联系。在销售的过程中，恰当的心理策略能够帮助销售员取得成功。销售的最高境界不是把产品“推”出去，而是把顾客“引”进来！所谓“引”进来，就是让顾客主动来购买。掌握了销售心理学，你就可以判断出顾客的性格类型、洞察顾客的心理需求、突破顾客的心理防线、解除顾客的心理包袱、赢得顾客的心理认同，使顾客快速作出购买决定。

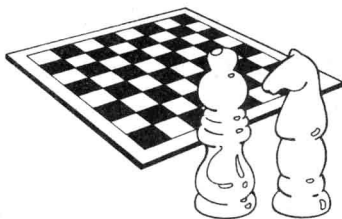
为什么顾客会对你的产品产生兴趣，并最终作出购买产品的决定？在这个过程中，顾客的内心是怎么想的？为什么顾客会相信你这位陌生人，接纳你的建议？为

什么顾客会被你说服，改变了自己先前的看法，进而作出有益于你的决定？为什么你的顾客会变成别人的顾客，这其中顾客会有一个怎样的心理变化过程……这些问题都是销售中要解决的心理问题。顾客所作出的任何购买行为都是由他的心理来决定的，如果你可以洞察并影响顾客心理的话，就可以引领顾客的行为朝你期望的方向前进，进而最终实现自己的销售目的。所以，每一位销售员要想让销售获得成功，就得研究顾客的心理，寻找顾客的心理突破点。

每一位顾客都会有自己的软肋，而这种软肋就是他们的心理突破点，销售员应该做的就是抓住他们的这些突破点。爱慕虚荣型的顾客需要你的赞美、节俭朴素型的顾客需要你给一点优惠、干练型的顾客怕罗唆、情感型的顾客需要你去感动他们……各种各样的顾客心理各不一样，你要做的就是针对不同类型的顾客采取不同的销售方法，从他们的心理突破点出发，你就能在销售中取得事半功倍的效果。

《销售中的心理学策略全书》从消费者的心理分析、如何抓住消费者的心理需求、销售中的心理策略、销售员的自我心理修炼等方面深入浅出地对销售心理学作了缜密的逻辑分析和介绍，并汇集了大量相关的销售实战案例，旨在通过这些案例来揭示现实销售活动中的心理规律，让你能够轻松掌握并应对顾客的心理变化，赢得顾客的心理认同，提升你的销售业绩，成为销售高手。

了解销售心理学，洞察客户心理；学习销售心理学，提升销售技巧；掌握销售心理学，赢得客户青睐；善用销售心理学，增加成功筹码。





第一篇 萝卜青菜，必有所爱

——成功销售从了解客户心理开始

第一章 >>>

客户永远是主角——下功夫，把握客户心理特征

了解顾客购买动机.....	2
识别顾客具体购买动机.....	4
消费者的十二种追求.....	6
影响购买行为的个人因素.....	8
具体购买行为的影响因素.....	9
认识客户购买商品的步骤.....	10
认清谁是客户以及客户的种类.....	12
你不可不知的四种消费心理.....	13

第二章 >>>

要想钓到鱼，先了解鱼想吃什么——掌握客户的消费心理

客户比你更好奇.....	15
公共权威就是迷魂汤.....	16
顾客很看重精神需要.....	17
爱占便宜的消费心理.....	19
满足顾客的心理期望.....	20
让顾客感觉物超所值.....	21
没有顾客会愿意舍近求远.....	22

第三章 >>>

一流的销售是对客户需求的再创造——让客户埋单要懂购买心理

顾客有时需要被引导.....	24
销售中不妨主动当学生.....	25
让顾客觉得你是有心人.....	26
破解客户的深层心思才是最大的成功.....	28
客户需求就是你的卖点.....	29
莫做对牛弹琴的愚者.....	31
让客户自己说服自己.....	32
赞美是不流血的刀子.....	34
给顾客创造抢购的理由.....	35
贴上“秒杀”消费者的标签.....	36
免费最能契合顾客之心.....	38
顾客希望你像他那样思考.....	39
别让顾客在情感上不能接受.....	41
顾客都愿意和诚实的人打交道.....	42

