

销售就是察言、观色、攻心。

# 销售 攻心术

销售就是一场心理战

陈永芳◎著

通过**心理策略**的运用洞察客户的心理，打开客户的**心扉**，赢得客户的**信任**，从而实现**产品的销售**。

中国华侨出版社

金牌销售员  
瞬间掌握客户心理的  
必读枕边书

# 销售 攻心术

销售就是一场心理战

陈永芳◎著

通过**心理策略**的运用洞察客户的心理，打开客户的**心扉**，赢得客户的**信任**，从而实现**产品的销售**。

# SALES

中国华侨出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

销售攻心术：销售就是一场心理战 / 陈永芳著. — 北京：中国华侨出版社，  
2011. 10

ISBN 978-7-5113-1727-8

I. ①销… II. ①陈… 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183755号

## • 销售攻心术：销售就是一场心理战

---

著 者 / 陈永芳

责任编辑 / 文 箜

责任校对 / 吕栋梁

经 销 / 新华书店

开 本 / 787×1092毫米 16开 印张 / 18 字数 / 320千

印 刷 / 北京中振源印务有限公司

版 次 / 2011年11月第1版 2011年11月第1次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5113-1727-8

定 价 / 32.00元

---

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里26号通成达大厦3层 邮 编：100028

法律顾问：陈鹰律师事务所

编辑部：(010) 64443056 传真：(010) 64439708

发行部：(010) 64443051

网 址：www.oveaschin.com

E-mail：oveaschin@sina.com



## 序言 PREFACE

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，是一场销售人员与客户之间心与心的互动与博弈。销售，不只是销售人员与客户之间进行商品与金钱等价交换那么简单，它更需要销售人员对心理学的有效掌握与利用。销售人员要想提高业绩，就必须成为这场心理战的赢家。

“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。实际上，每个销售人员从找到客户直到完成交易，他所需要做的不仅仅是细致的安排和周密的计划，更需要和客户进行心理上的交流。所以，从这个角度来看，销售人员也必须要了解客户的心理，才能更好地完成自己的工作。

同样，我们在生活当中也都知道这样的一个事实：你要想钓到鱼，其中最主要的就是鱼饵了。因为不同种类鱼对于鱼饵的喜好也不同，所以你就得站在鱼儿的立场上思考它们喜欢吃什么。

同理，作为一名销售人员，你要想抓住你的客户，就要站在客户的角度思考问题，弄清楚客户的心里到底在思考些什么，这样你才能更好地提升你的业绩。

美国的一项调查表明，超级销售人员的业绩是普通销售人员业绩的300倍。在为数众多的企业里，80%的业绩是由20%的销售人员创造出来的，而这20%的人也并非就是俊男靓女，也并不一定都能言善辩，唯一相同的就

是他们都拥有迈向成功的方法，或许他们各自的方法不尽相同，但仍有其共同之处，那就是洞悉客户的心理。

那么，怎样才能知道客户是否对产品产生兴趣，又如何读懂客户的暗示呢？这些都是销售中要解决的心理问题。这就要求销售人员在谈判过程中，练就察言观色、洞察人心的能力；善于从客户的衣着外表、言谈举止等细节上揣测客户的心理，分析客户的思想动态，然后从客户的心理需求出发，说客户喜欢听的话，推销客户需要的产品并为客户提供满意的服务，这样才能将客户引领到我们所期望的方向，最终实现自己的销售目的。

无疑，销售就是一场心理战！销售就是心与心的较量！所以，在销售工作中要想提升你的销售业绩，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，从而成为销售行业中的佼佼者。他们可以做到的，你同样也行！学习和掌握他们的攻心秘笈，在平时多加训练，你一定也能成为下一位金牌销售员！

