

郑一群 / 编著



超有效的 10堂销售心理课

销售是一场心理战，
是一场销售员与客户间心与心的互动与博弈。

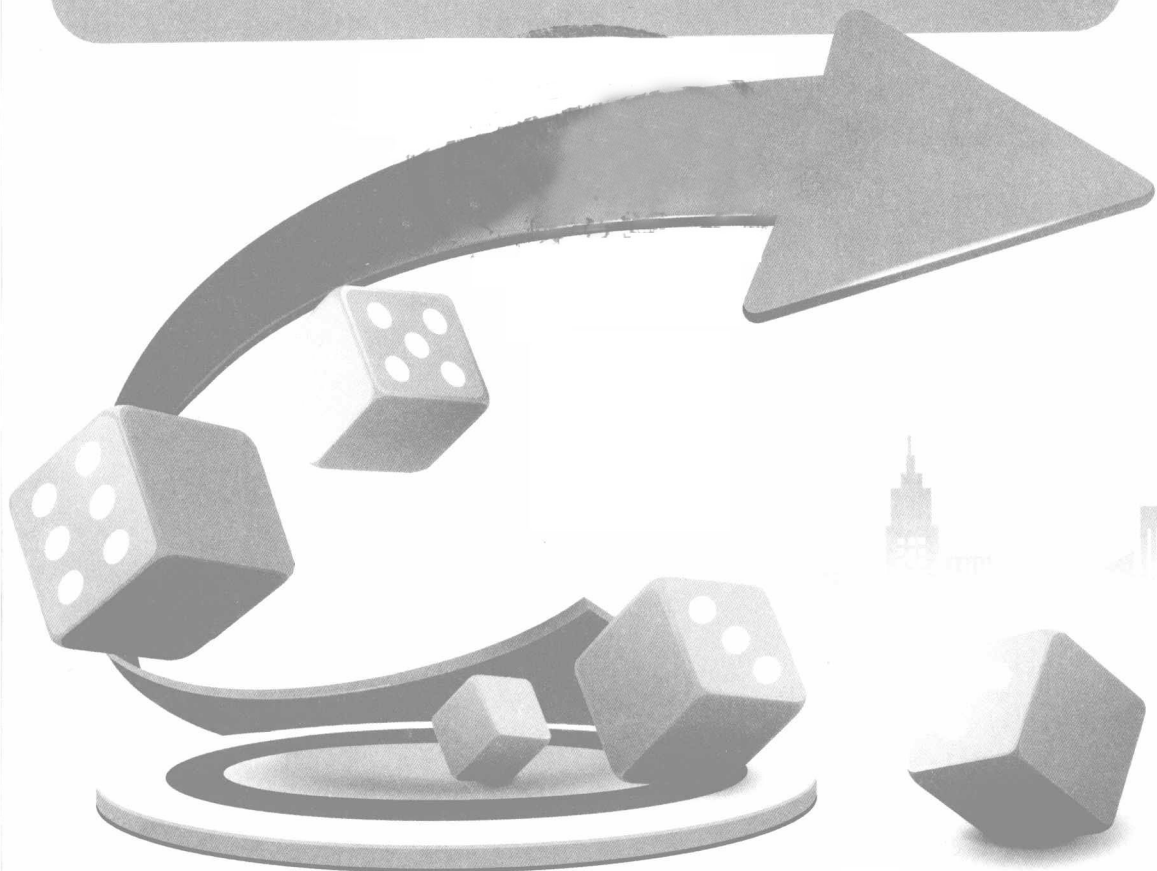


郑一群 / 编著



超有效的 10堂销售心理课

销售是一场心理战，
是一场销售员与客户间心与心的互动与博弈。



图书在版编目(CIP)数据

超有效的10堂销售心理课 / 郑一群编著. -- 长沙: 湖南科学技术出版社, 2014. 8

ISBN 978-7-5357-8150-5

I. ①超… 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(2014)第093156号

超有效的10堂销售心理课

编 著: 郑一群

责任编辑: 杨 林 席小泉

出版发行: 湖南科学技术出版社

社 址: 长沙市湘雅路276号

<http://www.hnstp.com>

湖南科学技术出版社天猫旗舰店网址:

<http://hnkjcs.tmall.com>

邮购联系: 本社直销科 0731-84375808

印 刷: 衡阳顺地印务有限公司

(印装质量问题请直接与本厂联系)

厂 址: 湖南省衡阳市雁峰区园艺村9号

邮 编: 421008

出版日期: 2014年8月第1版第1次

开 本: 710mm×1000mm 1/16

印 张: 19.75

字 数: 254000

书 号: ISBN 978-7-5357-8150-5

定 价: 40.00元

(版权所有·翻印必究)



前言

在推销界有一句名言：成功的推销员一定是个伟大的心理学家。销售既是一种职业，也是一门科学、一门艺术，但它更是一场心理战，是一场销售员与客户间心与心的互动与博弈。销售，不只是销售员与客户之间进行商品与金钱等价交换那么简单，它更需要对心理学的掌握与利用。销售员要想提高业绩，就必须成为这场心理战的赢家。

据美国销售学家亚伯拉罕的统计，全国97%的销售都是通过人来完成的，所以说销售是一门与人打交道的学问。在销售过程中，人是销售中最关键的因素。而人与人之间的关系决定着销售是否能够成功。客户信任销售人员才会选择合作，所以说，信任是合作的基础。

据专业调查机构的调查显示，在销售过程中，如果销售员采用一种符合客户心理的方式进行销售，那么销售人员所代理的产品的销售成功率大概为53%；但是，如果用一般的销售方法来销售，成功率只有24%。由此可见，在销售中充分掌握客户的心理，能大幅度提高销售业绩。

虽然人是这个世界上最复杂的生物，人的心理更是变化无常，但是，只要销售员在销售的过程中善于观察、总结，客户的心理还是有一定的规律可循的。比如，客户对销售员会有抵触心理，对产品的质量会有怀疑心理，对价格都有嫌贵的心理，在成交时又难免犹豫……同时，客户都希望得到销售员的重视与尊重，都希望自己能受到最好的服务，等等。

然而，在实际的销售过程中，一些销售员不懂得客户的这些心理，他们只是一味拼命地预约客户，见到客户就迫不及待地介绍产品、报价，恨

不得马上成交。可是无论销售员怎样讨好客户，即使跑折了腿、磨破了嘴，客户就是不买账。因此很多销售员抱怨客户不近人情、抱怨销售难做，整日带着消极情绪去见客户，这样就更难以产生好的业绩。如此恶性循环造成的后果就是很多销售员当了销售战场上的逃兵，这也是销售行业人员流动性大的原因。

其实，这些逃兵们失败的原因就在于，他们只知道苦干、蛮干，见客户时甚至流露出咄咄逼人的强迫情绪，客户不被他们给吓跑才怪呢。所以，要想成为销售战场上的常胜将军，销售员就必须掌握一定的销售心理学，灵活运用一些销售的技巧和方法，学会站在客户的角度考虑问题，这样客户才能不请自来，销售员才能取得良好的业绩。

为什么我们要如此强调销售心理学对销售员的重要性呢？这是因为：销售的过程就是让客户对我们的产品、我们的公司及销售员本人产生一个从拒绝到接受、从排斥到认同的心理变化的过程。要想让客户发生这个心理变化，就需要销售员在和客户进行心理博弈的过程中，猜透客户的心思、赢得客户的信任、抓住客户的软肋、引导客户跟着自己的思路走，总之就是要在场心理暗战中占上风，用“心”来取得订单。

本书以心理学知识作为理论基础，汇集了大量相关的销售实战案例，提炼出了超有效的10堂销售心理课。书中所讲的销售策略可以帮助销售人员迅速提升销售业绩，解除和客户之间的隔阂，消除客户的心理防线，拉近与客户之间的心理距离，赢得客户的信任；帮助销售人员在销售过程中准确把握客户的心理状态，洞悉客户的心理需求、购买动机和心理弱点，以便对客户进行心理暗示，最终赢得客户的信赖，达成合作；帮助广大销售人员认识和提高自身的销售能力，成为销售行业中的佼佼者。

