

全世界最贵的 销售心理课

上完这一课,没有卖不掉的产品

— SALES —
PSYCHOLOGY

陆冰◎著



一位销售大师20年的销售心经

9场实战模拟训练,21招销售必胜心法大公开。
首次揭露全球500强企业只做不说的营销秘密!
不必挤进哈佛MBA,读这本书就够了!

团结出版社

销售心理学

全世界最贵的 销售心理课

上完这一课,没有卖不掉的产品

SALES PSYCHOLOGY

陆冰◎著

团结出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

全世界最贵的销售心理课 / 陆冰著. — 北京: 团结出版社, 2014.1

ISBN 978-7-5126-2346-0

I.①全… II.①陆… III.①销售-商业心理学 IV.①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第298925号

出 版: 团结出版社

(北京市东城区东皇城根南街84号 邮编: 100006)

电 话: (010) 65228880 65244790 (传真)

网 址: www.tjpress.com

E-mail: 65244790@163.com

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京毅峰迅捷印刷有限公司

装 订: 北京毅峰迅捷印刷有限公司

开 本: 170毫米×240毫米 1/16开

印 张: 14

字 数: 250千字

印 数: 5000册

版 次: 2014年3月 第1版

印 次: 2014年3月 第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5126-2346-0/F.152

定 价: 35.00元

(如果有印装差错, 请与本社联系)



从不公开的销售心理课

世间万象，一切皆由心起！而销售作为一项伟大的事业，是一门科学、也是一门艺术，更是一场心理战。正如销售行业流传的那句名言：“成功的推销员一定是一个伟大的心理学家。”

事实上，每个销售员从一开始找到客户到完成交易，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，从这个角度来看，销售不仅仅是销售员与客户之间进行商品与金钱等价交换那么简单，更需要对心理学的掌握与利用，学会洞悉他人的心理，然后对症下药，如此才能更好地提升你的销售业绩。

美国一项调查表明，那些顶尖销售员的业绩通常是一般销售员业绩的300倍之多。在众多企业里，80%的业绩是由20%的销售员创造的，而这20%的人并非个个都是俊男靓女，也并非个个都能言善辩，唯一相同的是他们都拥有通往成功的方法，尽管他们所拥有的那些方法不可能完全相同，但却有一个共同之处，那就是洞悉客户的心理。

可见，在销售过程中，你不要觉得研究客户的心理是在浪费时间，其实研究客户为什么购买，客户有什么软肋，比那些费尽口舌却不讨好的推销方法要有效得多。而作为一名销售人员，你只有掌握了客户的心理，才能在迅速变化的市场中占有一席之地。遗憾的是，在实际销售当中，很多销售人员却常常忽

略心理销售这一重要环节。

销售不懂技巧，好比在茫茫的黑夜里行走，只能误打误撞。然而，对于一名销售员而言，最重要的销售技巧便是读懂客户的心理，从而有效地说服客户，见招拆招，这样的销售工作才算得上是“知己知彼、百战百胜”。

本书是一本结合最新心理学研究成果和销售实战的销售圣经，对消费者的不同心理，销售人员在销售过程中的不同阶段，以及销售人员应该怎么去面对客户等方面都作了详细的介绍，最值得称道的地方，就是主张面对看似纷繁复杂、难度重重的销售工作，首先要认识到销售活动的制胜秘笈：那就是在销售活动中，要想提升你的销售业绩，就一定要真正明白心理学对销售的重要性，这也是我在当下对“销售”的深入思考并结合自身十几年的销售经验，得出的颇有启示性的结论。

总之，本书所提供的种种技巧，不管是挖掘需求还是推动成交，都是拿来就可以使用的绝招，不但能使销售新手学到销售的入门知识，更能促进深资深销售人员对销售工作有进一步的认识，得到重新启迪和实际帮助。

最后，祝大家都能实现自己的销售梦想，成为行业的销售冠军！



目录

第一章 一切与成交无关——销售就是一场心理博弈

1-1 态度，意味着一切	002
1-2 销售是从被拒绝开始的	005
1-3 从优秀到卓越的三项修炼	009
1-4 强大的内心是你永远的后盾	013
1-5 恐惧是个好东西	016
1-6 小虫也能成龙靠的是什么	019
实战训练：进行一次思维预演	025

第二章 人们因何而购买——读懂客户的心理需求，做到投其所好

2-1 销售因购买而生	028
2-2 嫌货人才是买货人	031
2-3 客户需要一个简单理由	035
2-4 客户觉得好，才是真的好	038
2-5 买点是一种新的货币	040
实战训练：你所不知的客户的消费心理	043

