

微表情、微动作 读懂客户心理 会说话、多沟通 打动客户情感
懂认同、会拜访 树立销售自信 细聆听、巧赞美 轻松提高业绩

销售心理学

掌握销售心理圣经 把任何东西卖给任何人

李敏（知名心理作家）◎著 京师心智（专业心理教育机构）◎组编



中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

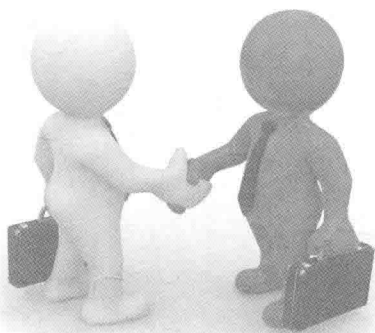


销售心理学

掌握销售心理圣经 把任何东西卖给任何人

李敏（知名心理作家）◎著

京师心智（专业心理教育机构）◎组编



中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE



图书在版编目 (CIP) 数据

销售心理学 / 李敏著. —北京: 中国法制出版社, 2016.3

ISBN 978-7-5093-7351-4

I. ①销… II. ①李… 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 051732 号

策划编辑: 王天颖 (tianying1029@126.com)

责任编辑: 吕静云 (lvjingyun0328@sina.com)

封面设计: 杨泽江

销售心理学

XIAOSHOU XINLIXUE

著者 / 李 敏

经销 / 新华书店

印刷 / 北京海纳百川印刷有限公司

开本 / 710 毫米 × 1000 毫米 16

版次 / 2016 年 5 月第 1 版

印张 / 13 字数 / 218 千

2016 年 5 月第 1 次印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978-7-5093-7351-4

定价: 29.80 元

北京西单横二条 2 号 邮政编码 100031

传真: 010-66031119

网址: <http://www.zgfzs.com>

编辑部电话: 010-66053217

市场营销部电话: 010-66033393

邮购部电话: 010-66033288

(如有印装质量问题, 请与本社编务印务管理部联系调换。电话: 010-66032926)

京师心智

国内知名的心理健康教育专业机构和心理自助类图书开发机构。京师心智依托中国心理学会、北京师范大学等权威机构的资源优势，上百位心理学专家组成的技术团队，致力于将心理学研究成果应用于实践，服务大众。凭借自身优势和丰富的经验，被中国心理学会测量专业委员会认定为“正版量表进学校工程”的全国唯一推广单位。

关联企业京博仁，是一家集研究、开发、生产、销售、售后服务、培训、专家支持于一体的专业的心理学应用服务机构。

顾问委员会

孙啸海	朱桂梅	李红军	兰祁蓉	李井杰
朱玲	段然琪	师晨晖	赵金辉	王亚雄
谢欣原	孔马兰	鲁俊	周家全	崔潇
刘璐薇	杨攀	谢琴	崔慧辉	李艳萍
杨驰	王涑雯	刘博	李想	孟龙
郝红敏	宋亚丽	陈庆峰	陈国栋	孙风兰
刘敏	陈涛涛	鲁芳	隋岩	董斌
史文建	杨珊珊	李娟娟	王星星	常振兴

销售有广义和狭义之分，从广义上说，我们每个人都在从事销售活动，推销自己，推销自己的想法、计划、产品；从狭义上说，销售就是推销商品。本书从心理学角度阐述的销售力是狭义的，但其中的每一条法则都可以在广义的销售活动中加以应用。在销售中，我们要努力记住顾客的名字，在生活中，我们同样需要记住别人的名字。微笑是销售的润滑剂，也是工作生活中的润滑剂。不仅仅顾客的话需要耐心倾听，对于生活中所面对的每个人，我们都要以认真聆听的态度去对待。

本书的内容包括销售中的认同心理学：取得顾客的认可，避免与顾客的冲突，才能叩开销售的大门；销售中的需求心理学：顾客想买的不仅仅是商品，还有精神上的满足，那是商品的心理附加值；销售中的行为心理学：从顾客的一举一动中洞察其内心真实的想法；销售中的性格心理学：俗话说“看人下菜碟”，每个人都有与众不同的个性，在极短的时间里捕捉其个性特征，采取有针对性的销售策略，你才能如愿以偿；销售中的沟通心理学：在销售中说的作用未必有听的作用大，说要说得恰到好处；销售中的成交心理学：如何敲定一笔

交易，让顾客头脑发热，毫不犹豫地下单；销售中的拜访心理学：了解拜访顾客的技巧，发现顾客的生活细节，交易完成后对待顾客的方式。

还有销售中必须掌握的心理定律——“三分之一效应”“原一平定律”“跨栏定律”“伯内特定律”……销售是一场心理博弈，懂得心理学，销售才会事半功倍。

第一章 销售中的认同心理学——顾客认同，成功一半 / 001

- 幽默必不可少 / 003
- 顾客的名字要记住 / 007
- 顾客不喜欢穿破皮鞋的人 / 010
- 要给顾客一个笑脸 / 012
- 自信的人才能让人相信 / 015
- 要有一个漂亮的开场白 / 019
- 认真聆听顾客的话 / 022
- 真诚地赞美顾客 / 025
- 避免与顾客发生争执 / 028
- 积极应对顾客的抱怨 / 031

