

销售读心术

利用心理学战术化解销售难题的

最佳读本

ZUI JIA DU BEN

XIAOSHOU
DUXINSHU

郑一群◎著

地震出版社

◎ 唯有读懂人心，才能突破客户心理防线；
◎ 唯有读懂人心，才能洞悉客户消费心理；
◎ 唯有读懂人心，才能抓住客户心理弱点；

唯有读懂人心，才能拉近客户心理距离；
唯有读懂人心，才能洞察客户心理需求；
唯有读懂人心，才能引导客户轻松成交。

为什么总是你的业绩垫底？

为什么你总是遭遇到客户拒绝？

为什么你不能成为优秀的销售人员？

是公司的产品没有竞争力？

是市场竞争太激烈？



贵财图

1245182



销售读心术

最佳读本

利用心理学战术化解销售难题的

郑一群◎著

为什么总是你的业绩垫底？
为什么你总是遭遇到客户拒绝？
为什么你不能成为优秀的销售人员？
是公司的产品没有竞争力？
是市场竞争太激烈？
还是目前经济不景气？
请不要再找借口了！
问题就是出在你自己身上！



地震出版社

图书在版编目(CIP)数据

销售读心术 / 郑一群著. —北京:地震出版社, 2011.7

ISBN 978-7-5028-3899-7

I. ①销... II. ①郑... III. ①销售-商业心理学 IV. ①F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 091459 号

地震版 XM2283

销售读心术

郑一群 著

责任编辑:范静泊

责任校对:孔景宽

出版发行:地震出版社

北京民族学院南路 9 号

邮编:100081

发行部:68423031 68467993

传真:88421706

门市部:68467991

传真:68467991

总编室:68462709 68721982

传真:68455221

E-mail: seis@mailbox.rol.cn.net

经销:全国各地新华书店

印刷:三河市文阁印刷厂

版(印)次:2011 年 7 月第 1 版 2011 年 7 月第 1 次印刷

开本:787×1092 1/16

字数:208 千字

印张:15.5

书号:ISBN 978-7-5028-3899-7/F(4540)

定价:29.80 元

版权所有 翻印必究

(图书出现印装问题,本社负责调换)



前 言

为什么你总是业绩垫底？为什么你总是遭遇到客户拒绝？为什么你不能成为优秀的销售人员？是公司的产品没有竞争力，是市场竞争太激烈，还是目前经济不景气？请不要再找借口了，问题就是出在你自己身上。

因为现在是买方市场，所以销售员不但必须对自己的产品了解透彻，而且需要了解客户的所思所想，你只有掌握了客户的心理，这样才能实现产品的销售。

“成功的推销员一定是一个伟大的心理学家。”这是销售行业的一句名言。销售不懂心理学，就犹如在茫茫的黑夜里行走，永远只能误打误撞，因为销售工作是面对人的，可以说顾客就是市场。但是，在实际销售当中，很多销售人员却都忽略了心理销售这一重要环节。

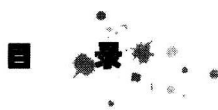
没有谁是天生的销售奇才，也没有谁天生就不适合做销售。销售的目的是完成交易，而要完成交易首先要了解客户的心。销售的最高境界不是把产品“推”出去，而是把客户“引”进来！所谓“引”进来，就是让客户主动来购买。

对于销售人员而言，成功销售并不困难，那就是：察言、观色、读心。洞察客户心理、了解客户喜好，引导客户消费行为，激发其潜在的购买欲望。可以说，销售是一场心理博弈战，利用心理战术，抓住对方心理；操控客户心理，化解销售难题！

本书引证了大量经过科学检验的心理实验，汇集了大量相关的销售

销售读心术

实战案例，提炼出了在销售中卓有成效的各种心理策略。每种心理策略都环环相扣，直击销售全流程中客户的各种心理，让你能够轻松应对并掌握客户的心理变化——读心攻心，让你进入一个“知己知彼、百战百胜”的销售境界。帮助你提升销售业绩、改善人际关系、增加销售收入，让你能跻身销售精英行列。



