

成功的销售

归根结底是对客户心理的掌控和征服

管理营销秘籍，技能培训宝典
适合个人、团队和企业的培训阅读

每天学点

销售心理学

全集

赵建勇◎编著



每天学点销售修身术，快速提升自身的推销魅力
每天学点销售读心术，瞬间看透客户的所思所想
每天学点销售操纵术，成功实现客户的心理引导
每天学点销售攻心术，有效突破客户的心理抗拒

中国纺织出版社

内 容 提 要

本书是针对销售人员面临的工作环境、客户及对手情况,为销售人员量身定做的销售全书。从销售修身术、销售读心术、销售操纵术、销售攻心术等几个方面入手,全面讲授如何把握客户心理,掌握销售主动权。本书读者群体广泛,不仅适合投身于一线的各行各业销售人员,而且对于广大中青年职场人士来说,懂得推销、掌握客户心理,也是其必备的要素。

图书在版编目(CIP)数据

每天学点销售心理学全集/赵建勇编著. —北京:中国纺织出版社, 2011.7

ISBN 978-7-5064-7541-9

I. ①每… II. ①赵… III. ①销售—商业心理学—通俗读物 IV. ①F713.55-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第100802号

策划编辑:曲小月 许若茜 特约编辑:俞坚沁

责任印制:周 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

http://www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京中达兴雅印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2011年7月第1版第1次印刷

开本:1020×1200 1/10 印张:30

字数:289千字 定价:38.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

俗话说：“不想当将军的士兵不是好士兵。”那么，不想成为最优秀的销售员也不是好的销售员。生活离不开消费，有消费就有销售，销售的广泛性比其他任何行业都无法比拟的。而其销售工作的复杂性、艰巨性也较之其他工作显得更加突出。销售不是将商品或服务硬塞给客户，强迫客户接受，而是让客户由衷地表示喜欢，并乐意购买和消费。而这个过程则是对客户心理的一种判断、分析、影响、操纵和说服的过程，如果销售员不能迅速地读懂客户的心理，不能有效地引导客户的情绪，不能巧妙地化解客户的抗拒，都会导致销售最终功亏一篑。因此，对于销售员来说，成功的销售归根结底就是对客户心理的解读、掌控和征服。所以，销售一定要懂心理学，只有这样，才能更深入地了解客户、影响客户，最终征服客户。

销售是从了解客户的心理开始的，想要成为一名优秀的销售员，首先要学会全面地了解客户的心理。因为在消费中，客户有着复杂的心理，很多的因素会促使客户购买，也有很多的因素会导致客户放弃购买，所以心理因素对客户决策的影响是巨大而深远的。销售员要想把自己的商品销售出去，就必须了解客户的心理，知道客户真正想要的是什么，有哪些不利因素影响了客户的心情，从而采取有效的措施，激发促使客户购买的积极因素，消除阻碍客户购买的消极因素，让客户满意地购买到自己喜欢的商品。这样不仅能够赢得客户的心，使自己的商品受到欢迎和青睐，而且也能够给自己带来巨大的利益。

优秀的销售员往往就像一位心理学家，他们是最明白客户心声的。他们善于了解客户真实的想法，善于运用最积极有效的心理影响力，让客户感觉良好，让客户觉得如果不从他这里购买商品，就会有后悔感。总之，销售员要用自己的能力、魅力和心力，为客户搭建起一个愉悦和谐的平台，让销售变得顺其自然。而这样的销售才是真正成功的。

销售员需要时刻认识到，销售不是一种简单的买与卖的利益关系，而是一种很广泛的社会交往。只有把真挚的感情放进去，它才会生动起来，长久起来。所以，为了促成交易，使用销售技巧必不可少。但是不管采取什么样的技巧和方法，都必须要用感情来做支撑，因为只有采取情感的投入，才会让销售直达客户的内心，才能真正打动客户。

此外，作为一名销售员，除了具有高超的专业知识水平和扎实的销售基本功之外，更

重要的是要善于进行自我的心理修炼。销售是一项极具挑战性的工作，是对销售员心理素质的全面考验。如果没有很高的心理素质，销售员很容易在严峻的考验中败下阵来，最终走向失败。

