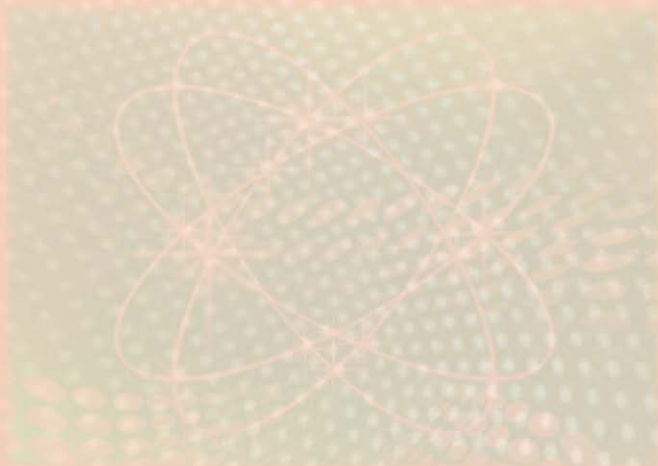


人生成长奠基石丛书

市场营销中的潜规则

刘文清 编著



延边人民出版社

人生成长奠基石丛书

市场营销中的潜规则

刘文清 编著

延边人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

人生成长奠基石丛书 / 刘文清 编著. —延吉: 延边人民出版社

2004. 12(2010. 6 重印)

ISBN 978-7-80698-345-4

I. 人… II. ①刘… III. 成功心理学-通俗读物

IV. B848. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 119226 号

人生成长奠基石丛书

责任编辑: 崔承范

责任校对: 李宏出版: 延边人民出版社

(吉林省延吉市友谊路 363 号, <http://www.ybcbs.com>)

印刷: 河北三河市华东印刷厂

发行: 延边人民出版社

开本: 850×11681 / 32 印张: 180 字数: 3600 千字

标准书号: ISBN 978-7-80698-345-4

版次: 2010 年 6 月第 2 版 2010 年 6 月第 2 次印刷

定价: 594. 00 元(全三十册)

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂联系调换。

目 录

第一章 读懂客户的身体语言	1
眼睛泄露内心秘密	1
头部传递客户信息	3
从手的动作看出客户内心	5
记住客户的要求	9
面对客户的滔滔不绝	11
客户的坐姿蕴含玄机	14
第二章 销售心态很重要	17
在“天堂”与“地狱”间轮回	17
消除内心对大人物的恐惧	19
销售不是“一夜暴富”	22
推销产品也是推销自己	24
客户只买“热情”的单	26
一定要爱你的品牌	29
冲出心理禁锢激发潜能	31
没有放弃购买的客户	34
不要害怕被客户拒绝	36
销售需要死缠	38
第三章 销售中的心理学引导细节	41
用惯性思维引导客户	41
吸引客户的注意力	44
让客户满意购买行为	47
好奇心是注意你的前提	49
以退为进紧牵客户心	52
让客户跟着自己思维	54
获得成交的机会	57
客户需要你的“威胁”	59
第四章 练就销售语言	63
批评性话语要谨慎	63
千万不要用推销员的口气说话	65
多说“我们”少说“我”	67
将对方和你的相同点扩大	69
不要把客户当上帝	72
要少用专业性术语	74

不要谈枯燥的话题	76
不善言辞的销售高手.....	78
第五章 销售不能忽视细节.....	81
从细节处寻找突破点.....	81
永远让客户先挂电话.....	84
拉近彼此的距离	87
专业术语影响客户心理.....	90
客户渴望做朋友	92
靠时间赢得销售	95
第六章 如何“俘虏”客户	98
不要接受第一次开价.....	98
低飞球技巧.....	99
把线放长些.....	101
掌握时间的人是谈判高手	103
谁的地盘谁做主	106
谈判中说“不”的艺术.....	107
给客户一点善意的“威胁”	110
催款这活不容易	112