将本书献给那些正在销售第一线奋斗中的人们，希望书中所列出的方式方法能真正伴随你们成长。

陈永芳

2011年10月于广州



## 第一章

### 首先成就自己：绽放最美的自己

成功的推销员一定是一名伟大的心理学家，每个销售人员从找到客户直到完成交易，他所需要的不仅仅是细致的安排和周密的计划，更需要和客户进行心理上的交战。从本质上来讲，销售就是一场心理博弈战，如果你想成功地卖出产品，就必须读懂客户内心和了解客户需求才能立于不败之地。

1. 销售工作并非矮人一等 / 002
2. 把自己看做商品 / 006
3. 塑造打动人心的第一印象 / 009
4. 目标决定高度 / 012
5. 做真实的自我 / 015
6. 自我肯定，让自己高大起来 / 018
7. 展示你灵活聪慧的应变力 / 021
8. 拥有让自己光芒四射的才华 / 023
9. 要成交生意，先建立友情 / 026
10. 诚信让你的推销之路走得更远 / 030
11. 失败不过是离成功更近一步 / 033

## 第二章

### 心态决定一切：销售精英要懂心理学

对于销售人员来说，心理素质的好坏往往直接影响到其事业的发展。多数销售员缺乏自我



批评、自我反省的勇气和毅力，这是一种缺乏信心的表现，同时也反映了心理素质脆弱的一面。乔·吉拉德说：“信心是推销员胜利的法宝。”当然，这也仅仅是优秀销售人员必须具备的其中一项心理素质而已。如果你想成为一名心理素质极佳的销售人员，那么，你就应该掌握好本章为你提供的心理工具。

1. 做自己情绪的主人 / 038
2. 自信是推销自己的法宝 / 041
3. 忍让与业绩成正比 / 044
4. 用“好脾气”创造好业绩 / 046
5. 练就时刻都能保持微笑的豁达 / 049
6. 鼓起勇气，战胜怯场 / 052
7. 拒绝悲观，坚持到底 / 054
8. 要执著，不要轻言放弃 / 057
9. 积极应对“销售低潮” / 060
10. 失败时要有百折不挠的精神 / 063

### 第三章

## 找到打开客户“心门”的钥匙：客户惯常的消费心理

任何一种道理如果具有了普遍性，那么就成为了真理。销售中就有许多种这样的真理，他们是经过一代代成功的销售人员验证过的，并且长期以来都在销售行业中流传，那么只要你熟知了这些心理定律，你销售起来就会事半功倍。

1. 洞悉客户心理 / 068
2. 切中客户追求的自我重要感 / 071
3. 顾客对销售人员的警戒心理 / 074
4. 每位消费者心中都有一个价格 / 076
5. 人人都想享有“贵宾”待遇 / 078
6. 客户都有怕被骗的心理 / 080
7. 客户的“从众”心理 / 083
8. 顾客们的名牌心理 / 086
9. 客户都希望以低廉的价格获得产品 / 087



10. 积极调动客户的逆反心理 / 089
11. 客户都有渴望被关怀的需求 / 092

## 第四章

### 客户身体语言背后的心理：从细节上洞察客户的心理变化

人类除了口头的语言之外，还有一种身体语言。有时候客户不说话并不意味着客户就认可你，有时候客户直直地看着你并不意味着客户就对你的产品有兴趣，这其中的奥妙是无穷的。所以，你在销售的时候，就要读懂客户的身体语言，这样你才能读懂客户。

1. 小动作“出卖”客户大心理 / 096
2. 读懂客户的手部动作 / 097
3. 脚部动作泄露出的小秘密 / 100
4. 坐姿中蕴藏的玄机 / 102
5. 读懂客户的几种笑语 / 105
6. 眼睛泄露客户内心的秘密 / 107
7. 了解对方的眉语 / 110
8. 从空间距离测量客户的心理距离 / 112
9. 从吃方面了解客户的个性 / 114
10. 从喝酒把握客户的心理 / 116
11. 从吸烟看客户的性格特征 / 118

