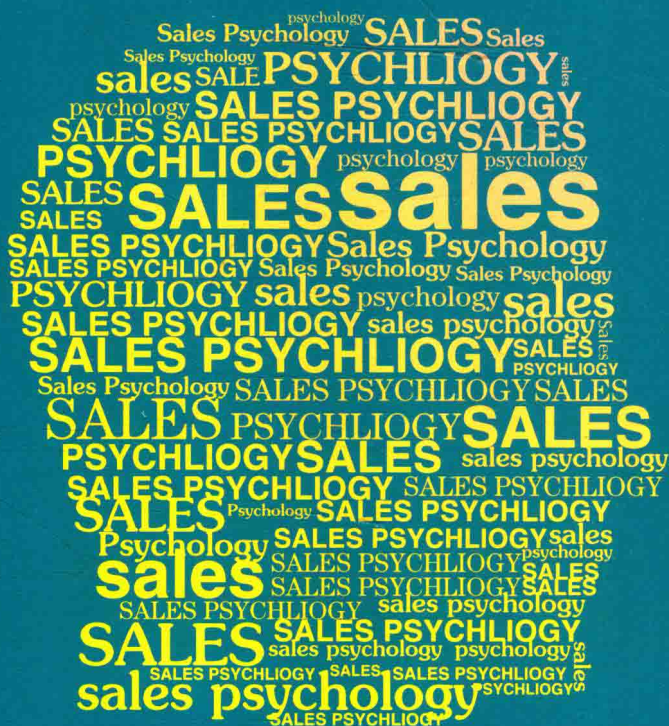


卓 / 越 / 的 / 销 / 售 / 者 / 都 / 是 / 心 / 理 / 学 / 家

如何用心理学化解销售难题  
来自销售一线的案例与经验

# 销售攻心术

宇峰◎著

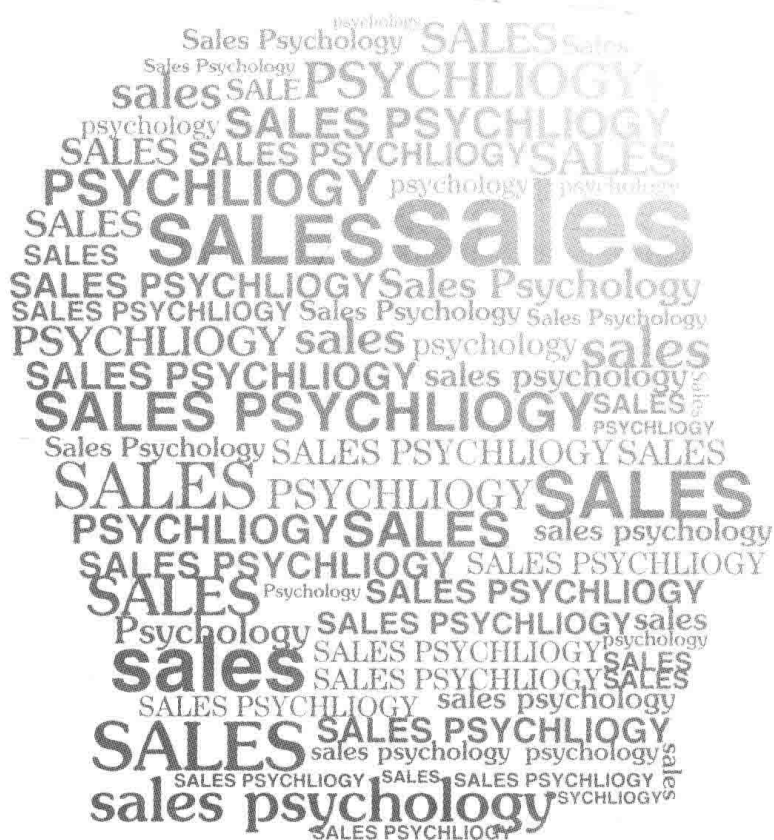


客户不是购买产品，而是“购买”推销产品的人  
如果你想成功拿下订单，就必须读懂客户的内心和了解客户的需求

时事出版社

# 销售攻心术

宇峰◎著



时事出版社

图书在版编目（CIP）数据

销售攻心术 / 宇峰著. —北京：时事出版社，

2016.8

ISBN 978-7-5195-0000-9

I . ①销… II . ①宇… 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 135365 号

出版发行：时事出版社

地 址：北京市海淀区万寿寺甲 2 号

邮 编：100081

发行热线：（010）88547590 88547591

读者服务部：（010）88547595

传 真：（010）88547592

电子邮箱：shishichubanshe@sina.com

网 址：www.shishishe.com

印 刷：北京建泰印刷有限公司

---

开本：787×1092 1/16 印张：20 字数：272 千字

2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷

定价：35.00 元

（如有印装质量问题，请与本社发行部联系调换）

“成功的销售人员一定是一个伟大的心理学家。”这是销售行业的一句名言。

从某种程度上说，销售不仅是一份工作，也是一门艺术，更是一场心理博弈战。销售要做的不仅仅是将商品卖给客户那么简单，而是智慧的较量，也是心与心的较量。在这场战役中，你打赢了，订单就是你的！无论是原一平、乔·吉拉德，还是汤姆·霍普金斯、弗兰克·贝特格，这些人之所以能够成为顶级的销售大师，正是因为他们谙熟推销心理学的运用技巧，巧妙地运用了攻心术。