第一章 读懂客户的身体语言

眼睛泄露内心秘密

张洁是心理学专业的学生，但是她对销售这一行业特别有兴趣，于是在毕业的时候进入了一家空调公司做销售员。

经过培训之后，工作的第一天经理就交给她一位周姓客户，要她去拜访这位客户。张洁来到这位客户的家里，经过一阵寒暄之后，张洁开始转入正题。

“北京的气温在夏天的时候还是挺高的，你的房子又大，挺需要一台空调。”

“是啊，北京夏天的气温确实是有点高，特别是最近几年，夏天的气温越来越高了。”

“我们公司生产的空调绝对货真价实，并且最近也在搞优惠活动，可以为你省一笔很多的钱。”

“是吗？”这位客户直直地用眼睛看着张洁，眼睛一直都没有离开张洁的脸，看起来很认真的样子。

张洁以为这位客户被她的话打动了，于是说话更起劲了。

“我们公司的空调相对于其他公司的产品来说，在省电方面更胜一筹，这样一来，一年就能为你省一大笔钱，而我们公司的这种空调性价比也挺高的，一台空调用个好几年不成问题。”看着客户没有异议，张洁顿了顿，“我们的空调噪声也很低，在 30 分贝左右，所以绝对不会影响您的工作和休息。”

经过一段长时间的谈话之后，张洁拿出订单让客户在上面签字，但是客户却说：“让我考虑考虑吧，我过两天给你回信。”

两天之后，这位客户也没有给张洁回信，就这样，这次销售就泡汤了。

张洁不知道，其实客户在用眼睛直直地看着她的时候，就已经表明了客户对她的产品的态度，只是她没有发现，所以她这次推销才没有成功。

通过眼睛，我们发现客户的内心世界，但是客户的眼睛到底会泄露客户什么秘密呢？

第一，如果客户直直地用眼睛看着你，并不意味着他认可你。根据一般人的看法，客户用语眼睛直直地看着销售员，就以为客户是对销售员的话语感兴趣，或者是客户已经同意了销售员的看法，但真的是这样吗？

有时候也许是这样的，因为如果连看都不看你的客户，怎么会对你的话感兴趣呢？但是话又说回来，客户直直地用眼睛看着你，就一定是对你的谈话感兴趣呢？相信没有哪一个心理学家敢这样说，就像案例中的张洁一样，尽管客户的眼睛时时停留在她的身上，但是客户最后还是还是没有签单，就证明客户没有认可她的说法与产品。

所以，不要以为客户盯着你看就是他们认可你、关注你。有时候客户转移他们的目光，反倒很可能代表他们已经被你的话打动，表示对你的认可。

第二，客户眨眼表示他并不认可你。当你和客户交谈的时候，客户长时间的凝视你，但是却一直不停地眨眼，这大多是他对你的话不感兴趣，那就意味着你的话没有打动他，那么你就得转换推销策略来打动客户的心了。

第三，客户用眼睛斜着看你表示他对你的话不确定。侧目而视就是斜着眼睛看，当客户斜着眼睛看你的时候可就意味深长了。如果客

户斜着眼睛看你，并且看你的时候把眉毛压低，或者眉头紧锁、眯着眼睛，这就意味着客户对你的话很猜疑，如果是这种情况出现的时候，你就要想办法把客户的眼光拉回来，让他对你的话感兴趣。如果客户斜着眼睛看你的时候眉毛是上扬的，那就恭喜你，证明客户认可你，这时候你如果提出签单的要求，客户大多都会答应。

【销售潜规则】

销售员在和客户谈话的时候，就要时时观察客户的眼睛。客户对你的话语感不感兴趣，对你的产品感不感兴趣，也许客户的嘴巴会骗人，但是他的眼睛是不能骗人的，因为他们的眼睛就是他们的内心。

俗话说：“眼睛是心灵的窗户。”所以，销售员在和客户谈话的时候，就要时时观察客户的眼睛。成功的销售员都是一些善于观察的人，能够捕捉到客户眼睛里哪怕一丝丝的异样，从而调整自己的销售策略。

头部传递客户信息

销售员在和客户交谈的时候，如果客户频频点头，说明客户对销售员抱有积极或者肯定的态度，而如果销售员自己在说的时候频频点头的话，那么就会感染客户，使得客户也会不时地点头认可。这时候销售就成功了一半。

