

[同类畅销书首选·各类排行榜推荐]

推销

要懂心理学

推销心理博弈密码

TUOXIAO YAODONG XINLIXUE

宇琦 刘水发/编著

销售是世界上最赚钱的职业

资深销售高手“**成交的秘密**”
倾囊教授

惠及百万**推销员**的心理**博弈密码**

[推销员案头工具书]

中国华侨出版社



[同类畅销书首选·各类排行榜推荐]

推销

要懂心理学

推销心理博弈密码

销售是世界上是赚钱的职业

资深销售高手
倾囊教授

成交的秘密”

惠及百万**推销员**的心理**博弈密码**

[推销员案头工具书]

中国华侨出版社



图书在版编目(CIP)数据

推销要懂心理学 / 宇琦, 刘水发编著. — 北京:
中国华侨出版社, 2010.1

ISBN 978-7-5113-0156-7

I. ①推… II. ①宇… ②刘… III. 推销心理学
IV. ①F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 216222 号

推销要懂心理学

编 著 / 宇琦 刘水发

责任编辑 / 文 慧

责任校对 / 高晓华

经 销 / 新华书店

开 本 / 787×1092 毫米 1/16 开 印张/19 字数/ 298 千字

印 刷 / 北京建泰印刷有限公司

版 次 / 2010 年 2 月第 1 版 2010 年 2 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5113-0156-7

定 价 / 32.00 元

中国华侨出版社 北京市安定路 20 号院 3 号楼 邮编:100029

法律顾问:陈鹰律师事务所

编辑部:(010)64443056 64443979

发行部:(010)64443051 传真:(010)64439708

网址:www.oveaschin.com

E-mail:oveaschin@sina.com



前言

在这个世界上,你不可避免地会与别人打交道,举手投足之间就在别人的脑海里留下了一个印象。有的人待人随和亲切、落落大方,就容易和别人愉快地相处;有的人孤僻粗鲁,做事不考虑别人的感受,这样就很难让别人接受,相处得也不会太融洽。如果把这个交往过程比作是“推销”,那么可见,成功的推销往往能带来和谐的人际关系,而这取决于你处世的态度和行为是否乐观积极,对别人的利益产生了什么影响。

现代的推销员是一群很有策略的营销高手,他们很懂得自己所要销售的产品特色,也能够找出哪些市场区划里的顾客需要这些产品,同时也会运用广告、公关等手法,找到和顾客接触的快捷方式,以十分有效的方法进行专业的销售。

别把“销售”视为畏途,更不要把“推销”当作困难的字眼。这难易的转换其实只在你的“一心”之间,有心者如原一平,可以从一个其貌不扬的小小业务员做到万人艳美的“推销之神”;无心者如万千平庸的销售人员,在垂头丧气与被拒绝之中堕入销售的“死循环”,所以说,“金牌销售”与平庸销售的分别,全在你的一颗心。

推销是一个做销售的人士最重要的能力之一,也是任何人成功之路上最重要的能力之一,每一个成功的人都是非常会推销的。也许你认



为,身为一个销售人员并非什么值得炫耀之事,因为在我们身边,上门的业务员、保险销售、直销员……这些职业似乎并不受到人们的尊重和青睐。其实,明白了人生无处不推销这一事实后,你也就会意识到:销售这份工作原来是太好了!因为它就是以成功的必备素养——推销,作为全部工作,在每日加以操练与磨砺,所以说做一名销售人员也就距离成功最近。

最后请记住,每个成功的人其实就是成功的推销员,每个人都要学推销,除非你不想成功。作为一名销售人员,当你在向往成功的路上迈进一步又一步时,还用发愁自己成不了“金牌销售”吗?