所谓销售攻心术，就是一种洞察人心、赢得信任的技术。销售人员利用说话及心理技巧，识别客户的购买意图，拉近与客户之间的距离并获得客户的认同，从而轻松地搞定客户。真正掌握销售攻心术的人，可以洞悉客户的心理，从而对症下药，

让客户在不知不觉中接受你及你的商品。

美国一项调查显示,那些顶级销售人员的业绩通常是一般销售员的300倍。在大多数企业中,80%的业绩是由20%的销售员创造出来的,而这20%的人并不一定能言善辩,也不一定能力卓越,但是他们都有一个共同点,那就是掌握了销售攻心术。

所以说,能否获得出色的成绩,在很大程度上取决于销售人员与客户沟通、交际、博弈的能力。很多销售员都明白这个道理,但是在销售的过程中却难以尽如人意。很多销售员不知道如何面对客户的拒绝,如何让客户心甘情愿地购买产品;有些销售员不知道该如何开场、如何介绍自己;有些销售员经常早出晚归,跑遍大街小巷却一无所获;有些销售员常常口若悬河、滔滔不绝,却只能得到客户的拒绝;有些销售员千方百计想要得到客户的信任,却越做越错……这主要是因为他们不懂得心理学,没有搞懂客户真正的心理需求。

兵法说“攻心为上”,销售也是如此,谁能够掌控客户的内心,谁就能成为真正的赢家。本书对销售人员具有较强的指导作用,可以帮助销售人员掌握不同客户的性格特征和心理特征;掌握赞美客户的技巧,赢得客户的认可和信任;突破客户的心理防线,最终轻松赢得订单。我们相信,通过阅读本书,你必定可以提高销售技巧,让销售业绩直线上升。

# 目录

## Contents

### 第一章 心理修炼术

——销售在于用心，拼的就是心理

1. 没有成功的欲望，就不能成为顶尖推销员 …… 003
2. 用热忱刺激客户的购买欲 …… 006
3. 先把自己推销给客户 …… 008
4. 拥有自信，你就成功了一半 …… 010
5. 主动去敲开客户的门 …… 012
6. 克服销售中的胆怯心理 …… 015
7. 把斧子推销给小布什 …… 017
8. 把拒绝当成家常便饭 …… 019

### 第二章 形象修习术

——好形象营造吸引客户的强大气场

1. 给顾客留下良好的第一印象 …… 025
2. 气质也是一种自我推销 …… 027
3. 一个微笑胜过十句话 …… 029
4. 礼仪是推销员最好的名片 …… 032