目 录

第一章 突破客户心理防线——销售从拒绝开始

销售是一项挑战自我的工作,再成功的销售员也会遭到客户的拒绝,因为销售从拒绝开始。一个有作为的销售员,无论遭到怎样的拒绝,都能保持彬彬有礼,毫不气馁,从客户拒绝的借口中看穿其本意,并善于改变对方的观念,把冷漠的抗拒变为对商品的关心,从而销售出你的产品。

- 不要害怕客户的拒绝 /2
- 拒绝是销售的开始 /5
- 利用幽默打开客户的心扉 /8
- 争辩是销售的大忌 /11
- 与客户“同流”才能交流 /14
- 客户的拒绝和应对技巧 /17
- 善待拒绝,自我反省 /20

第二章 拉近客户心理距离——销售产品先销售自己

销售人员在销售的过程中最应该销售的是自己。销售人员应该努力

销售读心术

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。当你成功地把自己销售给了客户,接下来的工作就会顺利得多。因此,拉近客户心理距离,让客户接受自己,是销售人员的首要任务。

及时搜集客户信息 /30

想办法接近你的客户 /32

给客户以真心的赞美 /36

和你的客户“谈恋爱” /40

付出真诚,赢得客户 /43

认同别人,才有机会肯定自己 /48

客户永远是对的 /51

第三章 洞悉客户消费心理——为客户着想,赢得客户的心

一般客户在成交过程中会产生一系列复杂、微妙的心理活动,包括对商品成交的数量、质量、价格等问题一些想法,以及如何付款,订立什么支付条件等。所以只有充分了解客户的消费心理才能知彼知己,百战不殆。

解读客户的购买信息 /56

客户的心思你来猜 /62

嫌货才是买货人 /66

通过询问发现客户的需求 /70

帮助客户省钱 /73

抓住客户的消费心理 /75

客户需求的两大公式 /78



第四章 洞察客户心理需求——看看你的“上帝”在想什么

作为一个优秀的销售人员,应该走出自己的心理定位,想尽办法走入客户的心理世界,设身处地地站在客户的角度去思考问题、理解客户的观点、知道客户最需要的和最不想要的是什么,不对客户需求做主观的判断,而是要培养对方成为我们的客户。只有这样的换位思考,才会获得成功销售的重要秘诀。

- 善于发现客户的兴趣 /84
- 主动地为客户着想 /88
- 满足客户,接近客户 /90
- 让客户感受到你的关心 /96
- 销售就是解决客户的难题 /98
- 客户需求的4个要素 /102
- 帮助客户,成就自我 /106

第五章 读懂客户肢体语言——透析潜藏的销售密码

一个优秀的销售人员,不仅要听其言,还要观其行,这样才能准确地了解到客户真实的内心,从而把握销售的主动权。兵法中说:知己知彼,百战不殆。如果读懂了客户的肢体语言,我们将获得掌控销售的密码,在与客户的谈判中亦将无往不胜。

- 看客户眼色行事 /112
- 丈量客户的心理距离 /114
- 找出当家做主的人 /116
- 小动作,大误会 /120
- 从饮食判断客户的个性 /122

从穿着窥出客户的购买力 /124

第六章 抓住客户心理弱点——每个客户都有自己的软肋

销售人员在销售过程中,会遇到各种各样的客户:有的客户难以说服,有的客户故意制造麻烦……对这样的客户,销售人员应该善于把握其心理特点,找到其心理的弱点,在潜移默化中,使客户的态度转变过来,把“问题客户”变成“友好客户”,以促进销售工作的顺利开展。