第二篇 以锋利之矛攻其心理之盾 ——对客户心理弱点进行击破

第一章 >>>

销售中的心理学——根据不同的客户制定不同的销售策略

从客户的弱点处突破.....	46
按照顾客的性格进行沟通.....	47
让客户觉得你是他的朋友.....	49
学会与不同的人做生意.....	51
帮摇摆不定的客户决策.....	52
不给反复无常型客户退路.....	53
多肯定理性型客户的观点.....	54
让完美主义型客户更完美.....	56
缩小犹豫不决型客户的选择范围.....	57
让迟疑的客户产生紧迫感.....	58
充分尊重自我中心型客户.....	59

照顾好客户的面子.....	60
适当讥讽爱面子的客户.....	62
应对难缠客户有方法.....	63
迂回应对态度不好的顾客.....	64
在倾听与询问中把握顾客.....	65
谨慎应对个性稳重的客户.....	67
感化态度冷淡的客户.....	68
巧妙应对喋喋不休型客户.....	69
让无所不知的客户说过瘾.....	70
善于诱导果断型客户.....	71
让墨守成规型客户看到实用价值.....	72
以干练的姿态俘虏外向型客户.....	74
给内向型客户信赖和可靠感.....	75
不对随和型客户狂轰滥炸.....	77
抓住理性消费者的感性软肋.....	78
客户的忠诚度会写在脸上.....	80

第二章 >>>

他山之石，可以攻玉——不可不知的 16 个心理学效应

亲密效应：爱让推销无往不胜.....	82
首因效应：建立有利的第一印象.....	83
诚实效应：诚信最具生产力.....	84
关怀效应：重视每一个客户.....	86
开场白效应：成功的自我介绍.....	87
存异效应：尊重客户的意见.....	88
权威效应：以精确数据说服客户.....	89
从众效应：顾客喜欢随大流.....	91
剧场效应：将消费者带入剧情之中.....	93
凡勃伦效应：利用面子来说话.....	95
吹捧效应：给客户戴上高帽子.....	96
竞争效应：告诉他别人也买你的东西.....	98
互惠效应：先付出一点给客户.....	99
光环效应：塑造自己的魅力.....	101
瞬间效应：个人品牌很重要.....	103
进门槛效应：先敲开客户的门.....	104

第三章 >>>

察言观色洞察人心——读懂客户话语背后的心理潜台词

听出对方谈话的重点.....	106
莫被“考虑一下”所欺骗.....	107
正确理解客户的异议.....	108
听懂客户不满背后的潜台词.....	110
消除顾客对自己的“奸商”评价.....	111
用情感感化表情冷淡的顾客.....	112
洞穿客户的隐含期望.....	114
及时领会客户的每一句话.....	115
陌生电话中的潜在客户.....	116
挠到客户的痒处.....	118

第四章 >>>

“魔鬼”藏于细节——身体语言藏着的心理学

读懂客户的肢体语言.....	120
举手投足中有答案.....	121
决策者是可以被观察出来的.....	122
看透消极顾客的举止.....	124
处处留心处处有客户.....	125
潜在客户自己会说话.....	126
找到你的关键客户.....	127
敏锐地发现成交信号.....	129
读懂客户的身体语言.....	132
口舌之战与心理之战.....	134

第三篇 销售是“心”与“心”的较量 ——催眠术、博弈术应用

第一章 >>>

非典型借口——和借口说不，彻底解除客户心理防线

客户拒绝时怎么办.....	136
---------------	-----

客户嫌贵时怎么办.....	137
客户心存疑虑怎么办.....	138
让“反对问题”成为卖点.....	140
转变客户的需求标准.....	141
让客户意识到高成本意味着高收益.....	143
顺着拒绝者的观点开始推销.....	144
不放弃未成交的客户.....	145
用精确的数字说服客户.....	146
你的赞美可以敲开成交的大门.....	147
以过硬的专业知识赢得信任.....	148
将客户的拒绝转化为肯定.....	149
客户有疑问时,强调商品有价值的部分.....	151
化僵局为妙棋的心理对策.....	152
为销售付出最完美的服务.....	154
为促进成交准备多种方案.....	156

第二章 >>>

敲开客户紧闭的心扉——迅速拉近心理距离的“小花招”

打造无敌亲和力.....	158
把高帽子给顾客戴上.....	159
直击推销语言艺术.....	160
倾听让你更受欢迎.....	162
善于倾听客户的抱怨.....	163
推销中的幽默规则.....	164
与客户思维保持同步.....	165
抓住一切机会帮助顾客.....	166
从有益于客户的构想出发.....	167
记住客户的名字.....	168
学会以客户为中心.....	169
别因为穿着而被拒绝.....	170
微笑是你的第一张名片.....	172
不要对客户冷冰冰.....	173
认同心拉近与客户的距离.....	174
小小贺卡既为沟通的桥梁.....	175
寻找与客户的话题.....	176