5. 身体语言比说话更有效 .....	033
6. 你真诚地对待客户，客户自然真诚地对你 ...	036
7. 不得不注意的形象细节 .....	038

### 第三章 识人读人术

#### ——不同客户的性格和心理特征

1. 说服理智型客户，最有效的就是坦诚 .....	043
2. 说服任务型客户，必须注重第一印象 .....	046
3. 面对贪婪型客户，千万不可完全满足 .....	048
4. 面对主人翁型客户，在价格上下功夫 .....	049
5. 说服抢功型客户，一定要站在他的角度 .....	051
6. 面对吝啬型客户，拿下一单是一单 .....	054
7. 对付刁蛮型客户，坚持就事论事 .....	056
8. 应对关系型客户，不可过分纵容 .....	058
9. 面对综合型客户，根据性格对症下药 .....	061
10. 对于潮流型客户，尽量让他高兴 .....	063

### 第四章 电话说服术

#### ——电话销售成功的心理学技巧

1. 电话销售，没什么可怕的 .....	069
2. 有力的声音让客户喜欢你 .....	073
3. 巧妙地向客户提问题促进成交 .....	075
4. 有效沟通的三招半 .....	079
5. 三个步骤搞定你的客户 .....	081
6. 跨过秘书，直接找到大老板 .....	084

7. 掌握电话邀约的技巧和原则 .....	087
-----------------------	-----

## 第五章 心理吸引术

### ——给客户留下良好的第一印象

1. 拜访之前，检查一下自己的仪表 .....	093
2. 恰到好处的言谈举止 .....	095
3. 透过走姿体现你的自信 .....	099
4. 让交换名片变得更简单 .....	101
5. 任何理由也不要迟到 .....	105
6. 7秒钟就建立好形象 .....	108
7. 细心观察找出“关键人物” .....	110
8. 运用好“寒暄”这个武器 .....	113

## 第六章 心理掌控术

### ——会赞美，把话说到客户的心坎里

1. 把话说到客户的心坎里 .....	119
2. 挖掘出客户身上的潜在优点 .....	122
3. 发现客户身上的闪光点 .....	126
4. 有时“迷魂汤”很管用 .....	128
5. 留意客户身上的变化 .....	130
6. 用别人的话说出你的赞美 .....	133
7. 恭维的话也要说到点上 .....	135
8. 赞美的话不在多，而在于真诚 .....	137
9. 一下就抓住客户的软肋 .....	140
10. 间接赞美，在背后说客户的好话 .....	143



## 第七章 心理迎合术

### ——重视客户的真正心理需求

1. 第一句话就抓住客户的心 ..... 149
2. 引导客户跟着自己的思路走 ..... 152
3. 满足客户的真正心理需求 ..... 154
4. 适当给客户一些恩惠或礼物 ..... 156
5. 让客户心甘情愿掏出钱 ..... 159
6. 迎合客户感兴趣的话题 ..... 162
7. 帮助客户，让他成为你的朋友 ..... 165
8. 说不如会听，认真倾听客户的诉求 ..... 168
9. 尽量满足客户的优越感 ..... 172
10. 掌握客户的需求特性 ..... 174

## 第八章 心理暗示术

### ——不知不觉中消除客户的戒心

1. 透过“非语言符号”暗示客户 ..... 181
2. 交流时使用对方的频道 ..... 185
3. 利用客户渴望被认同的心理 ..... 188
4. 用好桥梁，拉近与客户的关系 ..... 192
5. 80%的订单靠倾听来完成 ..... 195
6. 简明的语言更有力 ..... 197
7. 谈判时，适当给客户施加压力 ..... 198
8. 用心服务，提高客户满意度 ..... 200
9. 打好名人效应这张牌 ..... 202

## 第九章 产品推介术

### ——如何让客户对产品感兴趣

1. 推销产品，应先推销自己 ..... 207
2. 产品应有助于客户解决问题 ..... 208
3. 掌握丰富的专业知识 ..... 211
4. 明白如何介绍自己的产品 ..... 213
5. 让产品介绍变得更有趣 ..... 215
6. 强行推销不如巧妙引导 ..... 216
7. 有效地消除客户的抵触情绪 ..... 218
8. 不要喋喋不休，更不要贬低对手 ..... 219