## 第五章

### 打动客户心理的销售口才：为高效成交打下良好基础

对于销售人员而言，好的口才不在于言辞的华丽，不在于辩论技巧的高超，而在于是否能够打动客户的心，是否能够迅速地吸引客户的注意力，引起对方的兴趣，如此，便能够一步一步地激起客户的购买欲望，并最终说服对方作出最后的购买决定！因此，可以毫不夸张地说，销售的成功在很大程度上可以归结为销售人员对口才的合理运用与发挥。

1. 用口才展现你的文化修养 / 122
2. 设计新颖独特的开场白 / 123



3. 准确把握直言与婉言 / 127
4. 销售人员绝对不该说的9类语言 / 130
5. 少说“我”，多说“我们” / 133
6. 声东击西，先说产品再说价格 / 136
7. 多让顾客说肯定的话 / 138
8. 用有效话题打破冷场 / 141
9. 不做滔滔不绝的“独白者” / 144

## 第六章

### 寻找客户的心理突破点：看透不同类型客户的心理弱点

产品分门别类，人有各种各样，而客户也是各不相同的。如果你不能一眼就看出你面前的准客户是什么类型的人，试想你能采取准确的销售策略去对其进行推销工作吗？顾客是上帝，也是朋友，但如果你连上帝、朋友的内心都不了解，你又怎么能够获得销售工作的成功呢？

1. 专断型客户心理：你要做的是服从 / 148
2. 随和型客户心理：我需要你的感动 / 150
3. 爱慕虚荣型客户心理：你足够尊重和重视我么 / 153
4. 精明型客户心理：我能否得到实在的优惠呢 / 155
5. 外向型客户心理：喜欢就买，求你不要啰嗦 / 158
6. 炫耀型客户心理：学会对他们赞美吧 / 160
7. 内敛型客户心理：我能否真切体会到你的真诚 / 163
8. 犹豫不决型客户心理：他真的需要你的建议 / 165
9. 标新立异型客户心理：我需要的就是个性 / 168
10. 墨守成规型客户心理：我得弄明白到底有何用途 / 171
11. 分析型客户心理：直到我挑不出毛病为止 / 174

## 第七章

### 销售其实是一场心理博弈：销售中常用的心理学“诡计”

销售，是销售人员与客户之间心与心的互动。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，就是让客户自己主动购买。由此可说，销售是一场心理博

弈战，谁能够掌握客户的内心，谁就能够成为销售的王者！

1. 适当制造压力，给客户一些“被威胁”的紧迫感 / 178
2. 把顾客的拒绝当作是一种享受 / 180
3. 用微笑拉近彼此间的心理距离 / 183
4. 稳中求胜，让客户变主动 / 186
5. 讨价还价的策略 / 189
6. 多利用惯性思维引导客户 / 191
7. 让客户满意自己的购买行为 / 194
8. 激发客户的兴趣 / 196
9. 让客户的借口说不出口 / 199
10. 注意倾听，恰当把握客户的购买需求 / 202
11. 积极创造让客户无法抗拒的强大气势 / 206

## 第八章

### 在心理上控制客户：销售人员必知的心理学效应

在销售实践中，客户购买产品不仅仅为了获得物质上的满足，还是为了心理上的满足。那么，通过了解这些心理效应，将有助于你掌握被客户喜欢的技巧，从而实现你的销售目的。

1. 焦点效应：把客户的姓名记在心中 / 210
2. 折中效应：拒绝贪婪，细水才会长流 / 212
3. 情感效应：用真心来融化客户心中的坚冰 / 215
4. 互惠效应：先付出一点让客户产生亏欠感 / 218
5. 权威效应：让客户对你信赖有加 / 221
6. 稀缺效应：直击客户担心错过的心理 / 223
7. 老虎钳效应：你再加点生意就成交 / 226
8. 蚕食效应：一点一点促进生意的成交 / 228
9. 人性效应：比商品更重要的是人性 / 231
10. 退让效应：让客户感到内心难安的让步 / 233
11. 创新效应：逆向思维更能吸引客户 / 235