总之，要想提高销售业绩，销售员就要善于在销售中运用心理学，了解客户的心理，扫描自己的心理；疏通客户的心，呵护自己的心。这样带着快乐而自信的心情去工作，就能取得出色的成绩，成为最优秀的销售员。

本书分为四篇，将心理学与销售紧密地融合在了一起。让销售员可以每天学点销售修身术，快速提升自身的推销魅力；每天学点销售读心术，瞬间看透客户的所思所想；每天学点销售操纵术，成功实现客户的心理引导；每天学点销售攻心术，有效应对各类客户。

销售离不开心理学，每天学点销售心理学，实现让客户从拒绝到顺从的心理制胜，让销售员从平庸到卓越的快速提升。

编著者
2011年3月

第一篇 每天学点销售修身术

——做最受欢迎的销售员

销售员是连通客户与商品最重要的媒介，作为商品的代言人，同时又是客户的顾问，销售员的角色极为重要，因此对其自身素质的要求也就很高。想要成为一名受欢迎的销售员，就要给自己一个正确的定位，并注重自身修养。因为一个成功的销售员，首先应该是一个有修养、有魅力的人。

▶第一章 给自己一个正确的角色定位◀

销售员到底是一种什么样的角色呢？很多销售员并不能准确地认识到这一点，因此也就无法处理好自己与客户之间的关系。其实，销售员对客户来说是极其重要的，销售员一定要给自己一个正确的定位。

一、销售员是牵线搭桥的红娘	004
二、销售员是提供专业服务的顾问	006
三、销售员是给予专业指导的专家	008
四、销售员是为客户排忧解难的秘书	010
五、销售员是为客户消灾解难的医生	012
六、销售员是客户坦诚相对的朋友	014
七、销售员是了解客户心思的知己	016
八、销售员是客户死心塌地的追求者	018
九、销售员是客户无微不至的呵护者	020

▶ 第二章 练好销售的看家本领 ◀

销售讲究技巧，但更讲究心理素质，这些都是销售员需要具备的能力。不仅要会使用高明的技巧来点石成金，还要借助优秀的心理素质来力挽狂澜。所以销售员一定要注重技能储备，练好看家本领。

- 一、销售员要有侦察兵一样敏锐的头脑 024
- 二、销售员要有相声演员能说会道的口才 026
- 三、销售员要有将军般威严的风范 028
- 四、销售员要有狂妄者非凡的自信 030
- 五、销售员要有胜利者乐观的心态 032
- 六、销售员要有慈悲者博爱的胸怀 034
- 七、销售员要有魔术师不可捉摸的神秘 036
- 八、销售员要有心理医生体察人心的医术 038
- 九、销售员要有登山运动员般坚韧的毅力 040

▶ 第三章 警惕导致销售失败的心理误区 ◀

俗话说：“一招走错，满盘皆输。”一个小小的错误可能会导致巨大的损失，所以在销售中，销售员要格外注重各种细节的问题，避开一些心理误区，不能因为自己的一时疏忽和大意，使本来已经成功在望的交易转向失败。

- 一、客户面前绝不低三下四 044
- 二、死缠烂打不是好的推销方法 046
- 三、一锤子买卖的结果是得不偿失 048
- 四、不要轻视身边的“小人物” 050
- 五、不要与客户据理力争 052
- 六、浅尝辄止难以理解客户意图 054
- 七、三心二意是对客户极大的不尊重 056
- 八、面对突发情况不可惊慌失措 058
- 九、刻板教条会让客户感到厌倦 060
- 十、要懂得心急吃不了热豆腐 062
- 十一、顾虑太多只会错失良机 064
- 十二、语言不当会引发客户的反感 066
- 十三、销售的成功靠的不是运气 068

▶第一章 心理引导，让客户愉悦地接受你◀

销售员不仅要懂得如何亲近客户、制造各种接触的机会，还要善于在销售的过程中积极地驾驭客户，通过创造氛围、转移话题、言语暗示等方式，有效地控制客户的心理和情感的变化。