目 录

第一章 好心态:

优秀业务员必须具备的心理素质

成熟的心理素质是一个优秀推销员的必备条件。推销员只有在心理上成熟,其在社会大众面前行使的推销行动才能够成功。优秀推销员的所具备的心理素质一般包含强烈的推销欲望、热情、自我推销能力、充分的自信、勇于创新等各个方面。具有较强成就动机的个人往往能够根据条件的变化,采取最有效、最能够发挥个人作用的方法处理问题。业绩优秀的销售员都是拥有强烈的企图心,有强烈的赚钱欲望,工作时总是全力以赴,他们理所当然地获得了丰厚的报酬。

- ☐ 推销欲望:是想要,还是一定要 \ 2
- ☐ 推销的热情:没有热情就没有销售 \ 4
- ☐ 推销心诀:先卖自己,再卖产品 \ 6
- ☐ 自信的蝴蝶效应:自信将产生更大的自信 \ 8
- ☐ 成功者当奋力:永远主动地出击 \ 10
- ☐ 失败者例证:胆怯者无法生存 \ 12
- ☐ 敢于突破和创新:成功来自一次又一次的尝试 \ 14
- ☐ 恒心是胜利法门:坚持到“临门一脚” \ 15



第二章 好形象:

让客户感觉如沐春风的个人形象

推销行业处处以貌取人,衣着打扮光鲜、品位好、格调高的推销员,往往占尽先机。当然,对推销员来说,最重要的是打扮适宜得体,这样才能得到顾客的重视和好感。适宜的衣着是仪表的关键,所以推销员应该注意服饰与装束。销售是一种动态性质的工作,它是一种人与人直接面对面的促销方式。正是因为这一点,销售人员的服饰、气质、微笑、礼貌、肢体语言、真诚及和蔼程度,往往直接影响到客户的对销售的接受心理。本章就着重对以上几个方面具体剖析。

- ☐ 服饰是最好的名片 \ 20
- ☐ 气质是最好的化妆品 \ 22
- ☐ 像林志玲一样微笑 \ 24
- ☐ 从来礼多人不怪 \ 26
- ☐ 巧用身体语言,正确地说话 \ 27
- ☐ 真诚、和蔼:销售人的最基本素养 \ 29
- ☐ 销售员个人形象的细节大忌 \ 30

第三章 识人性:

了解不同类型客户的性格和心理特征

不同的客户,其心理特征是不一样的,不同的客户类型,销售员采取的销售措施也不一样。客户类型大体来说有下面这么十种,他们是理智型客户、任务型客户、贪婪型客户、主人翁型客户、抢功型客户、吝啬型客户、刁蛮型客户、关系型客户、综合型客户、潮流型客户等等。对于这些客户类型,以下的方法可以尝试。

- ☐ 理智型客户:承诺的一定要做到,能做到的一定要承诺 \ 34
- ☐ 任务型客户:注重第一印象,承诺必须斩钉截铁 \ 36
- ☐ 贪婪型客户:保持心灵沟通,不可完全满足对方 \ 38





- ☐ 主人翁型客户:价格给适当的满足后再回升价格 \ 39
- ☐ 抢功型客户:不伤其自尊,力所能及去帮助 \ 40
- ☐ 吝啬型客户:能落实一单就做成一单 \ 43
- ☐ 刁蛮型客户:要把所有条款先谈清楚,绝不可含含糊糊 \ 45
- ☐ 关系型客户:不该收的款千万不能收,该收的一定谈好 \ 47
- ☐ 综合型客户:以静制动,静观其变,再对症下药 \ 49
- ☐ 潮流型客户:价钱是偏贵了点,可现在最有型 \ 51

第四章 会电话:

打电话也能做好买卖的心理技巧

最新调查表明,有 65%的居民使用过电话查询和咨询业务,有 20%的居民使用过电话预订和电话购物。现代生活追求快节奏、高效率,电话销售作为一种新时尚正走进千家万户。本章重点介绍电话销售的若干技巧,以期对销售员有用。

- ☐ 电话营销时胆子要大 \ 54
- ☐ 声音的音调让你成为“重要人物” \ 57
- ☐ “引起对方注意”是电话营销必胜第一步 \ 59
- ☐ 如何拨打陌生电话不被拒绝 \ 62
- ☐ 电话营销的魔法三步骤 \ 64
- ☐ 成功地把电话打给大老板 \ 66
- ☐ 如何成功约请对方见面 \ 68

第五章 会拜访:

第一次拜访就获成功的心理技巧

在拜访中是否给客户留下良好的第一印象对于推销员接下来的相互沟通很重要。很多时候,在你还没开口介绍产品之前,客户就已经决定不与你进行进一步的沟通了。本章讨论推销的拜访,涉及推销