面子“事儿大”,价格“事儿小” /128

掌握客户的喜好程度 /130

让客户变成冲动的“魔鬼” /133

激发客户的攀比心态 /136

抓住客户的“七寸”要害 /138

不同的类型,不同的对策 /141

第七章 利用销售心理效应——不可不知的销售必杀技

为什么有些客户只买贵的,不要便宜的?为什么有些客户会成为一个品牌的忠实粉丝?客户当然不是傻瓜,他们花钱购买商品的目的并不仅仅是为了获得直接的物质满足,更大程度上是因为心理的需要。只要恰当地运用“心理效应”,便能够消除客户的一些顾虑,改变客户的一些想法,使客户更加确认买你的产品。

门槛效应:循序渐进,得寸进尺 /146

权威效应:客户喜欢跟着“专家”走 /148

稀缺效应:越稀少客户越想要 /151

禁果效应:你越不想卖,客户偏想买 /153



账户效应:让客户感觉钱得来容易 /156

焦点效应:让客户痛痛快快地掏腰包 /159

情感效应:得人心者得天下 /161

第八章 展开销售心理博弈——打赢销售这场心理暗战

销售的最高境界不是把产品“推”出去,而是把客户“引”进来!所谓“引”进来,也就是让客户主动来购买。可以说,销售是一场心理博弈战,谁能够掌控客户的内心,谁就能成为销售的王者!在销售的过程中,恰当的心理策略能够帮助销售人员取得成功,使得销售行为的效率最大化,从而创造骄人的业绩。

消除客户心中的障碍 /166

让客户自己做决定 /170

高开实价,预留空间 /174

谈判不可过早让步 /177

适时沉默,不攻自破 /180

稳定情绪,达成协议 /184

因人而异,打动人心 /186

第九章 进行客户心理操纵——巧妙俘虏客户的心

销售是一门心理学,也是一门艺术,在现代竞争激烈的市场社会,它要求销售员灵活地运用销售心理学,才能在快速发展的市场中占有一席之地。因此学习各种不同的销售心理技巧与方法,将有助于自己销售业绩的提高。

掌控客户心理落差 /192

销售读心术

- 找到情感的切入点 /194
- 激发客户的购买欲望 /198
- 诱发客户的好奇心 /202
- 不同客户,不同对待 /204
- 巧用暗示,销售有道 /207
- 创造需求——将不可能变成可能 /210

第十章 提高客户心理满足——销售就是为“上帝”服务

当今企业的竞争中,售后服务是一项不可有任何忽视的重要内容。一般来说,在质量、价格基本相当的商品中,谁为消费者服务得好,谁就卖得快,卖得多,谁就能占领市场。良好的售后服务,能够提升客户的满意度,加强客户和销售人员之间的信任关系。作为回报,这种信任和信赖关系的建立将导致客户重复购买和未来业务关系的巩固,使销售人员的业绩持续提升。

- 正确处理客户的投诉 /216
- 把客户的错误揽到自己身上 /219
- 虚心接受客户的批评 /221
- 耐心倾听客户的抱怨 /224
- 提供良好的售后服务 /227
- 留住老客户的心 /230
- 双赢才是赢 /232

第一章

突破客户心理防线——销售从拒绝开始

销售是一项挑战自我的工作，再成功的销售员也会遭到客户的拒绝，因为销售从拒绝开始。一个有作为的销售员，无论遭到怎样的拒绝，都能保持彬彬有礼，毫不气馁，从客户拒绝的借口中看穿其本意，并善于改变对方的观念，把冷漠的抗拒变为对商品的关心，从而销售出你的产品。



不要害怕客户的拒绝

在销售人员当中，曾流传着一个著名的笑话：如果你向 100 个人询问他们今天是否想买你的产品和服务，90% 会回答“不”，剩下的 10% 会回答“见鬼，不”。可见要取得客户的订单，销售人员首先必须战胜客户的拒绝，否则就无法抵达胜利的彼岸。

有一个销售员，名叫约翰，面对客户多次说“不”的拒绝，他仍旧锲而不舍，千方百计地要把自己的阀门，销售给纽约的一家食品厂，该食品厂使用另一个牌子的阀门已有 25 年的历史了。