- 一、轻松而自然地接近客户 146
- 二、让客户留下你的名片并记住你 148
- 三、用幽默化解冷场和尴尬 150
- 四、用眼神传递更多友善和关爱 152
- 五、营造不同氛围，影响客户情绪 154
- 六、在闲聊中消除客户的戒心 156
- 七、用小话题拉近彼此的心理距离 158
- 八、巧说反话，化解客户的抗拒 160
- 九、转移话题，增加客户的新需求 162
- 十、反复强调，让客户留有深刻印象 164

▶第二章 心理暗示，让客户更深地认同你◀

要使说服更有效、更触动客户的心灵，销售员一定要抓住客户的心理，对其进行积极的暗示。顺着客户的真正需求去引导，才会让客户的心里感到舒服、得到满足，并产生持久的消费快感。

- 一、巧设悬念，引发客户的好奇心 168
- 二、让客户获得最新鲜的感官享受 170
- 三、让客户感觉得来不易，才会更加珍惜 172
- 四、让客户从怀旧中找到寄托 174
- 五、在客户提出要求之前主动让步 176
- 六、给不满的客户更多的同情和安抚 178
- 七、让情绪低落的客户心情好起来 180
- 八、利用参照群体给客户施加压力 182

▶第三章 心理影响，让客户乐意与你交往◀

在与客户的交往中，销售员要善于运用一切有利于自己的因素和条件，发挥其积极的

作用，来对销售进行影响。所以，销售的成功，靠的不仅仅是销售员自身的有限资源，更多的是头脑，是审时度势的计谋引导。

一、化整为零，让客户轻松做出决定	186
二、设置假想敌，与客户化敌为友	188
三、循序渐进地去打动和感化客户	190
四、利用逆反心理，让客户倒追你	192
五、先小后大，逐步让客户接受你的要求	194
六、给客户制造一点善意的“威胁”	196
七、用激将法逼客户改变之前的决定	198
八、引导客户做出承诺并主动履行	200
九、在攀比中让客户下定必买的决心	202
十、巧借第三方的力量来说服客户	204

第四篇 每天学点销售攻心术

——彻底征服客户的心

在销售过程中，销售员会遇到各种各样的客户，有的比较和善，有的比较固执，有的比较挑剔，有的比较古怪……可谓“众口难调”。销售员只有摸准他们的脾性，并运用策略巧妙说服，才能各个击破，让他们各取所需，满意而归。

第一章 高效沟通，切中要害，化解挑剔

——各种棘手状况下的应对技巧

在销售中，难免会碰到各种各样棘手的问题，销售员要能够随机应变，保持冷静的头脑，采取巧妙的方法去说服客户。通过直达客户内心的深度沟通，来化解客户的挑剔，征服他们的心。

一、客户说“随便看看”怎么办	210
二、客户觉得你是在“自卖自夸”怎么办	212
三、客户的陪伴者持相反意见怎么办	214
四、客户被闲逛的顾客干扰怎么办	216
五、客户因照顾不周而抱怨怎么办	218
六、客户要“回家商量一下再买”怎么办	220

七、客户认为“产品没有知名度”怎么办	222
八、客户说“等打折的时候再来买”怎么办	224
九、客户不想要最后一件怎么办	226
十、客户不断砍价怎么办	228

► 第二章 对症下药，摸清性格，各个击破 ◀

——不同性格客户的心理分析和应对方法

俗话说，“龙有九子，各不相同。”因为生存环境、出生年代、教育经历等差异，人们在性格特征上也有很大不同，有的人冷静、有的人冲动、有的人随和、有的人固执。销售中，销售员会遇到各种类型的客户，只有善于分析，对症下药，才能运用最有效的方法说服客户。