如果客户将头部垂下成低头的姿态，其基本信息就是“我在你面前压低我自己，我不会只认定我自己，我是友善的。”

如果客户边说边摇晃头部，说明客户正在说谎而且试图压抑住要表示否定的摇头动作。

头部的动作所表达的意思是复杂的，但是销售员只有了解了这些动作的意思，才能很好地把握客户的心理。

赵宇是一家旅行社的销售员，因庆假期快到了外出旅游的人会增多，这样一来，自己的业绩就会有大的提升。一天，赵宇早早敲开了一家公司经理的门。双方入座之后，赵宇就打开了话匣子，他把他们公司所能提供的服务、价格、优惠、安全，条条是道地说了出来，只见客户不时地连连点头，有时候又是把头斜向一边，手托着下巴做思考状。

赵宇见状，在这个时候急忙结束了谈话，拿出合同出来，叫客户签上了自己的名字。赵宇怎么能一鼓作气地就把这位客户给签下来呢？因为他牢记着他刚进入销售行业时培训老师给他讲的话：“如果客户在你和他交谈时表现出频频点头的情况，就是你正式拉下订单的时候，你要做的就是拿出订单让客户签上他们的名字就可以了。”

众所周知，头部动作最常见的就是点头、摇头、低头、把头偏向一边这几种，那么这些动作各自蕴含了客户怎样的心理信息呢？

第一，点头。点头的动作大多用来表示肯定或者赞成的态度。你要是看到客户每隔一段时间就向你做出点头的动作，这就表明客户对你的谈话很感兴趣，他这样点头就是暗示你，你可以再继续说下去。但是你要注意客户点头的频率，因为不是所有的点头都是客户在肯定你，你如果看到客户缓慢地点头，则表示客户对谈话内容很感兴趣，所以你就可以继续说下去。而如果客户快速地点头，这就等于是在告诉你，他已经听得不耐烦了，希望你马上结束发言。

第二，摇头。当客户对你的谈话表示不赞同时，他就会用摇头来回答你，这就表示客户不认可你的看法。而有时候客户口上说“我非常认同你的看法”，或是“这主意听起来棒极了”，又或者是“我们一定会合作愉快”，但是他却又摇着头说，这时候，不管客户说出来

的话有多么诚挚，摇头的动作都折射出了他内心的消极态度。所以，你要注意客户的这种头部动作，以便调整你的销售策略。

第三，头部倾斜。假如你和客户交谈的过程中，看到有客户歪着头，身体前倾，做出用手接触脸颊的思考手势，那么你就可以确信你的发言相当具有说服力。这时候客户对你就会产生信赖感，那么你对他们推销的产品才能打动他们。

第四，低头。压低下巴的动作意味着否定、审慎或者具有攻击性的态度。通常情况下，人们在低着头的时候往往会形成批判性的意见，所以，只要客户不愿意把头抬起来，那么你就不得不努力处理这一棘手的问题。所以你就要在发言之前采取一些策略，让客户融入和参与到你的谈话之中。这样做的主要目的就是为了让客户抬起头来，从而唤起客户积极投入的态度。如果你的策略得当，那么客户接下来就会做出头部倾斜的动作了。

【销售潜规则】

在身体语言中，销售员往往会通过阅读客户头部动作，了解一个人的内心发射的信号，从而洞察他的心理。在现实生活中，人们所说的话常常与身体语言在很大程度上是不一致的。相对而言，身体语言会更为真实些。

从手的动作看出客户内心

在与别人谈话时，有人有时候会把双臂紧紧交叉抱于胸前。这个动作表示一种什么意思呢？这一动作最主要的意思就是保护自己，每当我们感到有危险或遇到不愿遇到的事情时，我们都会下意识地将一只或两只手臂交叉抱于胸前，用自己的肢体形成一道身体防线，抵抗外来的危险，从而达到保护自己的目的。