该书是一本结合销售实践和最新心理学研究成果的参考书，针对销售的不同阶段、消费者的不同心理以及销售人员应该怎么去应对客户等方面做了详细的介绍，相信会对销售人员的工作有很大的帮助。

目录

001

目
录

第1课 要胜人先胜己——销售员自我心理修炼

1. 推销产品之前要先推销自己/002
2. 自信是销售员的最起码要求/005
3. 培养自己的忍耐品质/009
4. 持之以恒、不轻言放弃/012
5. 积极乐观地面对挫折/016
6. 勇敢面对大人物/019
7. 稳步前进，不要急于求成/023
8. 展现给客户发自内心的热情/027
9. 没有尝试就没有成功/032
10. 学会激发自己的潜能/036

第2课 知己知彼——了解客户的心理需求

1. 客户认为自己是上帝/041
2. 客户都想要得到VIP待遇/044
3. 客户需要得到尊重/048
4. 客户渴望被赞美/051
5. 帮助客户省钱就是帮助自己赚钱/055
6. 为客户营造消费安全感/061
7. 消除客户的“逆反心理”/064

8. 让客户觉得购买的产品物超所值/068

9. 站在客户的角度想问题/071

第3课 打动客户的心——给客户一个消费的理由

1. 讲好一个故事，能多卖一个产品/076

2. 制造一种很可能买不到的紧张气氛/080

3. 让客户找到购买产品的充分理由/082

4. 消除逆反心理，引导客户与自己合作/085

5. 对客户施加合理的“刺激”/088

6. 对挑剔的客户一定要有耐心/092

7. 用名牌效应吸引消费者/095

8. 利用客户的好奇心理/098

9. 掌握客户的从众心理/102

10. 了解客户需要的产品和服务/105

第4课 抓住客户心理弱点——分析客户心理特点

1. 以强调节约对待节约俭朴型客户/111

2. 用“逼迫”法对付犹豫不决型客户/115

3. 积极引导沉默寡言型客户/120

4. 赞美爱慕虚荣型客户/124

5. 尽量满足贪小便宜型客户/128

6. 为时间观念强型客户节省时间/132

7. 用保证成交法对待随和型客户/135

8. 对标新立异型客户要有好口才/138

9. 对待冲动型客户要趁热打铁/141

10. 主动留住随便看看型客户/143

第5课 打开客户心扉——拉近与客户的心理距离

1. 记住客户的名字/149

2. 寻找自己和客户的相似之处/151
3. 要给客户表达的机会/153
4. 正确处理客户的意见/155
5. 多说“我们”，少说“我” /157
6. 适当给客户提建议/160
7. “欢迎”客户的抱怨/162
8. 尽量包容你的客户/165
9. 认真倾听顾客的谈话/169
10. 推销员一定要能屈能伸/172

第6课 卖产品不如卖信任——冲破客户的心理防火墙

1. 给客户一个良好的第一印象/177
2. 销售员一定要把微笑挂在脸上/180
3. 让幽默感消除客户的顾虑/184
4. 忠厚诚实的人更能够赢得信任/186
5. 激发客户的“共同意识” /191
6. 适当利用“物情效应” /193
7. 用假装碰巧来制造见面的机会/196
8. 让客户看到具体的资料和证明/199
9. 说好开场白，生意自然来/202
10. 从顾客的兴趣爱好进入“正题” /206

第7课 破译客户的身体语言密码——从细节中洞察客户心理变化

1. 从眼神中了解客户的性格/211
2. 坐姿反映客户的心理/213
3. 口头禅能将客户的内心想法暴露出来/216
4. 留意客户头部的动作/219
5. 手部动作可以暴露客户的心思/221

6. 从习惯动作发现客户性格/224
7. 留意客户的声音/226
8. 读懂客户的笑容/228
9. 不同的“眉语”表达不同的情绪/233
10. 从烟雾中洞察出客户的内心/236

第8课 引导客户说是——营造客户的心理认同感

1. 积极引导客户说是/241
2. 反复说明重要信息/243
3. 以退为进，吊客户的胃口/246
4. 用偶遇心理调动客户的购买欲望/248
5. 暗示客户不购买会造成损失/250
6. 让客户对你产生深深的依赖/253
7. 让客户亲自体验产品/255
8. 利用第三方来促成交易/258
9. 通过对比来引导客户/260