一、遇到冷静理智型的客户如何应对	232
二、遇到精明干练的客户如何应对	234
三、遇到借故拖延的客户如何应对	236
四、遇到喜欢抱怨的客户如何应对	238
五、遇到斤斤计较的客户如何应对	240
六、遇到喜欢炫耀的客户如何应对	242
七、遇到自以为是的客户如何应对	244
八、遇到沉默寡言的客户如何应对	246
九、遇到情感冲动的客户如何应对	248
十、遇到固执己见的客户如何应对	250
十一、遇到犹豫不决的客户如何应对	252
十二、遇到独断专行的客户如何应对	254
十三、遇到先入为主的客户如何应对	256
十四、遇到生性多疑的客户如何应对	258
十五、遇到追求时尚的客户如何应对	260

► 第三章 分门别类，找准软肋，逐一应对 ◀

——不同职业客户的心理分析和应对方略

在销售的实战中，销售员会遇到各行各业、形形色色的客户，而不同职业的客户有

着不同的心理特点和性格类型。销售员绝对不能一概而论，用一种方式僵硬地应对所有客户。而应该依据其特点，采用灵活多变的方法，分而应之，各个击破。

一、如何说服专家型客户	264
二、如何说服企业家型客户	266
三、如何说服工程师型客户	268
四、如何说服公务员型客户	270
五、如何说服农民型客户	272
六、如何说服教师型客户	274
七、如何说服医师型客户	276
八、如何说服护士型客户	278
九、如何说服退休员工型客户	280
十、如何说服警官型客户	282
十一、如何说服银行职员型客户	284
十二、如何说服普通职员型客户	286
参考文献.....	288