所以，当一个人感到紧张不安想保护自己，或不愿接受他人意见的时候。他很可能将双臂交叉，紧紧抱于胸前，借此告知对方他有些紧张或不安。

作为销售员，在面对客户时也一样，客户把双手抱于胸前，那是因为他们对你怀有戒备之心，你的话刺激到了他，于是他借此保护自己。这个时候你要是继续谈下去，那么也是徒劳无功的，因为客户在内心里就把你拒于千里之外了，所以你要做的就是让客户的心拉回来，消除他的戒备之心。

销售员：“陈总，您好！”

客户：“你好！”

销售员：“我是人寿保险公司的销售员，最近我们公司推出了一种新的保险业务，不知道您有没有兴趣了解一下。”

客户：“哦，真的吗？那你给我介绍一下这项保险的优点在哪里。”

销售员：“这项保险主要是针对小孩的教育，您家的小孩只要入了这个保险，每年向我们公司缴纳 200 元的保险费，连续交十年，那么他从第三年开始就能每年分得 100 元的红利，十年之后，还能把这笔钱还给您。”

客户：“看起来这个保险不错哦，很值得。（说完之后，客户摸了摸自己的鼻子。）”

销售员：“是啊，只要入了这种保险，小孩将来的教育就不用愁了。”

客户：“让我再考虑一下，明天给你回话。”

这位销售员最后还是没有攻下这位客户，但是有一点让人很纳闷，客户在回答销售员的问题之后为什么会摸自己的鼻子呢？

这种行为会有什么内涵呢？

有时候销售员对客户所说的话摸不着头脑，不知道客户的话是真是假。但是有一点是要明确的，那就是客户尽管说了谎，但是嘴上却说得好好的，让销售员信以为真。但是不管客户怎样说谎，客户的手势却是不能隐藏这些说谎信息的。

第一，用手遮住嘴巴。当客户说谎话的时候，他们往往会不自觉地用自己的手遮住自己的嘴巴。遇到这种情况，你应该停止交谈并且询问客户，“您有什么问题吗？”或者“我发现您不太赞同我的观点，让我们一起探讨一下吧。”这样就可以让听客户提出自己的异议，销售员也有机会来解释自己的立场并且回答客户的问题。

第二，触摸鼻子。美国芝加哥嗅觉与味觉治疗与研究基金会的科学家们发现，当人们撒谎的时候，一种名为儿茶酚胺的化学物质就会被释放出来，从而引起鼻腔内部的细胞肿胀。科学家们还通过可以显示身体内部血液流量的特殊成像仪器，揭示出血压也会因为撒谎而上升。这项技术显示人们的鼻子在撒谎过程中会因为血液流量上升而增大，科学家们将这种现象命名为“皮诺基奥效应”。血压增强导致鼻子膨胀，从而引发鼻腔的神经末梢传送出刺痒的感觉，于是人们只能频繁地用手摩擦鼻子以舒缓发痒的症状。所以，你要是与客户交谈的时候发现客户触摸自己的鼻子，那很有可能是客户在撒谎。

第三，揉擦眼睛。根据实验表明，大脑通过摩擦眼睛的手势企图阻止眼睛目睹欺骗、怀疑和令人不愉快的事情，或者是避免面对那个正在遭受欺骗的人。如果客户表面上看起来对你的话很感兴趣，但是他们却时不时地用手揉擦自己的眼睛，那么也表明他们对你的谈话感兴趣也是在说谎。

第四，抓挠耳朵。当你和客户谈妥之后，你拿出订单，要客户在上面签字，但是客户却用手抓了抓自己的耳朵，这一个细微的动作表示的是客户对你的产品不是真正的感兴趣，也许他嘴上说你的产品有如何如何的好。

第五，抓挠脖子。当客户在听你交谈的过程中，时不时地用手指抓挠脖子，那是客户疑惑和不确定的表现，等同于他在说“我不太确定是否认同你的意见”。当口头语言和这个手势不一致时，矛盾会格外明显。比如，客户说“我非常喜欢贵公司的产品”，但同时他却在抓挠脖子，那么我们可以断定，实际上他并不喜欢。