第9课 客户可以说不——影响客户的心理想法

1. 不要怕客户说“不”/265
2. 把拒绝当作成交的起点/267
3. 礼貌对待无理取闹的客户/271
4. 正确应对客户的不需要/273
5. 巧妙地应对客户的借口/275
6. 引导客户的好情绪/278
7. “考虑考虑”是一种借口/280
8. 诱发客户更多的消费欲望/282

第10课 成交攻心术——踢好成交前的临门一脚

1. 尽量赢得客户的好感/286

2. 引导客户尽早成交/289
3. 一定要“吃透”自己的产品/292
4. 不对“上帝”说假话/294
5. “好嘴”才能出好生意/297
6. 巧妙利用订购单说服客户/298
7. “点燃”你的营销热情/301
8. 冷静应对成交最后一刻/303

005

目
录

第 1 课

要胜人先胜己——销售员自我心理修炼

在商品繁多的市场上，销售者之间的竞争也日渐激烈，而促成一笔业务的根本原因已经从产品本身转向了推销产品者本人，简单来说，推销是人与人之间的心理比拼。一个优秀的推销员必须能抓住顾客的心理，以顾客的需求为导向，取悦客户，让其感到有利可图，并对你产生一定的信任感；当客户有了一定的购买欲望时，准确把握时机，让顾客认可你；要做到善始善终，不能客户刚对你有一些好感就去敷衍客户，让他失去安全感。总之只有先让客户接受你，才有可能让客户进一步接受你的产品。

1. 推销产品之前要先推销自己

有人曾问世界上最伟大的推销员乔·吉拉德：“你是怎样卖出东西的？”

他告诉对方：“生意的机会遍布每一个细节。”

多年来，吉拉德养成了一个习惯：只要碰到人，他就会立即从口袋里取出名片；每次去餐厅吃饭，他给的小费总是比别人多，而且他还会顺手放上两张名片。

这样一来好奇的人们便想知道这个人是做什么的，于是他成功地将自己推销给了对方。长此以往，人们不断地接触他、谈论他，最后就变成了都想认识他，于是，人们根据名片上的信息纷纷前来买他的东西，长年累月，他的销售工作就越做越好。

吉拉德甚至不放过看体育比赛的机会。他通常会买最好的座位，并带来1万张名片。而他的绝妙之处就在于，当人们欢呼的时候，他就会把名片扔出去。于是，没有人再注视体育明星，而是把目光转移到了乔·吉拉德的名片上。

吉拉德所到之处都留下了他的名片、他的痕迹。他曾说他卖的是全世界最好的产品——独一无二的乔·吉拉德。相较于乔·吉拉德，有的销售员从来不曾向别人推销过自己，甚至连妻子都不知道他是干什么的。

然而，心理学家指出：客户首先是通过认知推销员从而认知产品。当客户认可了销售员的人品和价值观后，就会同销售员交易。所以，作为销售员，我们要时刻记住：推销产品之前要先推销自己。

张小姐是某公司的汽车销售员，一次她应某公司部门经理李先生之

约，前去洽谈购车事宜。面谈前，张小姐已经全面掌握了这位部门经理的详细资料。在约定见面的当天，张小姐早早就来到了李先生的办公室外面，和其他应约而来的汽车销售员们一起等候与李先生的面谈。等候期间，张小姐不失时机地和公司的工作人员闲聊，互留名片。

当轮到张小姐面谈时。她轻叩门后问：“我可以进来吗？”李先生说“请进”，她才进入办公室。张小姐首先递上自己的名片，然后优雅地坐下来。李先生看上去略显疲惫、稍露烦躁。张小姐见到李先生办公室的墙上挂着一幅字，她便充分利用自己在书法方面的知识与李先生开始了攀谈。随着李先生的情绪逐渐好转，也开始对张小姐赞赏有加。聊到代步工具时，张小姐递上了本公司的产品简介。

李先生说：“这款车造型还可以，不过不知道性能和价格如何？”

张小姐微笑着回答说：“您真是好眼力，这款汽车的车型设计曾经获得过××设计比赛的大奖呢！它的性能也非常优异……更重要的是……”