第三章 >>>

巧设“陷阱”，引君入“瓮”——给客户设置点心理误区

不着痕迹地利用威望效果.....	178
切中客户所追求的自我满足感.....	179
诱导客户作出承诺.....	180
直击客户害怕错过而买不到的心理.....	182
激发客户的自主意识.....	183
抓住顾客的闪光点.....	184
让顾客自己发现产品的优点.....	185
善于激发顾客的同情心.....	186
吊足客户的胃口.....	187
激发顾客的购买欲望.....	188
让客户自己说出他的想法.....	190
让每一次推销都充满人情味.....	191
聆听是金，耳朵胜于嘴巴.....	192

第四章 >>>

不可缺少的销售互动——良好的现场互动能达到事半功倍的效果

激发顾客的责任心.....	194
在报价上吸引住顾客.....	196
成交时候的常用语.....	197
客户最难逃脱甜蜜“诡计”.....	198
让客户“动”起来.....	199
用细微动作拉近与客户的距离.....	200
立体催眠客户.....	201
不可抗拒的联想指令.....	203
送给客户适当的小礼物.....	204
成交时要牢记的金律.....	205
营造自然的氛围促成交.....	206

第五章 >>>

充分施展博弈论的计策——多赢的博弈销售心理

学会制造悬念.....	209
告诉客户你将带给他的利益.....	210

向顾客卖自己的构想.....	211
在行家面前报价不可太高.....	213
等待客户决策时要有信心.....	214
用价值吸引客户.....	215
以优质服务区分对手.....	216
为顾客提供人性化服务.....	217
缩短客户等待的时间.....	218
真正重视每一位客户.....	220
不妨先淡化功利性.....	221
并非优惠越多越好.....	222
信任是成交的基础.....	223
应对抱怨时不要发怒.....	225
让客户充分感到受益.....	226
低三下四是下策.....	228
服务时为顾客量身定做.....	229
用真诚化解客户的误会.....	231
良好的售后是下次成功的开始.....	232
从竞争对手那里吸引客户.....	233

第六章 >>>

销售的实质——掌控心理操控术

首先要赢得顾客信任.....	236
取得客户信任的方法.....	237
事先调查，了解对方性格.....	238
积极回应客户的抱怨.....	239
善于抓住顾客心理.....	241
从人性出发抓住顾客.....	242
了解客户的心境.....	244
控制情绪是工作成败的关键.....	245
利用客户的好奇心.....	247
承诺的事情一定要做到.....	248
学会利用人的爱财心理.....	249
时效比品质更重要.....	251
以“利”拴住客户的心.....	252
明确拒绝不合理的要求.....	253

满足客户的虚荣心理.....	255
一点点地使他站不住脚.....	256
做一个对顾客有很大帮助的假设.....	257
善于制造紧张气氛.....	258

第四篇 成交高于一切

——成交前后，心理学护航

第一章 >>>

采用优势战术——关键时刻这样攻克心理壁垒

适时强化顾客的兴趣.....	262
找到促进成交的关键.....	263
用第三者搭建信任桥梁.....	264
让客户没机会说拒绝.....	266
不因拒绝而止步不前.....	268
了解并善用客户的喜好.....	268
关键时可允许先试后买.....	269
一次示范胜过一千句话.....	270
学会妥善处理客户异议.....	271
用爱心打开销售之门.....	273
只给客户三个选择的妙处.....	274
以满足需求来介绍商品.....	275
营造融洽的购买气氛.....	277
把劣势机会变成亮点.....	278
让对方接待员成为你的桥梁.....	279
在耐心倾听中巧妙引导.....	280
采用先价值后价格的技巧.....	282

第二章 >>>

拔掉钉子，临门一脚促成成交——排除异议，化解抱怨

以让利促进销售成交.....	284
演绎能力消除顾虑.....	285
找到客户异议的症结.....	286

迅速地行动避免推脱.....	288
灌输“一分价钱一分货”的价值理念.....	289
用小的认同促成交易.....	290
根据顾客的条件找产品.....	291
让顾客享受砍价乐趣.....	294
化解顾客心里的疙瘩.....	296
先让其迷茫再进行安抚.....	297
善于捕捉客户的购买信号.....	299
准时地把握住成交时机.....	300
采取因人而异的跟进策略.....	301
用广博的知识抓住机会.....	303
学会从不同的角度思考.....	304