## 第十章 心理博弈术

### ——洞察变化无常的客户心理

1. 用真诚消除客户的警戒心 ..... 225
2. 运用顺势借力的技巧 ..... 226
3. 每一个环节都围绕着客户 ..... 228
4. 善用客户的逆反心理 ..... 229
5. 巧用反问化解客户的质疑 ..... 231
6. 摸清客户的购买动机 ..... 233
7. 及时捕捉成交的信号 ..... 236
8. 免费试用，巧用客户占便宜心理 ..... 238
9. 谈判桌上，关键时刻退一步 ..... 239
10. 千万不要泄露自己的底牌 ..... 241
11. 掌握讨价还价的策略 ..... 243

## 第十一章 心理攻坚术

### ——如何坚定客户的购买决心

1. 搞懂客户为什么会拒绝 ..... 255
2. 尽量避免与客户争论 ..... 256
3. 有效处理客户抱怨的四大技巧 ..... 259
4. 沟通中多用积极的字眼 ..... 261
5. 强调产品的突出价值 ..... 262
6. 尽量让客户说“是的” ..... 265
7. 先交朋友，再谈订单 ..... 266

## 第十二章 心理降服术

### ——做好公关也是一门学问

1. 送些小礼物促进成交 ..... 271
2. 感情投资花费少，回报多 ..... 276
3. “软磨硬泡”有时也有效 ..... 281
4. 适当地示弱，博得客户的同情 ..... 283
5. 商务应酬中的心理战术 ..... 285
6. 在酒桌上说对话、做对事 ..... 290
7. 你不可不知的酒桌规矩 ..... 293

## 第十三章 售后平衡术

### ——真正的销售从售后开始

1. 处理好售后的心理技巧 ..... 299
2. 有效地拒绝先拿货后付钱 ..... 302
3. 抓住客户弱点，解决拖欠款 ..... 303
4. 真正的销售从成交之后开始 ..... 307

## 第一章

# 心理修炼术

## ——销售在于用心，拼的就是心理

---

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，其向社会大众面前行使的推销行动才能够成功。优秀推销员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拥有强烈的企图心、强烈的赚钱欲望，工作时总是全力以赴，他们理所当然应获得丰厚的报酬。



## 1.

# 没有成功的欲望，就不能成为顶尖推销员

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，动机反映了个人追求特定目标状态的内在欲望或需求，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，他希望达到目标的愿望或内在动力也就越强，他就越有可能为实现目标自发地采取相应的行动。

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去实现自己所追求的目标。另外，具有较强成就动机的个人讨厌按部就班地做事，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。因此，销售工作的这种特征正好迎合了具备一定强度的成就动机的个人。成就动机使他们在追求目标的同时，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。

如果一个销售员因为找不到工作才加入销售的行列中，销售只是他在过渡时期的选择，那么在这样的状况下，要求他面对自己，不断地调整，恐怕是

一件很难的事。很多公司销售人员的流动性很大，基本上都是因为他们没有下定决心做销售，业务提成高不见得就能留住人，关键在于他们到底有没有下定决心从事销售工作。“试试看”是很多人刚刚进入销售行业时的心态，这些人觉得如果不行的话就离开，但他们忘记了一点：销售人员跟公司内部的行政人员是不同的，行政人员领的是固定工资，而销售人员除了基本工资之外还有额外提成。为什么要让销售员有提成呢？因为他们必须要面对市场上的种种挑战，面对陌生人的恐惧，面对拒绝、挫折甚至客户的不理不睬，他们的心情可能会跟坐过山车一样起起伏伏，有成交时的喜悦，也有面对耕耘而没有收获的失落。一个成功的销售员必须不断地超越自己，从而获取高报酬。但不是每个销售员都会有收获，因为很多没有下定决心冲过难关的人，会在考验的过程中被淘汰出局。

优秀销售员的成功欲望，多来自现实生活的刺激，是在外力的作用下产生的，而且不是正面的、鼓励型的。刺激的发出者经常让承受者感到屈辱、痛苦。这种刺激经常在被刺激者心中产生一种强烈的愤懑与反抗精神，从而使他们做出一些“超常规”的行动，焕发起“超常规”的能力，这大概就是孟子说的“知耻而后勇”吧。一些顶尖销售员在获得成功后会说：“我也没有想到自己竟然还有这两下子。”

