

顾客都在想什么

一本书读懂消费者心理学

- 顾客都在想什么——读懂藏在非语言背后的信息
- 顾客都在盼什么——站在消费者的角度设计销售策略

马楠
著

销售不是去改变别人，而是摸准顾客的脉门，
你成就了他，他也会成就你。



顾客都在想什么

一本书读懂消费者心理学

马楠 著



图书在版编目(CIP)数据

顾客都在想什么:一本书读懂消费者心理学/马楠著. —北京:北京理工大学出版社, 2016.8

ISBN 978-7-5682-1413-1

I. ①顾… II. ①马… III. ①消费心理学 IV. ①F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 251129 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

82562903 (教材售后服务热线)

68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京富达印务有限公司

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 14

字 数 / 160 千字

版 次 / 2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷

定 价 / 35.00 元

责任编辑 / 申玉琴

文字编辑 / 申玉琴

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

前 言

作为一个销售员，你是不是有过这样的烦恼：为什么一个看起来就要到手的订单，第二天却被竞争对手夺走了？为什么自己说得天花乱坠，顾客都不愿意下单？为什么刚开始的工作都进展得很好，但是，到了签单的时候，就出现了种种问题？为什么你一再保证，然而，顾客就是不相信你？

实际上，这是因为我们在销售的过程中，忽略了很多细节。在整个销售过程中，人们往往注意的是大的方向，而忘记了顾客的心理变化。销售员如果缺乏敏锐的观察力和足够的细心，就无法很好地照顾到顾客的感受，进而直接影响销售的全局。

我们经常会发现，有一些店铺开张没几天，人来人往，生意非常红火。而有的店铺却是门可罗雀。不是因为他们的商品不好，也不是他们的服务态度不好，而是因为他们没有很好地掌握顾客的心理变化。

顾客需要的不仅仅是商品，更是对他们的一种关怀，一种欲望的满足。如果把握住了顾客的心理，按他们的想法去做，做成生意将不再是难事。这就是为什么有的人说：先交朋友，后做生意。也就是说，交朋友就是想要更多地了解顾客，知道他们的内心，让顾客感觉到你不是为了赚他们的钱，而是为了替他们着想，替他们节省，这样顾客才能够信任你。

特别是在销售当中，销售员不要觉得自己对顾客表示关怀，研究他们的心理是在浪费自己的时间。实际上，研究他们购买的流程和动机，要比自己滔滔不绝地说上一大堆更管用。作为一名销售员，把握

顾客的心理才能在市场中占有一席之地。

本书结合销售实践对顾客的心理进行了详细的研究，对顾客的性格、行为特点、购物兴趣等多方面进行了介绍。通过阅读本书，你可以明白顾客购买心理的微妙变化以及如何把握他们的心理。

在销售中，销售员要想提升业绩，就一定要懂得察言观色、攻心，真正明白心理学对销售工作的重要性。了解了顾客的心理，才能更好地把握销售策略，让自己成为销售行业中的佼佼者。

C Contents

- 001 **第一章**
**满足顾客的心理需求，
让顾客满意才是硬道理**
- 满足顾客的占有欲望 / 002
 顾客需要适合自己的产品 / 005
 顾客的口头要求更应该重视 / 008
 每个人都有爱占便宜的心理 / 010
 顾客渴望与诚信的人合作 / 013
 顾客需要物美价廉的商品 / 015
 顾客需要实用、质量好的产品 / 019
 顾客有爱挑剔的心理 / 022
 趣味测试：你拒绝不了什么诱惑？ / 026
- 027 **第二章**
**读懂顾客的行为暗示，
知道顾客想要什么**
- 顾客手部动作的心理暗示 / 028

目录

- 坐姿会暴露消费者的想法 / 031
- 眼神反映顾客的内心 / 034
- 顾客的眉毛隐含的信息 / 038
- 声音反映顾客的心理状态 / 041
- 顾客的头部动作代表了什么 / 043
- 趣味测试：你是好相处的人吗？ / 046**