第二章 销售中的需求心理学——顾客要什么，就卖什么 / 035

- 顾客想要的是宾至如归 / 037
- 让顾客获得内心的满足 / 040
- “占便宜”是人的一种天性 / 042
- 顾客只关心自己的利益 / 045
- 搞点不一样的东西 / 048
- 每个人都想当 VIP / 051
- 顾客都会随大流 / 053

第三章 销售中的行为心理学——了解小秘密，获得大财富 / 055

从空间距离看心理距离 / 057

读懂顾客的“眉语” / 060

认真观察顾客的眼色 / 062

从抽烟喝酒看顾客心理 / 065

读懂顾客的笑语 / 068

透过双手掌握顾客心理 / 071

从吃上掌握顾客的性格 / 074

第四章 销售中的性格心理学——了解性格，巧妙应对 / 079

帮摇摆不定的顾客做决定 / 081

充分尊重自我型顾客 / 084

面对冷酷型顾客要灵活 / 087

细节上重视分析型顾客 / 090

以独特应对标新立异型顾客 / 093

恭维爱炫耀的顾客 / 096

尽量服从专断型顾客 / 099

感动情感型顾客 / 102

第五章 销售中的沟通心理学——斟酌言辞，入心入脑 / 105

给顾客讲一个真实的故事 / 107

有时顾客需要你的“威胁” / 110

话不要说得太满 / 113

80% 的销售额是靠倾听完成的 / 116

对顾客要多赞美少批评 / 119

- 掌握向顾客提问的技巧 / 121
- 要懂得“价钱太贵”的潜台词 / 123
- 尽量让顾客多说“是” / 126

第六章 销售中的成交心理学——摸清心理，促进成交 / 129

- 不要突破顾客的心理防线 / 131
- 尽量满足顾客的心理价位 / 134
- 让顾客冲动起来 / 136
- 把功夫用在关键人物身上 / 138
- 成功的现场示范胜过千言万语 / 141
- 在“报价”上下大功夫 / 144
- 学会让利给顾客 / 147
- 关键时刻要允许“先试后买” / 149
- 决策不应在头脑发热时做出 / 151
- 购买气氛一定要融洽 / 154

第七章 销售中的拜访心理学——搞好关系，提高业绩 / 157

- 顾客的兴趣爱好要牢记 / 159
- 多留意顾客的生活细节 / 162
- 化解顾客的敌意于无形 / 165
- 让顾客说出他的诉求 / 168
- 搞好与顾客秘书的关系 / 171
- 遇到麻烦时学会柔性化解 / 173
- 怎样面对说“不”的顾客 / 176
- 签单后不要立刻离开 / 179

第八章 销售中的心理学定律——掌握定律，事半功倍 / 181

顾客会在一条街的 1/3 处达成交易——“三分之一效应” / 183

做销售要百折不挠——“原一平定律” / 186

把主动权握在自己手里——“二选一定律” / 189

要不停地打破自己的纪录——“跨栏定律” / 192

让产品给顾客留下深刻的印象——“伯内特定律” / 195

要把自己看做是商品——“250 定律” / 198

第一章



销售中的认同心理学 ——顾客认同，成功一半



幽默必不可少

心理学家认为：幽默是一种最富感染力、最具有普遍意义的交际艺术。

俗话说：“笑一笑，十年少。”人们大都喜欢与富有幽默感的人相处，而在人际交往中，幽默的作用更是不可低估——除了能够给人带来愉悦和轻松之外，还会在不经意间消除人与人之间的隔阂。一旦懂得运用幽默来润滑你的人际关系，特别是在销售中运用这一技巧，那么在销售这条道路上，你将一路向前、无往而不利。

有人说商场如战场，而销售员恰恰就是整场战争的冲锋者，从事销售工作的人，需要具有强大的、无坚不摧的意志力。你不仅要向陌生人推销自己的产品，还要与难缠的对手进行一场场艰难而冗长的谈判。当商谈遇到瓶颈时，或者双方僵持不下时，不妨试着来点儿幽默，让自己轻松的同时，也能令彼此间的对峙状态有所缓和。学会幽默营销，不仅需要对自己所推销的商品有信心，还必须具备良好的心理素质。试想，如果一个人在与他人交往时，一直存在心理障碍，胆怯，不自信，说几句话就会觉得自己矮人三分，如此这般，哪里还能进行幽默营销？当然，良好的心理素质是可以通过后天努力逐步培养的，比如多参加一些社会活动，在与人交往的过程中不断地总结实践经验，久而久之，便会在人际交往中逐渐放松，应付自如。