员的形象、姿态、交换名片等各个方面进行详细论述,希望能够对推销员有所启示。

- ☐ 初次见面的绝佳仪表 \ 74
- ☐ 初次见面好印象的基本姿势和行礼方法 \ 76
- ☐ “一分钟之内让对方注意你”的走路技巧 \ 79
- ☐ 高水平的名片交换窍门 \ 81
- ☐ 任何理由也不要迟到 \ 84
- ☐ 初见面的七秒钟决定你的生死 \ 86
- ☐ 给接待人员良好的第一印象 \ 88
- ☐ 如何在初次见面时看出谁是关键人物 \ 90
- ☐ 从第一印象产生话题的方法 \ 92

第六章 会赞美:

赢得客户好感的11种赞美技巧

心理学家指出:每个人都有渴求别人赞扬的心理期望,人一旦被认定其价值时,总是喜不自胜。由此可知,你要想取悦顾客,最有效的方法就是热情地赞扬他。因此,我们要明白,会赞美客户实际上使你的推销变得更加容易。但愿以下11种赞美技巧可以帮助你更好地销售。

- ☐ 发现客户的评价需要,给予渴望的赞美 \ 96
- ☐ 发现客户不明显的优点,给予真诚的赞美 \ 99
- ☐ 发现客户与外表相异的品质,给予意外的赞美 \ 102
- ☐ 告诉客户使你愉悦的感觉,给予间接的赞美 \ 104
- ☐ 发现客户最近好的变化,给予惊喜的赞美 \ 105
- ☐ 借他人的评价或感受,给予坦诚赞美 \ 108
- ☐ 不由衷的赞美还不如不赞美 \ 110
- ☐ 赞美和谄媚,只有一步之遥 \ 112
- ☐ 一语中的,夸就夸到点子上 \ 114
- ☐ 以装愚示傻方式赞美客户 \ 117





☐ 在背后“故意”赞美客户 \ 119

第七章 会讨巧：

让客户喜欢你的12种心理技巧

本章想推销员介绍让客户喜欢你的12种心理技巧,讲得通俗一点,就是会讨巧。聪明的销售人员在说服客户的时候,懂得迎合客户的嗜好,这样能让对方感觉到受重视、受尊重。这种做法纯粹是出于热诚,而热诚永远是应酬成功的因素。只要你有足够的诚意,客户也能够教会你现场的应用知识、教会你该如何在他们那里得到认可,甚至教会你如何才能够实现差异化,走在竞争对手的前面。

- ☐ 满足他人的自我认同感 \ 124
- ☐ 创造开场白,让客户“第一耳”喜欢你 \ 125
- ☐ 发现他人优点给予真诚的赞美 \ 127
- ☐ 满足他人的急切渴望 \ 129
- ☐ 给他人些恩惠或礼物 \ 131
- ☐ 给他人以真诚微笑 \ 133
- ☐ 以他人的兴趣为话题 \ 136
- ☐ 帮助他人也就是帮助自己 \ 138
- ☐ 学会静听 \ 141
- ☐ 放下架子,虚心向客户请教 \ 144
- ☐ 成为能给他利益的人 \ 146

第八章 会暗示：

消除戒心与获得信赖的心理暗示

推销最重要的关键是建立跟顾客的信赖感。在销售过程当中,你必须花至少一半的时间建立信赖感。与客户打交道,消除客户的戒心很重要,只有在真心诚意的交往之下,产品才能够完美成交。销售人



员在了解和掌握足够的产品信息的同时,也十分有必要培养和锻炼自身的语言组织和表达能力,用最清晰、简明的语言使客户获得其想要知道的相关信息。

- ☐ 用“非言语讯息”使对方卸下心防 \ 152
- ☐ 调整“呼吸”节奏,增加共同体感觉 \ 155
- ☐ 巧妙地传出“同感讯号” \ 157
- ☐ 巧妙搭桥来沟通 \ 161
- ☐ 获得信赖感 \ 163
- ☐ 只用十秒时间就将重点表达出来 \ 165
- ☐ 把“回去的时间”说出来 \ 166
- ☐ 用事实和品质说话 \ 167
- ☐ 有效的承诺与保证 \ 169
- ☐ 利用身份的暗示技巧 \ 171