049

第三章

看清顾客的性格特点， 准备不同的销售策略

- 说话少的顾客期望真诚 / 050
- 大大咧咧的顾客做事利索 / 053
- 爱慕虚荣的顾客需要赞美 / 056
- 随和的顾客容易被感动 / 058
- 执着的顾客要多商量 / 061
- 犹豫不决的顾客需要合理的建议 / 064
- 节约的顾客需要低价的商品 / 069
- 趣味测试：你有什么样的性格？ / 071**

C Contents

073

第四章

了解顾客的购物兴趣， 从好奇心上下手

消费者需要有创意的商品 / 074

越是买不到的东西越想买 / 076

时尚元素更具吸引力 / 079

短缺的商品更受顾客青睐 / 081

迎合顾客的怀旧心理 / 084

顾客对神秘的商品有好奇心 / 087

趣味测试：你有决断力吗？ / 091

093

第五章

掌握顾客的心理， 及时拿到谈判的主动权

顾客容易被装糊涂蒙蔽 / 094

顾客需要朋友一样的谈心 / 097

不同消费者有不同的价格期望 / 099

目录

- 给顾客压力，更容易成交 / 102
- 不到最后，不要轻易让步 / 105
- 顾客不喜欢喋喋不休的销售员 / 108
- 主动提问，消费者更容易被吸引 / 110
- 谈判中，顾客害怕拖延战术 / 115
- 趣味测试：你敢于表达自己的意愿吗？ / 119**

121

第六章

解决顾客的消费疑虑， 拿出你的真诚来

- 消费者喜欢跟行家走 / 122
- 顾客都有怕被骗的想法 / 124
- 顾客愿意与热情的销售员合作 / 127
- 顾客有警戒的心理 / 130
- 顾客信任木讷的销售员 / 132
- 顾客希望被重视 / 135
- 顾客需要安全感 / 138
- 趣味测试：你与人相处时的态度如何？ / 141**

C Contents

143

第七章

抓住顾客的心理软肋， 从细节上寻找突破口

- 顾客冲动时容易达成合作 / 144
- 顾客有表现自己的欲望 / 148
- 礼貌能获得顾客的好感 / 150
- 消费者钟情“清仓大甩卖” / 153
- 顾客需要有成就感 / 156
- 顾客期望有人聆听他们的抱怨 / 158
- 顾客有爱财的心理 / 161
- 顾客喜欢轻松愉快的购买过程 / 163
- 消费者容易产生“从众心理” / 167
- 顾客希望销售员对自己热情 / 170
- 亲情的氛围最能打动顾客 / 173
- 顾客愿意为商品价值买单 / 176
- 趣味测试：你的适应能力有多强？ / 179**

目录

181	第八章
	拉近顾客的心理距离， 让顾客充分信任你
	顾客更愿意和微笑的销售员合作 / 182
	顾客需要有考虑的时间 / 187
	顾客期望有适当的让步 / 190
	与顾客成为朋友 / 193
	替消费者的利益着想 / 195
	顾客希望有一个好印象 / 198
	消费者信服有理有据的说辞 / 200
	互惠能拉近与顾客的距离 / 203
	顾客需要适时的关心 / 205
	顾客厌烦不断恭维的销售 / 208
	听懂顾客的弦外之音 / 210
	趣味测试：你喜欢交什么样的朋友？ / 213

满足顾客的心理需求， 让顾客满意才是硬道理

销售员了解顾客的需求非常重要，如果无法满足顾客的需求，就不会顺利推销出商品。因此，销售员要多了解自己的产品，给顾客所需要的选择。让顾客满意才是最终的目的。

满足顾客的占有欲望

美国心理学家埃克曼对人的心理波动及变化有很深刻的研究。他通过大量的实践研究发现：在每个人的内心深处，都有一股非常强烈的占有欲望。很多人没有表现出这种欲望，是因为他们接触的人无法激发他们心中的这种占有欲，或是他们所处的外部环境无法让他们内心深处的欲望膨胀。