## 第九章

### 金牌销售员的攻心秘笈：拉近与客户的心理距离才能赢得客户

卓越的销售人员的成功武器就在于能力！他们之所以成功，是因为他们知道如何攻破客户的心理防线，他们懂得如何牢牢把握客户的心理，所以他们成功了！他们可以做到的，你同样也行！学习和掌握他们的攻心秘笈，在平时多加训练，你一定就是下一位金牌销售员！

1. 站在客户的角度思考问题 / 240
2. 用人情留住老客户的心 / 243
3. 学会倾听，受益无穷 / 246
4. 真诚地赞美你的客户 / 249
5. 成功消除客户的疑虑 / 252
6. 学会站在客户的立场思考问题 / 255
7. 即使客户无理，也不能失礼 / 257
8. 积极回应并解决客户的抱怨 / 260
9. 用正确的态度对待客户的投诉 / 263
10. 体验会让客户早作决定 / 266
11. 用心传递价值，让客户没有后顾之忧 / 270

## 附录

- 销售精英不可不知的10条销售定律 / 273

## 第一章

# 首先成就自己 绽放最美的自己

成功的推销员一定是一名伟大的心理学家，每个销售人员从找到客户直到完成交易，他所需要的不仅仅是细致的安排和周密的计划，更需要和客户进行心理上的交战。从本质上来讲，销售就是一场心理博弈战，如果你想成功地卖出产品，就必须读懂客户内心和了解客户需求才能立于不败之地。

## 1. 销售工作并非矮人一等

有些新人职的销售人员对销售工作认识不到位，总觉得现在是买方市场，销售就是要求客户购买，因此在面对客户时，信心不足。其实这种心态不但存在于销售新手身上，有些做了一两年的销售人员也走不出这个怪圈。尤其是当下的销售非常注重服务意识，于是便有销售人员觉得为客户服务就是矮人一等，其实这是一种完全错误的心态。

销售人员要想赢得客户好感，要想取得好业绩，首先就要认同自己，并给自己以积极的定位，这或许并不能直接促成销售的成功，但是，销售人员由内而外表现出来的自信心一定会给客户以积极的感染。试想一下，一个信心十足、热情洋溢、积极乐观的销售人员与一个缺乏信心、消极悲观的销售人员哪一个更能吸引客户呢？答案不言自明，没有人会向那些连自己都不相信自己的销售人员购买产品，更不会接受他们的服务，因为那些销售人员本身的不自信会导致客户对他们所推销的产品和服务的不信任。

实际上，许多销售新人虽然敢于迈出推销生涯的第一步，但直接面对客户、与其进行交流时就会表现得坐立不安、手足无措、语无伦次。为什么平时谈笑风生的销售人员，一旦与客户交谈起来，却变成了这个模样呢？这其实就是他们的自卑心理在作祟，他们从内心深处认为销售工作是一个卑微的行业，干销售是一件很没面子的工作。销售新人在客户面前自觉矮人一等、过于谦卑是非常普遍的现象。他们常常这样想：“如果我不对客户尊敬有加，如果不是每时每刻都顺着客户的话去讲，客户就不会下订单，不会买我的产品了。”

其实，这样想是对销售工作的误解。销售与其他行业一样，只是具体工作内容不同。销售人员不是把产品或服务强加给别人，而是在帮助客户解

决问题。你是专家，是顾问，你和客户是平等的，甚至比他们的位置还要高些，因为你更懂得如何来帮助他们，所以你根本没必要在客户面前低三下四。要知道，你看得起自己，客户才会信赖你。

而且，在销售行业中最忌讳的就是在客户面前卑躬屈膝。如果你连自己都看不起，别人又怎么会看得起你呢？表现得懦弱、唯唯诺诺，根本不会得到客户的好感，反而会让客户大失所望。你對自己都没有信心，别人又怎么可能对你销售的产品有信心呢？