有一天，在吃午饭时他截住食品厂的总机械师，说他下午两点要去见他。两点刚过，总机械师气冲冲地走进会客厅，用愠怒的目光瞪了约翰一眼。约翰慌忙请他坐下，开门见山地问：“您用的阀门漏不漏？”

“买阀门不是我的事！”总机械师大声说：“你去找总工程师吧。”

约翰装作没听见他的话，继续问：“什么设备上的阀门泄漏最多？”

“焦糖蒸汽罐上的，”总机械师不情愿地承认，“但我无权购买任何阀门。”

这时，约翰已经开始展示自己的样品，他把阀门拆开让总机械师看。由于在硬座和底盘之间垫的是修剪好的薄钢片，因而阀门可以做到绝对的密封。

“您们的焦糖蒸汽罐上使用多大尺寸的阀门？”他问。

“3/4 英寸的，”总机械师回答，“但我已经告诉你——我什么阀门也不要。”

约翰根本不听此话，却对陷入困惑的总机械师下令道：“您写一张请购单，就说需要一只 3/4 英寸的实心阀门——进屋去给您们采购员要一张单子。然后您就会看到阀门的泄漏问题将会彻底解决。快去吧！”

总机械师走进屋里，为那一只试用的阀门拿来请购单。约翰在几分钟之内做到了他们公司的经销商及销售员 25 年来未曾做到的事，原因是只要出现“不”字，他的耳朵就会自动堵上。

还有一位销售人员，他从 40 岁开始从事销售工作，在此之前他从来没有过任何销售经验。可是不到一年半的时间，他就成了当地最杰出的销售人员，其所创造的业绩记录很久都没有人能打破。

有一次，有人问他，“你是怎样成功的，难道你不怕被别人拒绝吗？”他说：“老实告诉你，我还真的挺怕被客户拒绝的。”

人们觉得很奇怪，就接着问：“那每当客户不买你的产品时，你心里是怎么想的呢？”

他说：“当客户不买我的东西时，我并不觉得他们是在拒绝我，我只是认为自己还没有解释清楚，他们还不太了解而已。”

“那你会怎么做呢？”

“很简单啊。既然他们不太了解，我就再换一种方式向他们解释，如果还不了解，那么我就再换一种，一直到客户完全了解为止。”

曾经有一个客户，他一直解说了一年多，换了 20 多种方式才终于让他了解了产品的优点及好处，从而向他购买了产品。

这位销售人员成功的秘诀在哪里呢？很简单，就是他对于“不”所下的定义。

对每一个销售人员来说，被客户拒绝都是家常便饭。那么，面对这样的情形该怎么办呢？

1. 相信自己的产品

对商品要有充分的知识，并确信其为优秀品质。因此，在语辞上自

然便具备了权威，说服力也会表现出来。

2. 不要与客户争论

销售人员不要对客户的反对意见完全否定或做议论，不管是否在议论上获胜，也会对客户的自尊造成伤害，如此要成功地商洽是不可能的。

3. 再坚持一会儿

当客户拒绝时，销售人员不要轻易就表示放弃。你要去寻找客户拒绝你的真正原因，看它是不是真的不可改变。

4. 组织好语言

在与客户商洽中，若是做慌张又语无伦次的回答方式，是非常糟糕的。所以销售人员应在事前先做反对的预测，研究处理的方法或应对话术。

5. 经常做新鲜的对应

客户之所以反对，一定有其原因，特别是在技术革新脚步急促的今日，陈旧的说明是无法对应的。因此，销售人员需要收集最新的消息或资料，以提供对客户有利的讯息。

6. 用真诚的语言说服

不是真心诚意的话语没有力量，它是无法说服反对的客户的。对于反对处理而言，真诚乃是最重要的条件。

通常，客户对销售人说“不”，只是客户习惯性的反射动作，除非他听了介绍就买——很可惜这样的情况比较少，大部分人甚至还没有听完你的介绍就摇头或挂断电话。假如客户拒绝了你，不要抑郁，不要愤慨，因为那些对你开展业务毫无帮助，你最需要的是冷静地分析：他为什么拒绝？