很多时候，在销售过程中，一句幽默的话往往能够缓解尴尬的

气氛，使局面化险为夷。下面这个案例中的销售人员正是如此，急中生智地用幽默化解了自己的尴尬。

在某塑料制品厂的一次全国性的订货会上，销售员正在向各地的订货商介绍自己的产品：“我们厂生产的薄膜雨披，经久耐用，款式新颖……”销售员边介绍边拿起一件雨披往身上试。谁知被销售员拿的这件样品雨披由于试穿次数太多，出现了破损。面对令人尴尬的场面，很多人都会面红耳赤，语无伦次，但这位销售员很镇定，微笑着注视全场，自信地说：“当然我们公司的售后也是一流的，像这种已损坏的产品，我们是包退包换的，请大家放心订货。”

想要拥有这种急中生智的幽默，首先必须做到处变不惊，而丰富的实践经验和强大的自信心正是销售员能够处变不惊的两样法宝。当变故发生时，用幽默来加以挽回和补漏，会使人们会受到这种幽默的感染，一笑而过，在愉悦的心情下赞同销售者的观点，并接受他的产品。这样一来，一笔成功的交易也就会水到渠成。

乔治是一位反应敏捷、善于随机应变的销售员。一次，他正在推销绘图用的T字尺：“大家看，这种绘图T字尺很坚韧，百折不断。”为了证明产品的质量，乔治真的开始弯折T字尺。突然“啪”一声，“百折不断”的尺子戏剧性地变成两截。而这时乔治把两截断尺高高举起来并对围观的人群大声说道：“女士们，先生们，这就是绘图T字尺的内部结构，大家快来看，它的质地多么精细！”

面对如此幽默的销售员，在整个交易过程中，顾客都会倍感轻松，起先对销售员的戒备渐渐转变为认同，顺其自然便促成了交易。

销售中来点机智的小幽默，客户会心一笑，既缓和了对立的气氛，同时也能促进彼此的合作。

但是在运用幽默营销时，我们还应注意以下几点：

1. 幽默要适度。在销售中，适当地来点幽默，能迅速降低客户对我们的戒心，促使销售成功。但一定要适度，掌握好分寸，不要给客户留下轻浮、不可靠的印象。

2. 幽默一定要做到措辞明了，避免引起误解。在处理一些紧急、尴尬的场面时，可以用幽默调侃以缓和气氛，但不要拿顾客私人的事来说笑，以免顾客对此产生不快，引起不必要的误会。

3. 幽默时要保持微笑。在和客户幽默交谈的过程中，一定要保持微笑，一脸严肃地表达幽默，很可能被误认为是在挖苦讽刺。销售员的幽默营销就是为了讨客户喜欢，让客户高兴，而一本正经地开玩笑反而会使气氛变得尴尬。

4. 幽默应紧紧围绕谈话主题。销售员与客户交谈的主题只有一个：达成交易。所有的谈话内容都要围绕“达成交易”这个主题。玩笑开得太多，幽默不但会远离主题，反而会事倍功半，导致交易失败。

5. 幽默要因人而异。销售时运用幽默技巧要因人而异，并不是所有顾客都喜欢幽默。因此，在运用之前一定要对顾客进行一番了解，如果顾客的性格就是严肃而一本正经的，那最好还是及时改变一下营销技巧，避免故作幽默。

6. 幽默要区分场合。幽默销售要注意场合，不是所有场合都适合幽默。比如在严肃的会议中或者是洽谈比较重要的事情时，就要避免谈笑风生。

销售中幽默是一把双刃剑，运用得当，就会让充满戒备和敌意的客户瞬间消除紧张情绪，与其在轻松愉悦的氛围中达成交易。如

果毫无节制地乱用幽默，则会适得其反。销售中的幽默必不可少，但在销售中一定要掌控大局，有节度地运用幽默，必须明确：幽默只是手段，交易成功才是终极目的。

顾客的名字要记住

心理学家曾说：“在人们的心目中，唯有自己的姓名是最美好、最动听的东西。”

与人们起初的交往中，如果能第一时间喊出对方的名字，那么会比任何华丽的赞美词句更能打动人心。而在销售中，如果能脱口叫出客户的名字，那么你将会财源不断。可以说，人缘就是财源。

弗洛伊德在《图腾和禁忌》一文中写道：“名字是人格的重要组成部分，甚至是他灵魂的一部分。”名字正是为了证明我们的存在，显示我们独一无二的特性。古今中外，成功的政治家、企业家都深谙其中的道理。

我们现在看一下我国台湾地区“饭店业教父”严长寿是如何诠释这一细节的。严长寿曾有这样的言论：“客户不是要排场，而是需要被关怀、重视，一个能够打动客户内心的关怀，要胜过上亿的装潢。”

为了实现“能打动客户”这一目的，严总裁下令将饭店前台的柜台换成了几套桌椅，当客人踏进饭店的一刹那，就会受到服务员热情的招待，然后服务员便邀请客人坐下来办理手续。和以往服务人员需要站在又高又长的柜台后面迎接客人相比，哪一个更能让人感到宾至如归，从而打动客人呢？我想答案不言自明。严长寿在接待客户的流程上也很有一套。饭店工作人员赴机场接客人，在把客人送上车之后会立刻通知留守的饭店服务生：“二号车回饭店，坐在左边的是陈先生，右边的是李小姐。”这样，饭店服务生在客人抵达