这一研究结果为市场的销售人员带来了很大的帮助。销售员可以通过运用人的这种心理占有欲望来销售自己的商品，因为顾客的这种占有欲望常常让他们在购买商品的时候失去理智。我们经常看到一件艺术品竟拍出天价的新闻，这就是顾客的占有欲望在作怪。一名成功的销售员，往往有着激发起顾客心底里那股欲望的能力。顾客会因为销售员的激发而表现出强烈的占有欲望，最终为商品买单。

很多成功的销售员认为每个人都是购物狂，能够恰到好处地激发出顾客心里的购物欲望是销售过程中关键的因素。实际上，要做到这一点并不难，只需要了解顾客的兴趣点所在，并且从顾客感兴趣的事情出发，激发出顾客占有的欲望。通过彼此语言上的交流与沟通达到了解顾客的目的，这样一来，就可以轻而易举地卖出商品。有些顾客会拒绝销售员的推销。这时，销售员就要改变推销手段或方法，并根据顾客的内心需求为其量身定做一份销

售方案，也许顾客很快就能够重新接受这一原本令他生厌的产品。

唐纳德·特朗普是美国公认的地产界大亨，他的父亲曾是纽约郊区的一名房地产开发商，因此，唐纳德·特朗普在很小的时候就懂得了如何建房子和如何与顾客谈判买卖房屋。年轻时候的经历为他日后成为美国首屈一指的地产大亨奠定了坚实的基础。

唐纳德·特朗普在父亲的地产公司工作时，就学会了怎样同顾客建立紧密的联系。为了能够了解顾客，为自己以后的事业打下牢靠的基础，他还在当地一家房产中介做过销售员。这家房产中介公司主要经营二手房的买卖。唐纳德·特朗普第一天上班时，有一对60多岁的老夫妇来到了公司，他们希望可以买下地处郊区的房子，因为那样的房子有小院。于是，唐纳德·特朗普便带着这对老夫妇来到市郊看房。坦白地说，当时的唐纳德·特朗普没有一点经验，他也是第一次去那个小院里。等到了小院他才发现，这里破旧不堪，屋子里有好几块地板都坏了，并且，房主出的价格一点也不便宜。

在院子里看房时，唐纳德·特朗普发现两位老人并不满意，有放弃购买的意思。这个时候，他没有因此而主动放弃这笔找上门来的生意，他积极地跟那位老先生聊了起来。当他们聊得有些累的时候，他和老人便在院子里的樱桃树下歇息。不一会儿，他们竟然将话题扯到了葡萄酒上。唐纳德·特朗普发现，这个老人年轻的时候非常喜欢喝葡萄酒，之所以想要在郊区买个小院子，是因为不想离儿女们太远，并且自己可以有个安静的院子度过晚年。了解到这些后，唐纳德·特朗普有了自己的打算。

就在他们聊得起劲时，老先生抱怨说：“可惜房子里的地板都坏了，而且墙壁很脏，假如我们买下来，还需要花费大价钱来装

修。”这个时候，老夫人也说出了自己的顾虑，不过，还好两位老人对这个小院子所处的位置非常满意，尤其是院子里的这棵樱桃树。他们十分担心，工人们在装修的时候欺瞒他们，而这个时候他们的儿子又没时间来帮忙。了解到这一情况之后，唐纳德·特朗普很快就找到了解决的办法，于是他对两位老人说：“这一点好办，装修的工人我们公司可以负责给你们联系，你们只需要付点人工费就可以了。”在唐纳德·特朗普的热心帮助下，两位老人终于买下了这座房子。唐纳德·特朗普很快从他父亲的工地上找来了几名工人。在两位老人的安排下，工人们很快就接着老人的要求将整个小院进行了简单的装修，而且还为两位老人在樱桃树下安置了石桌、石椅。他周到的服务让两位老人有了占有这个房子的欲望，他们的合作也进行得非常愉快。