第三章 自身潜能比专业知识更重要——挖掘最大潜能， 把任何东西卖给任何人

3-1 换上客户的脑袋	046
3-2 设计对了就成交	049
3-3 无所畏惧的七项心理法则	051
3-4 每个单子背后都有一位积极先生	056
3-5 避免昂贵的学习曲线	060
3-6 一步向前，还是一飞冲天	063
3-7 让卓越成为你的代言	067
实战训练：精心准备每一次拜访	070

第四章 把小单做大，把死单做活——把握九大心理战， 助你业绩翻倍

4-1 订单活着是因为有人在左右——二选一法则	074
4-2 销售的世界里没有真相——趋利避害效应	077
4-3 帮客户做笔划算的买卖——物超所值效应	084
4-4 每一个毛孔都要卖货——哈默定律	087
4-5 学会制造销售之势——从众效应	090
4-6 踏出正确的第一步——250定律	093
4-7 得寸进尺也能做成生意——登门槛效应	096
4-8 别害怕与顾客“躲猫猫”——稀缺效应	099
4-9 人情债也欠得起——互惠效应	102
实战训练：如何让客户跟着自己的话进行思维	107



第五章 绝对不能强卖——瞄准客户软肋， 对不同的人要用不同的“钩”

5-1 努力成为客户的顾问——针对专断型客户	110
5-2 最忌狂轰滥炸——针对随和型客户	112
5-3 让客户风风光光把东西买走——针对虚荣型客户	115
5-4 要比顾客更懂顾客——针对精明型客户	118
5-5 学会恭维客户的要穴——针对炫耀型客户	120
5-6 温柔体贴是最靠谱的技巧——针对内敛型客户	123
5-7 关键时刻，会逼才会赢——针对犹豫不决型客户	126
5-8 越独特越有卖点——针对标新立异型客户	128
实战训练：如何正确把握销售心态	131


第六章 四种威力让你无往不利——销售制胜实战二十一招

6-1 接近——做最好最有力的销售陈述	134
实战训练一：第一次见面就成功的关键细节	151
6-2 周旋——客户拒绝的理由就是成交的资源	153
实战训练二：如何锁定“交易关键人”	171
6-3 获取承诺——怎样有逻辑地说服他人	173
实战训练三：如何用赞美之词拉近彼此的距离	187
6-4 临门一脚——“踢好”最后的关键性一球	189
实战训练四：结束交易时的七个技巧	199



附录 读懂客户的身体语言

1 透过眼睛掌握客户心理	202
2 透过头部动作掌握客户心理	204
3 透过坐姿掌握客户心理	206
4 透过手部动作掌握客户心理	208
5 透过脚部动作掌握客户心理	210
6 透过空间距离掌握客户心理	211



第一章 一切与成交无关

销售就是一场心理博弈

为什么消费者拒绝你而选择别人？为什么消费者会乖乖地把钱送进别人的口袋？要想钓到鱼，就要像鱼一样思考。要想“钓”到客户，就要站在客户的角度思考问题，弄清楚客户的心里到底在想些什么。

1-1 态度，意味着一切

每一个人都可以藉由调整内在心态来改变外在的生活环境。

一个人的态度可变化的弹性要比能力大得多。

在销售行业，有这么一个现象，有些销售人员不管市场环境如何，业绩总是十分出色：赚很多钱，住好房子，开豪华车，在高级餐厅享受美食，银行的存款总也用不完。他们看上去总是那么乐观、积极，似乎生活完全掌握在自己手中。他们是公司里最优秀的销售员，公司也依赖他们拿下更多的订单。

也许很多人不服气了，那些获得大量订单的销售员就算完成了100%的销售，得到了100%的销售奖金，他们的产品就一定100%比竞争对手好吗？或者他们的产品就100%比竞争对手便宜吗？

当然不是！事实上，大多数情况下，他们的产品质量可能还不及竞争对手，他们的产品价格也可能还略高对手一点。而且得到订单的这个销售员也并不一定比那个输掉订单的销售员高明多少，他们只是在某个关键领域领先了一点点，但这就足以让他赢得这笔订单！

这种销售结果的巨大差别绝不能简单地用销售技巧和销售方法的差别来解释，一定还有其他的差别。其实，这些销售人员是在同样的竞争环境下，走出同样的办公室，针对同样的客户，以同样的价格，将同样的产品卖到同样的市场的。这个差别正是销售人员的心智和心理状态的差别。

诚然，人们都希望获得成功，人们都在探索成功的奥秘，但是无论怎样做，还是觉得少了点什么。但事实上，这也许比你想象的要简单。



日本的经营大师稻盛和夫，在其一本著作中，曾提出这样一个成功方程式：人生成就=能力×努力×态度。你的成就就能达到什么高度，你的能力、努力、态度起着关键的作用。

很多人失败的时候，只会埋怨自己的能力不足，但很少会审视自身的努力与态度是否存在问题。一个人的能力，包括身体素质、才能天性，更多是天生的。然而，努力与态度完全是个人后天决定的。