有一名销售新人向一位经理推销电脑，其间不断讨好对方，这让经理十分反感。经理看了看电脑，觉得质量不错，但最终并未购买。经理说：“你用不着这样谦卑，你推销的是你的产品，而不是同情。你这样子，谁还会信任你，买你的东西呢？”

由此可见，低三下四的销售姿态，不但使商品贬值，也会使企业的声誉和自己的人格贬值。作为一名刚刚涉足销售行业的新人来讲，不管面对什么样的客户，都不要认为销售是一种丢面子的的工作。应该保持不卑不亢的态度，至少应该与客户平等相待，只有这样，才能从根本上赢得客户。

孙小姐是一位刚刚毕业的大学生，应聘到某面点公司，成为一位销售新人，经过短短一个星期的培训，就被派到广东当理货员。

我们经常看见超市的货架大都摆得整整齐齐，有条不紊，那些热销、便宜的商品通常会放在最显眼的位置，其实这些都是各家厂商理货员的功劳。靠近门口的货架、多层货架上接近视平线的那几层、店堂里位置显眼的货架，全都是像孙小姐这样的理货员争抢的对象。货架位置越“显眼”，种类越繁多，摆得越有条理，就越容易激发消费者的购买欲望。销量提高了，超市才会多进你的货，才愿意让你的产品长期放在最显眼的位置。

第一次，孙小姐走进一家很小的便利店。面对货架前那个染黄发的女店员冷冷的面孔，她磨蹭了半天就是不敢开口：要不要称呼她“小姐”啊？会不会年纪太大了……如果称呼她“阿姨”？万一她生气了怎么办……

经历了一番思想斗争，孙小姐终于慢慢腾腾地来到她面前，嗫嚅着说：“你好，我是××面点公司的。”女店员转过头来，瞪了她一眼，问：“什么



事？”“我，我来看一下我们公司的……”“有什么好看的！”没等孙小姐说完，女店员就很不礼貌地把头扭了过去。

孙小姐的脸一下子红了，最后她把心一横，滔滔不绝地说起来：“你们的货架有些凌乱，商品的种类比较少，如果多进一点我们的商品对你们也有好处……”她说得口干舌燥，女店员却连正眼都不瞧她一下，周围几个女店员都表情冷漠地看着她，孙小姐羞愧难当……

接下来的几天里，孙小姐又跑了十多家店，都是这种“没面子”的结局。她的心里有些不舒服了：“我是名牌大学毕业的，凭什么要干这种没面子的的工作？”

当她在电话里把这种想法告诉公司经理时，经理的一番话启发了她：“销售不是一种卑微的工作，销售人员与其他人一样，都是用自己的努力实现自我价值。你千万不要灰心丧气，只要坚持下来，肯定会取得优秀的业绩。”

孙小姐经过仔细琢磨，觉得经理的话非常正确。是的，销售是自我价值的深刻体现，销售是自我的再生产，是创造一个新自我的过程。

从那以后，孙小姐每周都要光顾那些小超市几次，时间久了也摸索出一些经验：前几次只是互相熟悉一下，一般只和人家说几句“你们挺辛苦的吧”“这里的小偷多吗”之类的话。那些店员表面上很难缠，实际上也觉得工作有些无聊，时间一长，便与孙小姐成了“老朋友”，接着就会把店里的情况一五一十地告诉孙小姐。

这样，半年的时间过去了，那个城市的20多家超市中的“黄金”货架上便摆满了孙小姐所在公司的产品。

对于销售人员来说，不管是高层的销售经理，还是底层的业务代表，其所从事的销售工作都是有着深刻意义的。

每个人都希望发挥自己的才能，为自己的梦想而努力奋斗，这既是人们实现自我的一种心理需要，也是一种对人生价值的追求。对于销售人员来说，既然从事了这种职业，就应该全身心地投入进去，用努力换取应有的回报。