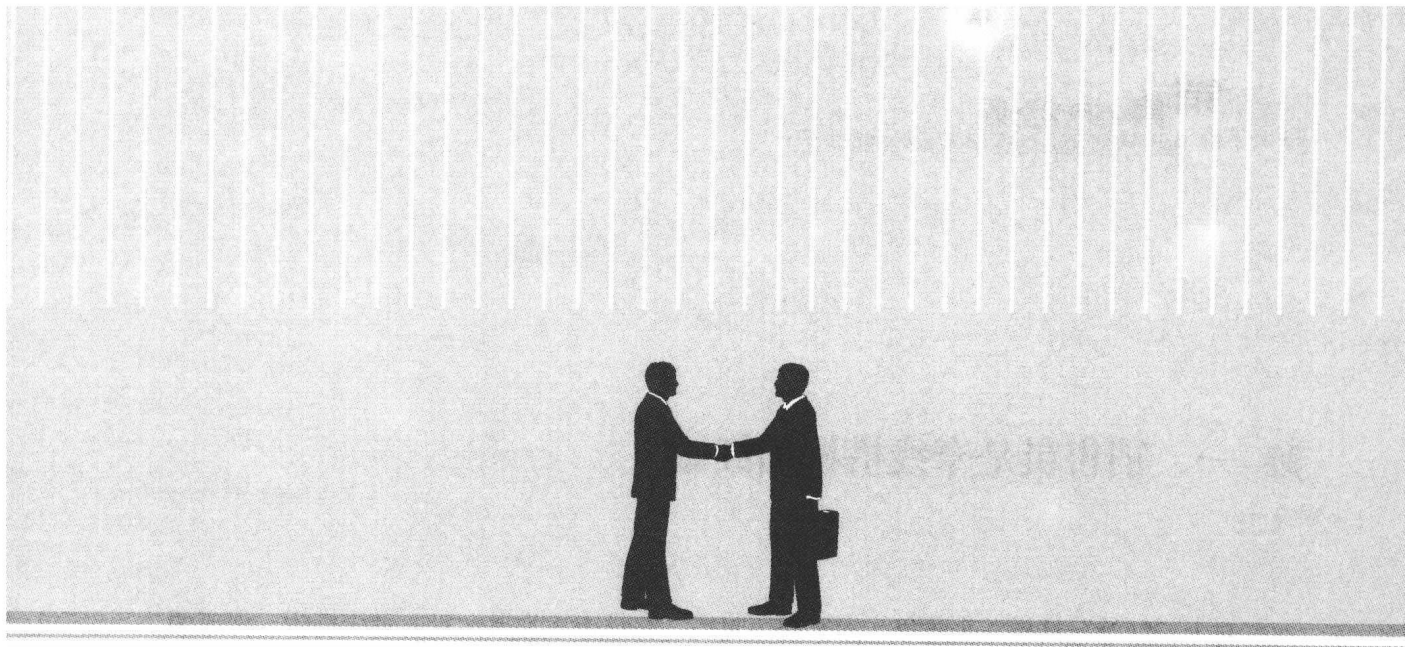
第一篇 每天学点销售修身术

——做最受欢迎的销售员

销售员是连通客户与商品最重要的媒介，作为商品的代言人，同时又是客户的顾问，销售员的角色极为重要，因此对其自身素质的要求也就很高。想要成为一名受欢迎的销售员，就要给自己一个正确的定位，并注重自身修养。因为一个成功的销售员，首先应该是一个有修养、有魅力的人。







第一章



给自己一个正确的角色定位

销售员到底是一种什么样的角色呢？很多销售员并不能准确地认识到这一点，因此也就无法处理好自己与客户之间的关系。其实，销售员对客户来说是极其重要的，销售员一定要给自己一个正确的定位。

▶▶ 一、销售员是牵线搭桥的红娘

对于“红娘”这样一个角色，大家都不陌生，它是指专为男女双方牵线搭桥，促成两人结为秦晋之好的人。这个角色“成名”于元代王实甫的《西厢记》，在剧中，红娘虽身为婢女，但在张生与莺莺的恋情中起到了必不可少的作用。而在销售的过程中，很多时候销售员要承担的角色就是客户与商品之间的红娘，即为客户与商品牵线搭桥。

一个好的红娘所要做的牵线搭桥并不那么简单，在牵线搭桥之前，不仅要了解男女双方的相貌、家庭背景、工作状况等做个了解，还要知道两个人的性格、习惯、爱好、优缺点等；经过认真比较，确定男女双方比较适合之后，才能给两人牵线搭桥。而且牵线搭桥，也是一门艺术，选择的时间、地点以及如何介绍两人，都直接影响两人是否能够继续交往。另外，一个好的红娘还要在牵线搭桥之后做好各种“售后服务”的工作，这样才不至于功亏一篑。

销售员就是客户与商品之间的“红娘”；而客户与商品就是他所需要牵线搭桥的“男女双方”。要想做好这个红娘，使客户对商品一见倾心，就需要在他们见面之前，对双方做一个充分的了解，明确自己的商品适合什么样的客户，而客户又需要一种什么样的商品，然后才能给双方加以引荐，这样才能收到良好的效果。

赵娜在一家服装批发公司做销售员。刚开始工作的时候，她就遇到了让自己很困惑的问题：为什么自己每次口干舌燥地向前来批发服装的客户推荐新的服装款式，都见效甚微呢？后来的一次经历，让她明白了问题所在。

一次，邻居大姐给她介绍男朋友，与以往介绍人不一样的是，这位大姐不仅把男方的脾气、秉性、习惯、爱好、家庭、长相给她介绍得一清二楚，而且还分析了两人很般配的原因。结果她与男孩儿见面后，彼此都觉得比较适合。

后来，赵娜想到，客户之所以没有看中自己推销的产品，是因为自己从来就没有分析过客户的爱好，更没有想过自己推荐的服装是否适合客户的需要。她经常把一些相同款式的服装推荐给不同的客户，根本就不管客户主营哪种风格、哪个年龄段的服装。

意识到这个问题以后，赵娜开始像红娘一样，先详细了解客户的经营情况以及对服装的需求等，然后再向他们推荐。一段时间之后，赵娜的业绩上升了。这期间，赵娜体会到了做客户与商品之间“红娘”的不易与辛酸，而得到更多的是收获的快乐与喜悦。

销售员只有做一个好红娘，才能促成客户与商品之间的美好“姻缘”。当然，“红

娘”销售员应该注意，牵线搭桥之后并不代表红娘任务的完成，接下来还应该进行一系列的“牵后服务”。例如，如果双方在相处了一段时间真的不合适，即商品可能不适合客户的需要，很有可能就会找你退货；或者他们在相处的过程中产生摩擦、磕碰，即客户使用商品不熟练等，就需要红娘从中周旋和磨合等。