第九章 好产品:

让客户感兴趣的产品推介心理技巧

推销最终还是以产品为中心,将产品卖出去为终极目的。围绕产品,销售员应该做哪些准备工作,以使推销最终完美达成,这是本章重点要讲的内容。一般来讲,站在对方的立场上去介绍产品,客户会比较容易接受。顾客为什么会听取推销员的介绍,恐怕最重要的因素是顾客存在着某种尚待满足的需要。现代推销区别于传统推销的最大方面,就是它旨在满足需求和解决问题,推销员所介绍的产品只有与顾客利益密切相关时,才能受到重视和欢迎。

- ☐ 先推销人和理念,再推销产品 \ 174
- ☐ 站在对方的立场上去介绍产品 \ 175
- ☐ 表现自己的专业优势,帮客户作出选择 \ 177
- ☐ 以专家的眼光来介绍产品 \ 179
- ☐ 销售陈述其实可以妙趣横生 \ 180





- ☐ 强行推销就等于赶跑客户 \ 181
- ☐ 用行动证明诚意是最好的说服力 \ 182
- ☐ 产品优势介绍过多易引起逆反心理 \ 184

第十章 会应变：

使成交希望倍增的心理策略

推销是一种动态的商务活动，它要求销售员必须面对复杂多变的情势做出最为恰当的心理调整和应对策略。推销的目的在于成交，这是毋庸置疑的，然而，究竟什么时候才是购买达成的时机呢？这常常令人费解。倘若漫无目标地等待，成交绝对无望。因此，推销员必须积极主动地掌握才行。但若是急着达到目的，总想提早结束商谈，成功的机会也会渺茫。

- ☐ 坦诚相对，打动客户 \ 188
- ☐ 伸手不打笑脸人 \ 189
- ☐ 随机应变，顺势借力 \ 190
- ☐ 客户的兴趣要尽量满足 \ 192
- ☐ 强硬语气有时反而见效 \ 193
- ☐ 无声之处胜有声 \ 194
- ☐ 反问可化解客户对产品的质疑 \ 196
- ☐ 买点和卖点统一，生意就能做成 \ 198
- ☐ 及时嗅出成交的味道 \ 200
- ☐ 让客户先把产品拿走，成交希望更大 \ 202
- ☐ 关键时刻“推”客户一把 \ 203
- ☐ 制造悬念，吊人胃口 \ 204

第十一章 会报价：

为争取利益而讨价还价的心理技巧

对于推销员来说，掌握顾客讨价还价的心理和动机是十分重要的。如果推销员要想在讨价还价中获胜，就必须先分析顾客在价格异议的背后，究竟是哪种动机在作怪。只有这样，推销员才能摸准顾客是否有意购买或愿意花多少钱购买。

☐ 尽快摸清对方价格意图 \ 208

☐ 讨价还价的技巧 \ 209

第十二章 会说服：

摆平异议，并让客户最终下决心的策略

推销就是语言的艺术，在说服中运用一定的语言诱导是很重要的，但是，运用语言诱导的时候，必须强调话语的适当性。确保使用的语言能够达到一定的说服效果；如果语言运用不恰当，有可能会带来完全相反的效果。推销其实是一种说服过程，聪明的推销员说服总是很得法。本节介绍一些方法，供推销员参考。

☐ 客户的性格特点要适应 \ 218

☐ 了解客户异议背后的真实意图 \ 224

☐ 你的目的是推销，而不是争论 \ 225

☐ 点滴抱怨当用心对待 \ 227

☐ 应多用积极的字眼进行说服 \ 228

☐ 描绘一个美妙的意境引领客户去畅想 \ 229

☐ 推销高手善于制造幽默 \ 231

☐ 对客户进行巧妙的语言诱导 \ 232

☐ 针对客户的立场选择你所要说的话 \ 233

☐ 在挫折面前坚守信心 \ 235





第十三章 会公关：

送礼、求人、宴请的公关技巧

公关能力在推销中起着举足轻重的作用。公关的方式很多,送礼是经常使用的一种方式。但送礼实在是一件不折不扣的苦差事。要希望自己能给对方送对礼物,在行动之前是需要好好筹划的。推销公关中,求人也很有学问。比如推销员在给男客户下订单之前,先把他们的爱人的兴趣点摸准。男客户的爱人这一关做通了,下订单就很顺利了。采用“夫人路线”迂回接近目标,最终拉近彼此的感情,为成交做好铺垫。