第六，拉拽衣领。德斯蒙德·莫里斯发现了一种现象，就是撒谎会使敏感的面部与颈部神经组织产生刺痒的感觉，于是人们不得不通过摩擦或者抓挠的动作消除这种不适。这种现象不仅能解释为什么人们在疑惑的时候会抓挠脖子，它还能解释为什么撒谎者在担心谎言被识破时，就会频频拉拽衣领。这是因为撒谎者一旦感觉到听话人对他的话产生了怀疑，那么他们的血压就会增强，增强的血压会使其脖子不断冒汗，因此他们不得不去拉拽自己的衣服。只要客户和你交谈时出现了这样的动作，那么可以肯定地说，客户是在说谎。

第七，把手指放在嘴唇之间。大部分用手接触嘴唇的动作都与撒谎和欺骗有关，但是将手指放在嘴唇之间的手势却只是内心需要安全感的一种外在表现。所以，遇到做出这个手势的客户，你不妨给予他承诺和保证，这将是积极的回应。

【销售潜规则】

一般来说，客户本来对你的产品不感兴趣，但是他为了让你能早点离开他的房间，于是他装作喜欢你的产品来敷衍你，但是实际上他是不会购买你的产品的。因为这是一种说谎的行为，而客户为了掩饰

这种说谎的心理于是不得不借助于手势，所以，身为推销员的你只有懂得了这些手势，你才能很好地推销你的产品。

记住客户的要求

乔·吉拉德有一句名言：“我相信推销活动真正的开始在成交之后，而不是之前。”

是的，销售并不是卖一件产品给一个客户就了事的事情，因为销售是一个连续的过程，成交既是本次销售活动的结束，又是下次销售活动的开始。

因为每一个人不可能只用一件产品或者只享受一种服务，同一件产品也许他们会在不同的时间段都需要，但是作为推销员，你是只希望你的客户在你这里买一次产品，还是希望他们成为你的回头客户呢？相信所有的销售员都希望是后一种情况，但是后一种情况却不是想要它出现它就会出现的。要想使这种情况发生，那么销售员首先要做的就是和客户长期保持联系。销售员只有在成交之后继续关心顾客，这样才会既赢得老顾客，又能吸引新顾客，使生意越做越大，客户越来越多。

乔·吉拉德之所以能成为世界最伟大的推销员，就是因为他把“成交之后仍要继续推销”作为自己的座右铭，并在自己的推销中身体力行。吉拉德在和自己的顾客成交之后，并不是把他们置于脑后，而是继续关心他们，并恰当地表示出来。

所以他每个月都会给他一万多名客户寄去一张贺卡，每个月都会有节日，那么每个月他都会寄，这样长此以往，他获得了成功，凡是在他那里买了汽车的人，都收到了他的贺卡，那么那些客户也就记住了他。

正因为吉拉德没有忘记自己的客户，所以客户才不会忘记乔·吉拉德。

尤里是一家保险公司的销售员，一直以来他的业绩稳稳居于公司的第一名。别人问他成功的经验是什么，他却只说了一句话：“和客户保持长期的联系。”

像乔·吉拉德一样，尤里也时时刻刻把客户放在自己的心里，他有三个笔记本，上面满满地记着客户的名字和电话、地址、邮箱、要求。每个月他都会给客户发一封电子邮件，上面写满了祝福的话，“祝您工作顺利！”、“祝您身体健康！”……话语尽管不多，但是却温暖着每一位客户的心，使得他们都记住了他的名字——尤里。于是他们也就成了尤里的忠诚客户。不仅如此，他们还把尤里推荐给了他们的亲朋好友，这样尤里的客户群一天比一天增大。

在尤里刚进入保险行业做销售员的时候，那时候的他和其他所有刚进入这一行的人一样，没有经验，对客户不知道从何下手，第一次见客户话也不会说，吃的闭门羹也不少。后来他看了《世界上最伟大的推销员》这一书之后，他就把乔·吉拉德作为自己的楷模。他要让自己和他一样的成功，于是他开始学习吉拉德的销售之法，终于被他找到了一种，那就吉拉德所说的那句话：“我相信推销活动真正的开始在成交之后，而不是之前。”于是他以这句话为自己努力的目标，每和一位客户谈过之后，他都会在笔记本上把该客户的电话、地址、邮箱、爱好等记下来，每个月给他们发一封祝福邮件。一段时间下来，他的销售业绩开始突飞猛涨，成为公司的王牌销售员。