于是，李先生向张小姐购买了他看中的那款汽车，尽管那款汽车的价格比他的预算要高一些。

市场上功能不相上下的产品很多，有时候吸引客户的不只是产品，更是销售员的个人魅力。在销售活动中，不论是销售员还是产品，都要让客户感到满意。但是，销售员应该首先把自己成功地推销给客户，客户只有在认同了销售员本身之后，才有可能接受并认同他所推销的产品以及提出的意见。如果销售员能够使客户认同自己、接受自己，那么整个销售就已经成功了一半。作为销售员，我们怎样才能成功地将自己推销出去呢？

（1）自我认同

其实我们从出生就一直在从事着销售工作，为了得到父母、老师、同学的喜欢，我们会积极地表现自己。同理，销售员成功推销自己的目的就是得到客户的认同。而要想让客户认同自己，首先要肯定自己。销售员只有对自己有了积极的定位，才能在与客户的沟通交流中表现出自信的一

面，从而得到客户积极的回应。一个对自己和自己所销售的产品都不认同的销售员，又怎能得到客户的认同？更不用说完成销售了。

（2）打造完美的职业形象

俗话说，人靠衣装，佛靠金装。销售员的外在形象是递给客户的第一张名片，对职业影响至关重要。从一个人的穿着打扮、言谈举止中还能窥探出一个人的内在素质和修养。职业形象是与客户交流的一种无声语言。整洁的着装与优雅大方的举止会为销售员赢得客户的好感与尊重，缩短彼此之间的距离，有利于销售工作朝着自己设定的方向发展。我们不妨从以下几个方面着手，打造完美的销售员形象：

选择与自己的职业、身材、年龄、工作场合相符的着装。

仪表要干净整洁。出门前注意自己是否有脏指甲、头皮屑、汗渍等。

言谈文明、举止大方。保持稳重端庄的站姿与坐姿，服务态度要自然不做作，礼貌用语时常挂在嘴边，面带微笑、注意眼神的交流，同时避免信口开河、花言巧语。

（3）让自己与众不同

销售员要想赢得更多的客户，就要让更多的客户认识你、记住你。只有让自己在众多的销售员当中脱颖而出，才能吸引客户的眼球，最终让客户只买你的单。

与众不同不是靠奇装异服、滑稽搞怪来完成的。销售员要从自身素质上多做文章：具备别人所不具备的品质，回答别人难以回答的问题，解决别人解决不了的突发情况。客户一定会对这样的销售员刮目相看，从而产生信任感。

（4）把每个人都当作自己的潜在客户

在面对第一次见面的客户时，销售员大多会有这样的心理：这个客户要是能买我的产品，我就多下点工夫；不买，我就不和他浪费时间了！这虽然不失为一种高效率成交的方法，但从长远来看，却有可能断送一些潜

在客户。

不论成交与否，销售员都应真诚地对待自己的每一位客户。今天不一定能成交，也许明天能成；A 客户不一定需要你的产品，但 B 客户需要，而 A 可能是 B 的好友。

（5）让自己的名片满天飞

世界上最伟大的销售员乔·吉拉德曾说过：“生意的机会遍布每一个细节。”谁都说不准客户会在哪里出现，可能是街边的音像店，也可能是五星级酒店的大厅里。而名片是对一个人最直接的介绍。从名片中我们可以了解一个人的身份、地位、职业、联系方式。作为销售员，更应该随身携带自己的名片，不放过任何一个争取客户的机会。

我们不妨学学乔·吉拉德：只要碰到人，就立即从口袋里取出名片；每次去餐厅吃饭，在给付的小费旁附带两张名片；带 1 万张名片去观看体育比赛，在人们欢呼时把名片扔出去，将人们的注意力转移到名片上。长此以往，对你感兴趣的人会越来越多。而成功推销了自己之后，再推销产品便会容易得多。

2. 自信是销售员的最起码要求

当你刚刚加入销售行业，开始从事这一非常具有挑战性的工作时，兴致高昂的你一定迫切希望立即签下你的第一笔单子。但是，你会发现，当你手握电话的时候却始终没有勇气拨通客户的电话；或者当你前去拜访客户时，却迟迟不敢进客户的门；好不容易敲开了对方的大门，你却紧张得语无伦次；即便争取到讲话的机会，但当你自报家门后，对方竟然三言两语就把你打发了。相信所有做销售的人都曾遇到类似的情况。