在这次卖房的过程中，当发现两位老人不愿意买那个小院的时候，唐纳德·特朗普并没有因此而放弃，反而更加热情地和两位老人聊天，最后促成了买卖。在二手房屋销售中，这是经常会遇到的事情。但聪明的唐纳德·特朗普及时化解了尴尬的局面，和两位老人聊天，了解他们选择在郊区买房子的真正原因。在聊天中，两位老人直接将他们打算放弃买这个小院的原因告诉了他。就是因为这一点，让这场房屋买卖出现了转机。他发现两位老人并不是不喜欢这个小院，而是有自己的顾虑。此时，唐纳德·特朗普很快找到了解决的办法。最后，两位老人心里的顾虑被消除，潜藏在他们内心深处的对这个小院的占有欲望便激发了出来。唐纳德·特朗普满足了两位老人的占有欲望，因此，房产中介很快就达成了买卖协议。

唐纳德·特朗普的卖房经历，正好证实了埃克曼教授的研究。

当我们所处的外部环境满足了我们内心的占有欲望时，我们就会失去理智，迫切地想要占有我们眼前的东西。在上例中，实际上，两位老人所买的那个小院价格并不是最低的，但是，通过唐纳德·特朗普在装修上的弥补，让两位老人感觉到了商品的价值，激发了他们的占有欲望。由此可以看出，其实每个人都是一个购物狂，只不过很多人没有被激发出内心深处的占有欲望。作为一名销售员，只要能够激发顾客的占有欲望，了解顾客感兴趣的事情，满足其心理需求，就能够将商品卖出。

顾客需要适合自己的产品

美国营销之父菲利普·科特勒曾说过：“营销，实际上就是致力于发现顾客的需求，并且以此为基础生产适销对路的产品。简单地说，就是营销要满足人类的需求。”销售员要明白顾客真正需要什么，然后才能够以比其他竞争对手更好的产品或服务满足顾客的需求。顾客需要的是适合自己的产品。

有这样一个故事：

有一个7岁的小男孩，他的父亲是亿万富豪。就在他7岁生日的这一天，小男孩收到了父亲送给他的一份礼物。父亲给小男孩划拨了3 000万元的成长资金。这可是一笔不小的资金，普通家庭一辈子都不可能赚到这么多钱。然而，小男孩听完律师的宣布后，并没有表现出开心的情绪来。他的父亲非常不理解，对身旁的家

庭教师说：“3 000 万元都无法让我的孩子开心啊！”家庭教师听后转身拿出一个价值 98 元的书包递给小男孩的父亲，说：“这个书包虽然不值钱，但是孩子曾告诉我喜欢这个书包。只是，他一直也没看到哪里有卖的，刚好我昨天下午看到了，于是就买来了。现在你把这个书包送给他，他一定会高兴的。”果然，当小男孩看到自己喜欢的书包时，开心地笑了，那个书包要比 3 000 万元的成长资金更让他兴奋。

对于一个 7 岁的男孩来说，98 元和 3 000 万元没有什么差别，他想要的是自己喜欢的东西。在生活中，像这位爸爸一样的人非常多，他们从来不考虑他人的需求，将自己喜欢的东西强加给别人，认为自己是怎么想的，他人也是那样想的，而且企图通过自己的想法来影响他人，但是，结果并不理想。因为每个人的想法是不一样的，每个人的兴趣点也是不相同的。在生活中，很多销售员都会犯上面的错误，他们在向顾客推销产品的时候，总是以自己的想法为中心，没有去了解顾客内心的需求，因此很难卖出商品。

销售员在销售商品的时候，会遇到各种各样的顾客，不同的顾客需要的东西是不一样的。我们只有明确了解顾客的需求，才可以将他们想要的东西卖给他们，才能获得成功。如何了解顾客所需？让顾客自己说出来。

有一天，一位顾客来到了某小区的售楼大厅，小李迎上前去。顾客告诉小李说，他希望买一栋别墅。小李并没有马上给顾客推荐小区的别墅，而是同顾客聊起天来。

在聊天的过程中，小李了解了顾客对房子的要求，需要的居住环境。这个时候，小李才带领顾客去看房子。刚到小区，顾客就被眼前的绿色吸引了，不住地发出赞叹。在这栋房子的前面有一