如果长时间的跟客户保持联系，可以让客户感觉到你的服务，就可以避免竞争对手把你的客户抢走。如果一位销售员长时间不与他的客户保持任何的联系，那么它就不会知道这位客户究竟对他的产品满

意程度是怎么样的，也就没法针对客户的不同需求去改进服务，也就不可能在竞争中取得优势。那么，通过什么方法来与客户保持联系呢？

第一，打电话或发短信。电话是现代人必不可少的通信工具，而短信则是现代人特别是年轻人最热衷的沟通方式。所以在什么节日的时候，给客户一个电话或者一条短信，相信肯定能温暖客户的心。或者在客户购买了你的产品之后，你适时地给客户打个电话询问产品的使用情况，看客户需不需要帮忙，这样的话，客户就能真真实实地感受到你的售后服务。

第二，发电子邮件。销售员通过发电子邮件，可以与所有的客户保持一个比较密切的联系，像节日问候、新产品介绍等都可以通过电子邮件来完成。这样就能使得客户记得你这个人，记得你的产品，那么他们也就不会轻易被你的竞争对手给抢走了。

第三，邮寄礼品。当节假日来临的时候，通过短信和电子邮件向客户问候的方式已非常普遍，但除此以外，在条件允许的情况下，最好能给客户寄些实质性的礼品，这是实施情感营销中必要的环节。小小的礼品，不一定很昂贵，但却让客户觉得你是在真正地关心他，那么他也会更加信任你。

【销售潜规则】

客户有时候在购买完产品之后，对你会提出一些要求，比如。“你要多给我们提供售后服务”、“你要多为我们维修产品”……对于客户的这些口头要求，你要牢牢地记住。

面对客户的滔滔不绝

在人们的印象中，销售员都是一些巧舌如簧、雄辩滔滔的人，要不是这样的话，怎么能说服客户？但是现实中的销售员是否真的这样？

这就不一定了，因为现实中的销售员要是也像这样的话，那这样的销售员早就被客户赶出去了。

所以，销售员除了要巧舌如簧之外，还要懂得沉默。

在销售中，保持一定的沉默，是一种有效的销售技巧。因为这样能让出更多的时间来给客户，让客户说，自己则作为一个忠实的听众。

博恩·崔西作为一名成功的推销员，有一次，他成功地让一位女士为她 11 个儿子买了 11 项储蓄保险。这次推销，他并没有像往常那样的滔滔不绝讲保险的作用，而是用沉默来代替。因为这位女士刚刚因车祸失去了丈夫，于是博恩·崔西只是安静地听这位女士诉说，只偶尔插进一两句安慰话。之后，他就建议她为孩子们购买保险，因为即便她将来没固定收入，孩子的教育和未来也不至于没有依靠。

同时，销售员闭上嘴，可以给自己时间与空间来思考客户的谈话内容，以抓住客户的需求点。

小威大学毕业后进了一家日化公司做销售员，刚刚入行的他什么也不懂。在经过了三个月的培训之后，销售经理为了锻炼他的能力，使他更加成熟，更有自信，就把一位准客户交给了他，并且对他说：“这位准客户是一位非常难缠的客户，但是你要能坚持到最后，这位客户肯定会购买我们公司的产品。”

于是小威来到这位客户的家里，他敲开门，是一位老人来开门，并把他让进了房间里。小威准备向他推销公司的日化用品，但是这位客户果然像经理所说的一样，非常难缠，话又多。进去五分钟了，小威还没有插进一句话，又过了十分钟，还是这位客户在滔滔不绝地讲，小威没有任何机会发言。他只是面带微笑地看着这位客户。

这样持续了一个多小时后，客户终于停了下来，对小威说：“小伙子，你有什么要说的？”