阿峰、阿斌、阿强大学毕业后同时进入某公司，成为公司的销售代表。

阿峰很喜欢自己的这份工作，并做了长远规划。他把销售工作当做自己的事业来做，总是在实践中不断地认真学习和提高自己的能力，他还经常花费双倍的时间、精力来解决销售环节中出现问题。

阿斌工作非常踏实，他也迫切渴望在工作上做出成绩，以获得领导的赏识，但有时也喜欢偷懒，偶尔会寻找各种借口来逃避责任，但是总体上还是对自己要求比较严格的。

阿强则对这份工作缺乏热情，他只是把工作当做一种谋生的手段，只是按照公司规定办事，内心抱持一种混日子的态度，终日昏昏沉沉地过着。

10年过去了，三个人的境况大不相同。阿峰因为能力过人、业绩突出，一路升职，现为最初应聘的那家公司的销售经理；阿斌后来跳槽，被一家公司聘为销售部主管；而阿强却一事无成，依然落魄，没有一点成就。

俗话说“不想当将军的士兵不是好士兵”，这体现的是一种实现自我价值的心理。工作除了可以使人得到应有的报酬，即获得物质资料外，还能够使人得到精神上的满足。销售是一种服务性的职业，可以给客户带来方便，同时销售人员也在销售中获得客户的认可和尊重。尽管在工作中，销售人员会碰到各种各样的挫折和打击，但是如果成功地征服了这些困难，反而会获得更大的成就感。

金牌销售人员的创业经历告诉我们，搞销售工作并不丢人，它只不过是一种职业，只要放下自己的架子和面子，摆脱虚荣心理的束缚，品尝到销售成功的时刻就不远了。

销售真谛

作为一名销售人员，每天都要面对许多不同类型的客户，因此你必须具备许多不同的能力和技巧。要让你想结识的人也愿意结识你，就需要表现你自己，也就是要随时随地地表现出你的能力，让别人都注意你，这就是你的生存之道。

## 2. 把自己看做商品

世界上最伟大的销售人员之一乔·吉拉德曾说过：“推销的要点是，你不是在推销商品，而是在推销你自己。”他甚至还撰写了一部名为《怎样销售你自己》的著作，来专门阐述他的这一经典思想。

销售活动是由销售人员、客户以及商品三方面要素共同构成的。客户要购买商品，而销售人员则是连接客户和商品的桥梁。通过销售人员的介绍，使客户得到更多关于商品的信息，从而做出判断，决定买还是不买。而在这个过程中，虽然客户是冲着商品而来，但是客户最先接触到的却是销售人员。如果销售人员彬彬有礼、态度真诚、服务周到，客户就会对其产生好感，很有可能进而接受其推销的产品；相反，如果销售人员对客户态度冷淡、爱理不理、服务不到位，客户就会很生气、很厌恶，即使其产品质量很好，客户也会排斥。

销售强调的一个基本原则是：推销产品之前，首先要推销你自己。所谓对客户推销你自己，就是让他们喜欢你、相信你、尊重你并且愿意接受你，换句话说，就是要让你的客户对你产生好感。很多时候，销售人员就像是一件又一件的商品，有的相貌端正、彬彬有礼、态度真诚、服务周到，是人见人爱的抢手商品，所有的客户都喜欢；有的衣衫不整、粗俗鲁莽、傲慢冷淡、懒懒散散，就会令客户讨厌，甚至避而远之。

实际上，销售与购买是销售人员与客户之间的一种交往活动。既然是交往，只有彼此之间产生好感，相互接受，才能够继续发展下去，并建立起比较稳定的关系。客户首先接受了销售人员，才会进而接受其产品。因此，销售人员在销售产品时，首先要让客户能够接受自己，对自己产生信任，这样客户才会接受其推销的产品。如果客户对销售人员有诸多的不满和警惕，即