在这个成功方程式的三个要素中，稻盛和夫最看重的就是“态度”。因为在这三个要素中，态度可以起到巨大的反作用。一个总是心术不正、心怀怨恨的人，再怎么有才能、再怎么努力，都只会向着失败的路上前进。

无独有偶，作为世界上最具激励效应的畅销书作家奥格·曼狄诺经过多年研究发现，那些成功的人们——商业精英、奥林匹克运动员、政府领导、宇航员等，和其他人们中间有着一道明显的界线，曼狄诺称其为“成功者的边缘”。这个边缘并非特殊环境或具有高智商的结果，也不是优等教育或超人天赋的产物，更不是靠时来运转，在曼狄诺看来，成功者的关键，是态度。

不论在哪个领域，假如你总是能以积极的心态，或者说是以建设性而乐观的态度来看待自己及工作。不管市场环境如何，成功总会如影随形。那些获得大量订单，得到大量奖金的销售员，也许只是改变了以前工作中的一件小事情，就轻而易举地突破了销售生涯的一个大门槛。这意味着如果你能在销售的某个关键点上提高一点点，你的销售业绩将产生巨大增长。

某种程度上，我们可以说，一个人思考的质量决定了他生活的品质。如果你能够改善思考的品质，不论在哪一种环境当中，都可以改善生活品质。只要运用智慧和能力去思考，就能掌握自己的生活，并决定自己的命运。

这个法则同样可以用在大公司的行销团队上，用在销售人员身上。销售人员80%的成功机率来自态度，而只有20%是由能力来决定的。当你重整潜意识的心态，感到能力与控制力沛然涌出的时候，你生活中的每一环节就会立即开始改善。就如哈佛大学的威廉·詹姆士在1905年所写的：“我们这一代最大的革命，就是发现每一个人都可以藉由调整内在心态来改变外在的生活环境。”

同样，在任何行销市场，只要你秉持这些态度，培养这坚定的自信与热忱，不管身在何种环境，都可能从弱势转为强势，都可能让每一件事如预期发生。诚然，现实生活中，你可能并非是自己认为的那种人，但只要你自认为是那种人，就会成为那种人！

大多数情况下，最优秀的销售人员都是非常自信，并且会积极地自我期许。他们对自己很满意，而且深信自己所做的事都会对预期的成功有所帮助。于是，客户在他们开始展示或解说产品服务以前，就已经决定要向他们购买了。这样的销售人员在任何地方都会成为销售冠军。依据因果法则，你也同样可以培养出和他们一样的态度和特质，变成他们之中的一员。

一个人的态度可变化的弹性要比能力大得多。一个能力普通的人，如果能正视自身缺点，弥补不足之处，再加上正面的态度，绝对比一个能力出色但懈怠怨恨的人来得更优秀。一个人要想获得成功，可以很简单，也可以很困难，这只取决于一个人的态度与选择。只要你有着持之以恒的态度，坚持不懈地努力，成功也终会属于你！



1-2 销售是从被拒绝开始的

顶尖的销售人员在销售过程的每个阶段都拥有高度的自我概念，他们大部分的收入来自其专业的销售表现。

很多人都有过这样的感受，任何改变，或者任何想改变现状的企图，都会让你觉得不舒服。因为想要改变，就得跨出你的安全地带，这会让你感到紧张和压力。假如变化太大，甚至连身心健康都会受到影响，易怒、脾气暴躁、失眠、消化不良或全身无力。

几年前，一位来自偏远农村的年轻人，从事销售大型卫星电视接收器给刚刚丰收的富有农民的工作。眼看，冬天就要来临了，农民希望在寒冷季节降临之前看得到电视，而在那个年代这种卫星收讯系统刚刚上市并且广受欢迎，于是，在那一个星期，年轻人卖掉两套，每套赚得一千美元的佣金。这位年轻人说，他长这么大还没赚过这么多的钱，喜悦之情难以言表。

可是，接下来的问题却来了，在这位年轻人卖出第2个卫星电视接收器后，他就想撤退了，不想再卖了，而且有种想逃避的感觉。他只想回到家，一个人静静地躺着。用年轻人的话说，虽然赚了这么多钱，但是他却承受到排山倒海的压力，唯有家，才是他的安全地带。

在这位年轻人身上，我们会看到很多销售人员的影子，无论什么时候，若是在销售时感到压力，就会很自然地有一种想躺进安全地带的倾向，有些

人还会给由这些压力所引发的不适应贴上“害怕成功”的错误标签，而让我罢工。

事实上，顶尖的销售人员在销售过程的每个阶段都拥有高度的自我概念，他们大部分的收入无不来自其专业的销售表现。在他们的团队及客户眼中，他们有积极的自我概念，并能将其转化成为优越的销售成果，以及自身和家人的美满生活，他们是最受尊敬的人。