- ☐ 送礼的技巧 \ 240
- ☐ 求人的技巧 \ 244
- ☐ 商务应酬须知 \ 251

第十四章 会善后：

货款回收与售后服务的心理技巧

售后服务是整个物品销售过程的重点之一。好的售后服务会带给买家非常好的购物体验,可能使这些买家成为你忠实用户,以后经常购买你店铺内的物品。售后服务中,经常遇到的是客户的抱怨问题。提出抱怨的顾客,通常情绪激动,怒火中烧,如果处理方法稍有不慎,就足以引发一场“战争”。推销员必须学会处理抱怨的原则。在交易完后如何与客户建立长期友谊,也是一件值得销售员思考的问题。你不一定要和顾客签什么合约,而要把重心放在如何让你周围的人参与到你的销售活动中,从如何来帮助你这个问题上进行考虑才行。

- ☐ 下苦功提升售后服务的着眼点 \ 266
- ☐ 妥善处理客户的抱怨 \ 268
- ☐ 如何克服赊销埋下的隐患 \ 270
- ☐ 应收账款回收的方法 \ 271



- ☐ 如何应对不同原因的欠款不还者 \ 272
- ☐ 交易完后如何与客户建立长期友谊 \ 274
- ☐ 重视长远目标 \ 276

第十五章 会说话:

别说N种让客户崩溃的傻话

作为一名优秀的推销人员,你应在3-5分钟使一个原本陌生的客户建立一见如故的亲合力,只有交易双方在十分融洽的环境中,双方都不好轻易否定对方从而不让对方说“不”。对推销员来说,有一张口齿伶俐的嘴巴最为重要,即使对于那些“金牌销售”来说,也总有一些话语让他们时刻警醒。销售员千万不要挖苦客户,因为无论何种讽刺都是带有攻击性的,即使是友善的嘲弄,有时也会对客户产生有害的情绪,要知道哪些话语是一出口就让顾客崩溃的雷区。

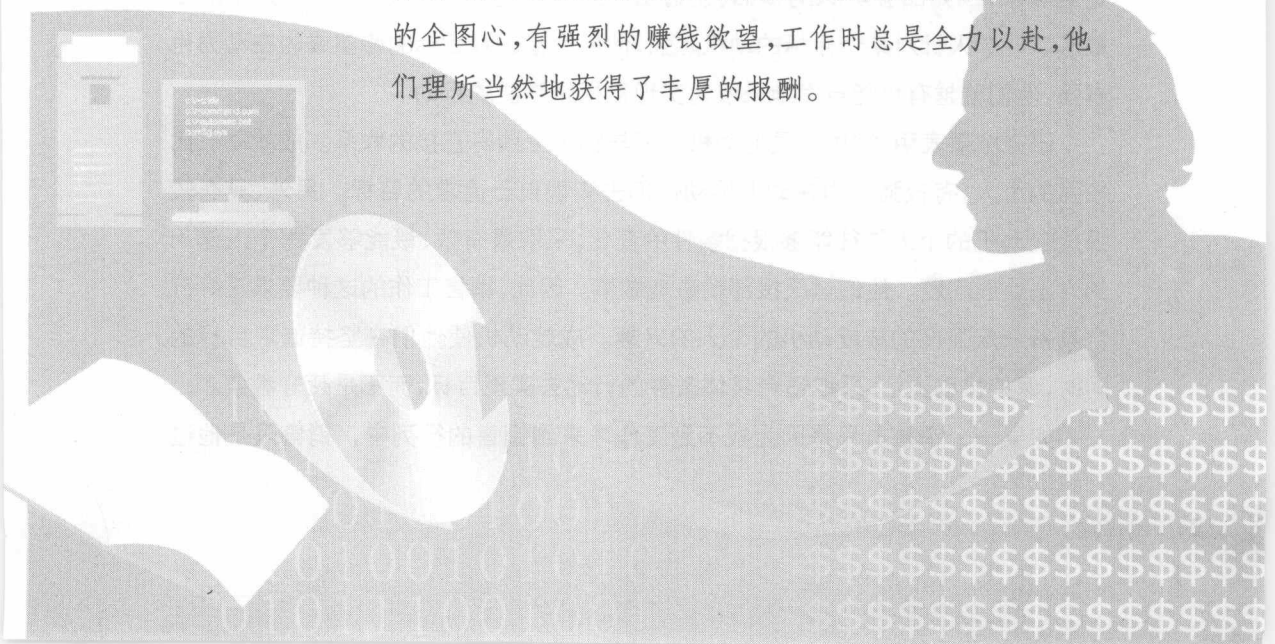
- ☐ 安慰的话没说好,小心变刺刀 \ 280
- ☐ 愈强调“我不说假话”的人,愈使人怀疑 \ 281
- ☐ 不要以貌取人 \ 282
- ☐ 不要把无趣当幽默 \ 284
- ☐ 过度的心直口快是业绩终结者 \ 285
- ☐ 有些“不对”不必说出原因 \ 286
- ☐ 要斟酌字眼——销售的三小细节 \ 287
- ☐ 销售人员说话九大类禁忌 \ 288