因此说，销售员要想做好客户与商品之间的红娘并不是一件容易的事情。不过，只要销售员用心去学、去研究，就必定会达到事半功倍的效果。

1. 根据客户需要，寻找适合客户的商品

对于客户而言，他们最想要的就是适合自己的商品。就像男女找对象，除去其他因素不谈，适合是最重要的。因此说，销售员应该把“适合”放在第一位，在工作的过程中不断寻找适合客户的那些商品，然后牵线搭桥。

2. 实话实说，在销售的过程中一定要真诚

做红娘时，最重要的一点就是对双方的情况实话实说，这样才有利于促成双方的秦晋之好。推销商品也一样，在介绍给客户之前，一定要细致、真实地做介绍，绝对不能对客户有所隐瞒和欺骗。



▶▶ 二、销售员是提供专业服务的顾问

销售员应该是为客户提供帮助和服务的专业人士，因此，就要以专业的标准来要求自己。所以，对于客户，销售员不是客户的对立者，也不是商品的推荐者，而应该是为客户提供专业服务的业务顾问。

所谓业务顾问，就是一个关注客户需要的对话者，一个为客户利益而工作的问题解决者和需求满足者。想要成为一名成功的销售员，就要把这一点作为自己的准确定位和行为的准则，这样才能达到销售的最高境界。因为作为顾问，销售员就是客户可以咨询和托付的伙伴，是深得客户信任和依赖的人，这样销售的难度自然就大大降低了。

当然，要成为一个出色的业务顾问，就需要销售员不断地提高自己。不仅要掌握建立与优化客户关系的技术，并保持持久的热情，还要善于运用能够取得客户承诺并推进销售的技术和思想意识。这样，才能让销售员在客户的眼中显得与众不同，才能更好地赢得客户的信任和托付。

充当客户的业务顾问，是成功销售的最高境界，而这种销售的方式也被称为顾问式销售。销售员需要站在专业角度和客户利益角度，为客户提供专业意见和解决方案以及增值服务，帮助客户对产品或服务做出最正确的选择并真正发挥出产品的价值，从而建立起客户对产品或服务的忠诚度，便于进一步开展销售，使之成为长期而稳定的合作关系。

作为顾问，销售员要在客户收集信息、评估选择和决定购买这三个过程中给予积极的提示和建议，帮助客户做出正确的选择，减少购买支出。在客户遇到难题的时候，帮助其解决，让客户在获得实惠和方便的同时，也获得丰厚的情感收入。也只有这样，销售员才能最大限度地引导客户的消费需求，增加自身销售的机会。同时，让顾客产生好的购后反应，促进彼此的长期发展。

这样的角色定位、这样的销售方式，能够更加有效地使销售员与顾客之间建立双赢的销售关系。值得销售员去认真实践。

1. 销售过程中要积极主动

在进行顾问式销售的过程中，销售员的自信是最好的、获得成功的资本。这就需要销售员必须具有相应的专业知识和行业知识，这样才能在销售中表现出充分的自信，不被客户牵着鼻子走，而是能够积极地引导客户，把客户的思维引导到自己所要表达的内容上来。

2. 不能对顾客进行欺骗

很多时候，销售员在客户面前会极力地掩饰商品存在的不足或者缺陷，甚至故意去蒙骗客户，这样只会给自身造成更坏的影响。毕竟，没有任何一个产品是十全十美的。所以，当客户发出质疑时，你最好坦白承认其中的不足，并积极做好引导工作。让客户认识到，购买产品是买其所长，而非其短。通过你的专业知识，为其找到相应的解决方案，帮助其消除疑虑。

3. 切实为客户解决问题

想要成为客户的顾问，就要切实地为客户解决问题。如果你自己解决不了，也可向别人求助。总之，不管会取得什么样的结果，即使你暂时没有找到解决问题的办法，你也要让客户知道你正在为他的事情操心，正在为他的事情想办法。这样客户才会被感动。当然，这需要销售员能够与客户进行深度沟通，聆听客户的心声，并真诚给予客户帮助。这样才会使客户感到满意。