成功的欲望源自于你对财富的渴望，对家庭的责任，对自我价值实现的追求。不满足是向上的车轮！他们因欲望而不甘心，而行动，而成功，他们想拥有财富，想出人头地，想获得社会地位，想得到别人的尊重。

强烈的企图心就是对成功的强烈欲望，有了强烈的企图心才会有足够的决心。这是成功的法则。

每一件事、每一项工作都会有其特定的最好结果，这个最好结果就是我们做这件事、这项工作所期望达到的最终目标。在开始做事之前，只要明确地记住最终目标，就能不管哪一天、干哪一件事，都不违背你为之确定的最重要

的标准，且所做的每一件事都会为这个最终目标做出一定的贡献。

不同的选择，决定不同的命运。一流的信息、一流的观念创造一流的财富。推销员应该是博学之人，有必要利用一切手段，并以最新的资讯来武装自己；相反，如果目光短浅、容易满足，就会给自己的发展带来重重阻碍。

一些大公司在招聘销售人员的时候，总会问这样一个问题：“你为什么要做销售员？”对于这个简单的问题，大部分的应聘者会回答“我喜欢这个有挑战性的工作”、“为了实现自己的梦想”等等。做出这样回答的应聘者一般是不会被录取的。相反如果应聘者说“为了赚钱”，招聘者反而会露出满意的笑容，祝贺他被录用。

说“为了赚钱”似乎有点俗，但为什么被录用了呢？这是因为从这个回答中，招聘者能够看到应聘者所拥有的强烈的企图心。

拿破仑曾说：“不想当元帅的士兵不是好士兵。”这句话套用到推销员身上，就可以这样说：“不想赚大钱的推销员不能成为一个顶尖的推销员。”

事实也确实如此，一个不想赚大钱的推销员一般都不能创造良好的业绩。有两个推销员，他们分别来自两个不同的公司，但销售的产品和活动的区域却是一样的。一年下来，其中一个比另一个卖出的东西要多3至4倍。为什么会这样？因为业绩优秀的那个推销员拥有强烈的企图心，有强烈的赚钱欲望，工作时总是全力以赴。结果，他理所当然地获得了丰厚的报酬。而另一个人得到的报酬只能维持他的生活之用，因为他的欲望太小，没有强烈的企图心。

## 关键小结

一个不想赚大钱的推销员一般都不能创造良好的业绩。因为凡是业绩优秀的销售员都拥有强烈的成功欲望，这样才能有足够的决心，才能付出更多的热情。这是成功的法则。



## 2.

### 用热忱刺激客户的购买欲

销售人员经常被人称作“热情的传递者”。对于你要推销的产品，你越是充满热忱，越是充满信心，就越能够用这种热情去感染人，从而使你的客户真切地感受到你的这份热忱，并接受它。事实往往是如此，拥有无比的热忱，且以坚韧不拔的信心贯注于行动，众多看似才能平平的推销员，却比那些天分较高的推销员创下更好的成绩。因为他热衷于自己的推销，那一股热忱自然而然地感染了消费者，使消费者在不知不觉中产生了购买欲望。

成功者对待任何人指派的工作都会全力以赴，失败者只挑自己喜欢的工作发挥才能。业务人员不能把东西销售出去，是因为他没有把自己销售出去——你不可能引燃别人心中的热切之火，假如你自己的内心仍充满冰凉的疑惑。

所以销售员必须对自己的工作充满热情。那如何保持自己的热忱度呢？有两种方法可以借鉴：一是多多了解自己的产品；二是相信自己的产品会给客户带来许多好处。

人们做每一件事或者说每一句话都是先从自己的情感角度出发的。我们知道，你越是喜欢自己的工作，就越在乎它。如果你对公司、公司的产品和服务倾注足够多的心血，你会很自然地心底里在乎你的客户；而你一旦从心底里在乎你的客户，你就会悉心帮助客户在采购方面做出明智的选择，这必将会让客户满意你的服务，带来更大的销售潜力。

所有顶级的销售人员都很喜欢、热爱他们自己的工作，他们的客户在与他们的交往中也切身感受到了这一点。其结果是，这些客户不只一次购买他们