“自我概念”？也许你对这个说法还不甚了解，或者说，完全就是一头雾水，假如你对自己是谁和自己能做什么事有一套坚定的想法，那么，你就已经有了一套完整的自我概念。

回忆一下，当我们面对社交、健康、人脉、工作、学习、生活等等一系列问题时，是不是每个人都有自己的想法和态度？答案毫无疑问。而我们之所以会有这样的想法和态度，正是因为我们的自我概念，是它决定了你的一切行动。

早在二十世纪，人类在工作绩效上的最大突破，就是发现了自我概念，这里的自我概念说白了就是你对自己和世界持有的所有看法或信念。

事实上，这些看法或信念早在婴儿时期就已开始形成了。经过多年的成长，在你的脑子里，吸收了一系列交错的复杂的观念、疑惑、害怕、态度、价值、期盼、希望、封闭、迷信以及其他种种印象，你把它们吸进你的大脑，并相信它们是正确的。日久天长，它们成了你潜意识中的“操作指令”，控制了你所思、所说、所为和所感觉到的一切事情。由于你并没有刻意地想去改变它，你就会对相同的事情，一直不变地继续去做、去想、去说，以及去感受。

同样的道理，当你长大成人，在赚多少钱的问题上，你也有了自己的一套自我概念。不管你对自己现在的收入是否满意，但这个收入是基于你过去收入水平及现在信念体系换算出来的。这是你对收入水平的自我概念，是从你第一次工作赚钱以来累积的经验。就算你换工作或是搬到别的城市，你的心理也只想赚到那个程度的钱。

事实上，这种收入水平的自我概念已经深植你心中，无论你赚的钱远超出



或低于你当前的收入水平，都会让你觉得很不舒服，甚至当你想到你所赚的钱比你已经习惯的多了还是少了，都会让你感到不安。

举例来说，如果你赚的钱超过了目前收入水平的10%，你就会想尽一切办法把它花掉。在这种强烈的花钱欲望的驱使下，你会把白花花的银子挥霍在一些不需要的东西上，甚至还会无法抗拒到把钱借给会赖债的人。

如果你赚的钱低于你收入的自我概念程度，你就会想办法采取行动恢复你觉得舒服的收入水平。于是，你可能会卖力地工作或加班，你可能会开始考虑第二个收入来源，比如自己做点小生意，或者考虑一个赚钱更多的机会。

让我们再来说说上文提到的那位年轻人，通过他的故事，我们会自然而然地联想到那些倍感工作压力，打算退到安全地带的销售人员，他们往往想回到表现水准较低的地方，而不是想继续冲刺直到对新水准感到自在为止。

换句话说，如果你想卖得更多，赚得更多，就一定要提高收入的自我概念。努力增加自己的渴望，制定更高的目标，详细拟定计划来实现梦想，并且积极主动地配合目标，发展一套新的销售及收入水准的自我概念。当然，最关键的是，你必须把自己看作是挣得最多的那部分销售人员之一，并发展与你理想中收入水平一致自我概念。

无论你做什么事，你的自我概念总会决定你的工作表现。当你进行销售的时候，你的自我概念会主导销售的每一项活动。开发新客户、访问陌生人、安排见面机会、展示商品、达成交易、获得客户推广或进行售后服务，你都会有一套自我概念。此外，你对产品知识、个人管理技巧、激励客户的水准，以及和不同类型客户打交道的方式也都会有一套自我概念。无论如何，你表现出来的态度与你看待自己的方式，永远都是一致的。

假如你有很高的自我概念，你的表现一定会很好。比如，如果你喜欢打电话，就会很愿意在电话中开发客户及促成交易，而且做得很好。如果你对展示商品或达成交易有很高的自我概念，当你进行这些活动的时候，就会表现得很自信。

假如你没有很高的自我概念，对某些活动就不会表现得很在行，只要一想

到它，就会觉得浑身不自在，希望尽量逃避这些活动。比如，你不太懂得打电话的技巧，就会尽量避免打电话；不太懂得开发客户，就会尽量避免去开发客户；不太懂得推动客户承诺结束交易，那么在销售陈述结束时，你就会结结巴巴并总是避免向客户要承诺。以上的任何一种状况，除非你决定改变自己，否则你的销售结果和你的钱包将一直紧巴巴的，直到你决定改变你的自我概念。

所以说，那些顶尖的销售人员在销售过程中的每个阶段，正是因为其积极的自我概念，才最终演变成了优秀的销售业绩和优越富足的生活。