当你被客户拒绝时，你就会胆战心惊，几天都不敢再和这个客户联系；当拒绝你的客户越来越多时，你就开始怀疑自己的能力，甚至怀疑销售行业的发展前景了；当你的同事一次次刷新销售纪录的时候，你的这种消极情绪还会越来越严重，最终迫使你成为一个自卑而胆怯的行业弱者。

成功的人士无论面对什么都充满自信，对于销售员来说也是一样的。只有像成功人士那样充满自信，才能消除一切恐惧，勇敢地面对销售过程中的所有挑战。也只有自信才能始终保持清醒的头脑，以及良好的工作状态，不断促进销售工作的顺利开展。自信的人本身就具有一种能够说服对方的气质，所以，对于销售人员来说自信是最起码的要求。

小张和小王都是某营销管理专业毕业的高才生。小张性格开朗，在学校里做过学生会主席，人缘颇好。小王在校时学习刻苦，成绩优异，但是心理素质稍差。二人毕业后共同去应聘某知名公司销售主管一职。通过层层选拔，最后一轮测试要求他们向指定公司推销一款签字笔。

小张心中窃喜：凭我的能力，一定能推销很多！小王则有些担忧：客户已经有签字笔了怎么办？完不成任务怎么办？

小张事先做好了充分准备，见到某公司采购部的主管后很高兴地说：“您好！非常荣幸能见到您。我们公司生产的签字笔目前在北京各大企事业单位都有使用，质优价廉，还获得了多个全国科技奖。我看贵公司用的笔已经很落伍了，不用我们的产品太说不过去了……”

而小王见到采购部的主管则有些唯唯诺诺：“您好，感谢您在百忙之中给我时间，打扰您了！我是某某公司的销售员，我这次来主要是想借此机会让您看一下我们的产品。其实我们在北京销售签字笔已经很久了，使用过的公司反馈都说不错，您看什么时候有机会能试用一下……”

经过一番谈判，小张得到了一张预定两万支笔的订单，小王则被主管婉言拒绝了。最终，小张获得了销售主管的职位。显而易见，小张是怀着必胜的信心积极大胆地去推销，而小王却抱着“硬着头皮试试看”的心

理。一个做事不积极、对自己没有信心的人，又怎么能感染别人，让别人相信呢？

在与客户联系之前，销售员若有消极悲观的心理，认为客户可能会拒绝你的推销，那么你的消极态度必定会在你的言谈举止中体现出来，从而留给客户不可靠、不真诚的感觉。如果销售员能在推销前就进行积极的自我暗示，告诉自己“我一定会成功！”那么就可以充分发挥自身的潜力去有效地与客户沟通交流，最终达到成功销售的目的。所以，掌控好自我暗示非常重要。

（1）发现自己的优势

所谓自信，就是能够让自己相信自己的一种能力，只有自身足够优秀，才能使自己信任自己，对自己充满信心。心理学家指出：自信是一种信念的表现，这种信念越强烈，自身就越不容易被负面情绪所困扰，从而越容易获得成功。

所以，建立自信的一种有效的方法就是证明你足够优秀。为此，我们可以做一个全面的自我认识和正确的自我评价，弄清自己的长处和短处，优势和弱势，从而正确、客观地认识自己，相信自己，信任自己的能力，相信自身所具有的良好品质和成功经验。

以此而树立的坚定自信，会使我们充满力量，并相信自己能够凭借自己的双手把握住成功的时机，达到预期的目的。如果我们不能正视自己的优势，那么在追求成功的道路上，我们将会错失许多成功的机会。

对于销售员来说，自信是成功的先决条件。如果你没有足够的自信，你就会像尼克松一样，使一场胜券在握的交易无疾而终。虽然不一定会像尼克松那样付出惨痛代价，但是，在成功的道路上，你却走了许多的弯路。

（2）做好准备工作

所谓“有备无患”，只有心里头有了底气，才能自信满满地面对销售