在拒绝面前，销售人员一定要有从容不迫的气度和经验，不要因遭到拒绝而灰心丧气停止销售。因为成功就隐藏在拒绝的背后！

拒绝是销售的开始

对于拒绝，每个销售员都应当视为一次提升自己的绝好机会；每一次销售失败都应当是你再一次成功的开始。

几乎所有的销售人员都有一个共同的感受和经历，就是成功的销售是从接受客户无数次拒绝开始的。勇敢地面对拒绝，并不断从拒绝中汲取经验教训，不气馁、不妥协，这是销售人员首要学会的第一课。

麦利为了拓展服装店的生意，积极进行着开发活动。他在打算进入一家店面之前，他准备先在店面附近的仓库出入口逛逛。这时，他听到仓库内传来了争吵的声音，面对这种形势，麦利觉得会对销售十分不利。但既然来了，便决定上前和店主打个招呼。

于是，麦利上前对店主说：“您好！不好意思耽误您的宝贵时间，我只是想和您打个招呼而已。我是枫叶服装公司的麦利。”麦利边说边恭敬地递上了自己的名片。

当然，麦利知道在这种情况下，不可能销售成功的，他也只是抱着再来一次的心里。但是令麦利意想不到的是，店主看也没看一眼名片便把它丢在了地上，说：“我不需要你的东西，请走远点儿。”

见到对方这种态度，麦利十分愤怒，但却压住了心中的怒火，弯下腰拾起被扔在地上的名片，并且说：“很抱歉打扰您了！”

得知这种情况后，麦利的同事都认为这家店一定攻不下来，但是在半个月后，麦利还是再度前往拜访。来到店中，店主十分不好意思，向麦利解释说自己那天的行为并不是故意的，只是当时心情不好，所以才

会有那种过火的行为。后来还欣然接受了麦利的销售，并且还成为了麦利的最佳客户。

可见，成功的销售员总是勇于面对客户的拒绝。实际上，很多时候，被客户拒绝并不意味着机会永远丧失。当销售人员遇到拒绝时，一定要首先保持良好的心态，要理解客户的拒绝心理，要以顽强的职业精神，不折不挠的态度正视拒绝，千万不要因此而心灰意冷，放弃这项工作。如果你持之以恒，把所有的思想和精力都集中于化解客户的拒绝之上，自然就会赢得客户。

世界寿险首席销售员齐藤竹之助之说：“销售就是初次遭到客户拒绝之后的坚持不懈，也许你会像我那样，连续几十次、几百次地遭到拒绝。然而，就在这几十次、几百次的拒绝之后，总有一次，客户将同意采纳你的计划，为了这仅有的一次机会，销售员在做着殊死的努力，销售员的意志与信念就显现于此。”

一位销售专家曾经说过：“每一次明显的销售尝试都会造成沟通上的抵制。”人们都是不喜欢成为销售对象，尤其是成为一个陌生人的销售对象。当他们看到你走过来时，他们不一定总是躲起来，但他们会竖起其他形式的障碍，甚至可能是一个隐藏他们自然本性的防御性的面具，为了成功，你必须剥去这层人造外壳。

销售肯定有抗拒，如果每个人都排队去买产品，那销售人员也就没有作用，顶尖销售人员也不会被人们所尊重。所以销售遭受拒绝是理所当然的。

优秀的销售人员认为被拒绝是常事，并养成了习惯吃闭门羹的气度。他们会时常抱着被拒绝的心理准备，并且怀有征服客户拒绝的自信，这样的销售人员会以极短的时间完成销售。即使失败了，他们也会冷静地分析客户的拒绝理由，找出应对这种拒绝的方法来，待下次遇到这类拒绝时即可从容应对，成功率也会越来越高。