第一章

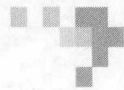
好心态：优秀业务员必须具备的心理素质

成熟的心理素质是一个优秀推销员的必备条件。推销员只有在心理上成熟，其在社会大众面前行使的推销行动才能够成功。优秀推销员的所具备的心理素质一般包含强烈的推销欲望、热情、自我推销能力、充分的自信、勇于创新等各个方面。具有较强成就动机的个人往往能够根据条件的变化，采取最有效、最能够发挥个人作用的方法处理问题。业绩优秀的销售员都是拥有强烈的企图心，有强烈的赚钱欲望，工作时总是全力以赴，他们理所当然地获得了丰厚的报酬。





推销欲望:是想要,还是一定要



销售人员的动机特征与销售业绩有直接的联系。成就动机比较强的个人,有较强的内在动力推动他们去实现自己追求的目标。另外,具有较强成就动机的个人往往能够根据条件的变化,采取最有效、最能够发挥个人作用的方法处理问题。他们讨厌按部就班地做事。业绩优秀的销售员都是拥有强烈的企图心,有强烈的赚钱欲望,工作时总是全力以赴,他们理所当然地获得了丰厚的报酬。

推销员总是会感到有一些微妙的东西存在,这些东西对他的销售能力有重大的影响。只是这些东西若隐若现,难以琢磨。心理学家的大量研究发现表明,人的社会性动机其实就是这样的因素。

世界著名的心理学家、哈佛大学教授麦克里兰博士在《人类动机》一书中指出,社会性动机对销售业绩有直接的影响。社会性动机包括成就性动机、亲和性动机、影响性动机,根据他的研究,高成就性动机与出色的销售业绩直接相关。

按照麦克里兰博士的定义,动机反应了个人追求特定目标状态的内在的欲望或需求,例如品尝美味的食品、创造出与众不同的产品或方法、得到大家的爱戴等。一个人针对某个目标的动机越强,他们希望达到目标的愿望或内在动力也越强,他们就越有可能自发地采取为实现目标所需要的行动。

研究结果表明,销售人员的动机特征与销售业绩有直接的联系。成就动机比较强的个人,有较强的内在动力推动他们去实现自己追求的目标。另外,具有较强成就动机的个人往往能够根据条件的变化,采取最有效、最能够发挥个人作用的方法处理问题。他们讨厌按部就班地做事。因此,销售工作的这种要求正好符合具备一定强度的成就动机的个人的兴趣。成就动机使他们在坚持追求目标的同时,保持机动灵活,采取适合具体条件的行动去实现目标,而不是死守教条。

如果一个销售员只是因为找不到工作才来到销售的行列中,销售只是他过