第三章 >>>

成交之后还有生意——培养长期忠诚度的心理满足感

别忘记打售后跟踪电话.....	306
经常与客户电话联系.....	307
竭力让顾客无后顾之忧.....	308
千万不能怠慢了老顾客.....	310
记录与客户的交流信息.....	311
用持续沟通实现二次销售.....	312
善于为再次拜访找理由.....	313
将客户放在心里.....	314
防止大客户叛离的方法.....	316
学会恰当地收场与道别.....	317

第五篇 你的嘴巴搭建你的舞台

——销售口才中的心理引导术

第一章 >>>

会提问是一种能力——问话术中的心理运用

用问题来控制节奏.....	320
以了解需求为目的.....	321

多提积极的问题.....	323
善于提出好的问题.....	324
恰到好处地发问.....	326
以询问来引导客户.....	328
善于在提问中倾听.....	330
问要比说效果更好.....	331
巧妙提问探寻客户的真正需求.....	332
多问少答占上风.....	334
巧妙提问胜于一味讲述.....	335
不要问答案未知的问题.....	337
迂回提问消除对方的戒备之心.....	339

第二章 >>>

如何说客户才会听，怎样听客户才肯说——不能忽略的说话技巧与倾听艺术

发挥听的功效.....	341
精彩的开场白.....	342
把话说到点子上.....	343
使用形象化语言.....	344
懂得长话短说.....	345
用词要入乡随俗.....	346
在说话中推销自己.....	348
花点工夫在倾向上.....	349
主动承认缺点亦是策略.....	350
要学会先肯定再转折.....	351
使用最专业的用语.....	352
学会和客户拉家常.....	353
赞美客户要有分寸.....	354
认真倾听客户的心声.....	356
让自己的语言富有创意.....	357
恰当重复客户语言.....	359
在适当的时候说适当的话.....	360
用垫子法解答挑衅性追问.....	360
不会听就肯定不会说.....	362
有效聆听也是一种推销技巧.....	364

重视客户的抱怨.....	365
让客户说出心里话.....	366

第三章 >>>

不知道就会被淘汰的说话术——不能触犯的话误区

客服人员必知的说话术.....	368
切勿片面地评价竞争对手.....	369
不要歧视客户，切莫以貌取人.....	370
切忌与客户争辩.....	371
谨记十句不该说的话.....	373
找准最佳时机再说.....	375
这样说服客户最有效.....	376
不要轻易许诺.....	377

第六篇 方法总比困难多 ——销售员成功方法秘诀

第一章 >>>

会“借”才会赢——借助心理学的销售方式

在客户抗拒时借力使力.....	380
利用你的满意客户群.....	382
利用赞助赢得客户信赖.....	383
善借第三者的影响力.....	384
用小礼物交心.....	385
借助名人的声望、地位.....	387
在体验营销中俘虏顾客.....	389
折价促销是最好的营销策略.....	390
无尝试用获取消费者好感.....	391
活动促销吸引顾客的注意力.....	392
从满意的客户处获得更多业务.....	394
赞美蕴藏着巨大的能量.....	394

第二章 >>>

“打”遍天下无敌手——巧拿订单的销售方法

利用误听试探法成交.....	397
善于运用暗示法成交.....	398
互补产品要放一起卖.....	400
投石问路法好比探测器.....	400
客户强硬时不妨以退为进.....	402
最后期限成交法.....	403
用对比法获得客户认可.....	404
要敢于主动提出成交要求.....	405
巧妙利用周围人的影响.....	407
以纵的方法达到擒的目的.....	408
将危机意识传递给客户.....	409
巧用“添物减价”四字诀.....	410
使用“误前提暗示”技巧.....	411

第七篇 营销心理就这么简单 ——销售员要懂点实用营销心理学

第一章 >>>

为什么东西不贵就是没人买——定价心理学

价格还是由你说了算.....	414
竭力低价但不掉价.....	415
巨大利润藏在缝隙里.....	416
抓住客户的炫耀心理.....	417
定符合消费者心理的价格.....	418
价格歧视的背后有计谋.....	420
价格与价值必须相符.....	422
提价必须针对消费者心理.....	423
价格问题其实不是大问题.....	424
定价时以消费者的需求为导向.....	426
以折扣定价来培养忠诚顾客.....	427