

销售心理学

的奥秘

刘星 / 编著



让你在销售道路上走得更顺畅，
让你的销售业绩变得更加卓越！



海潮出版社
Hai Chao Press

销售心理学 的奥秘

刘星 / 编著



让你在销售道路上走得更顺畅，
让你的销售业绩变得更加卓越！



海潮出版社
Hai Chao Press

图书在版编目 (C I P) 数据

销售心理学的奥秘 / 刘星编著. — 北京 : 海潮出版社, 2012. 6

ISBN 978-7-5157-0177-6

I. ①销… II. ①刘… 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(2012)第103314号

书 名:销售心理学的奥秘

编 著:刘 星

责任编辑:关 月

封面设计:宋双成

责任校对:徐云霞 刘秀丽

出版发行:海潮出版社

社 址:北京市西三环中路 19 号

邮政编码:100841

电 话:(010)66969738(发行) 66969736(编辑) 66969746(邮购)

经 销:全国新华书店

印刷装订:北京智慧源印刷有限公司

开 本:710mm × 1000mm 1 / 16

印 张:16

字 数:270 千字

版 次:2012 年 6 月第 1 版

印 次:2012 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5157-0177-6

定 价:32.80 元

(如有印刷、装订错误,请寄本社发行部调换)

前言

QIAN YAN

做销售其实就是推销自己，也是销售人员与客户之间的心理博弈。

作为销售人员，谁都想卖出去更多的商品，因为这样不仅意味着可以拿到高额的提成，而且还可能有晋升的大好机会。但是，同样是销售人员，同样的产品，有的人每天推销出很多产品，而有的人可能一天连一件也没有推销出去。

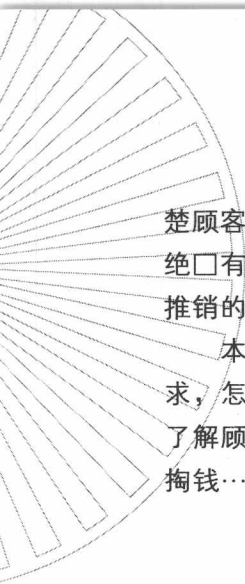
这与销售人员是否把握住了顾客的心理有着极其重要的关系。

因为顾客的类型很多，按照年龄可以分为儿童、青年、中年、老年；按照性别可以分为男顾客、女顾客；按照知识层次，又可以分为农民、知识分子等，而且每个顾客的性格又不同，所以，这就使把握每个顾客的心理具有一定的难度。但是，顾客有一条原则是不会变化的，那就是想买到物美价廉的商品。只要销售人员把握住这一点，进行销售就不难了。

那么，如何才能把握庞大的消费人群的心理呢？其实，说难也很简单。消费者也是人，只要我们善于观察，学会换位思考，就能够很轻易地获知他们真正的购买需求。还要用自己的真诚感动顾客，让他明白你不是为了钱，而是真正为他着想的人。记住，不要将顾客看作是消费者，而要将顾客看作是亲人，看作是朋友，这样才可以促成交易。

当然，市场每时每刻都在变化，人的心理也是每时每刻都在变化，要抓住动态的市场和顾客购买心理，就要练就一双火眼金睛。既要学会聆听，也要学会说，而且要说就说到顾客的心坎上。还要学会从顾客的身体语言上来判断，他是不是真正的顾客。当顾客拒绝了，我们必须要有清





楚顾客为什么拒绝，是顾客真的不需要？还是压价的一种方式？如果拒绝□有什么办法可以挽回？当一次挫折降临时，是否有下次向顾客张口推销的勇气？

本书从销售人员的自身问题出发，先后讲了如何把握顾客的心理需求，怎么投其所好；顾客不仅有购物的需求，还需要人性化的服务；如何了解顾客的消费弱点，抓住软肋，有利于推销；如何让顾客心甘情愿地掏钱……



目 录

MU LU

第一章 心态决定业绩

激情永在，成功永在	1
销售是一份极具挑战性的工作	3
敷衍工作，业绩就会敷衍你	4
积极的心态可以提高工作效率	7
树立信任品牌，别人才可信任你	9
不要等待，要积极主动地出击	12
销售商品其实是在推销自己	14
先做顾客的知心人，后做赚钱的生意人	16

第二章 把握顾客的消费心理

挑剔越厉害的顾客，购买几率越大	19
和顾客换位，你就知道该怎么做	21
换个思维和说话方式，更能吸引客户	23
保持几分神秘，激发顾客的购买欲望	25
让顾客觉得自己很特别，他才肯掏钱	26



制造一种顾客买不到中意产品的假象	28
时刻要向客户证明，他占了大便宜	29
让客户需要你，比你去寻找客户更重要	31

第三章 顾客的第一需求是心理需求

最有力的销售武器是情感	33
满足客户买得放心的心理需求	35
买不买没关系，先试试看	37
了解顾客的购买心理	39
让顾客购买的产品增值	40
了解客户对产品的需求	41
用真诚打动顾客	43

第四章 突破顾客消费的心理弱点

脾气暴躁型客户，用自己的真诚打动他	47
理智好辩型客户，用自己的人格感化他	48
贪小便宜型客户，让一些利益给他	50
犹豫不决型客户，用危机感使其快下决心	51
节约俭朴型客户，让他感觉物美价廉的实惠	53
小心谨慎型客户，沉着应对，步步为营	54
自命清高型客户，赞美他，顺便带点儿幽默感	55
羡慕虚荣型客户，赞美是屡试不爽的秘密武器	56

第五章 决定是否购买的心理因素

2 会定价的人，生意越做越旺	59
把握客户的怀旧心理	61
消费流行对消费心理有很大影响	62
因为即将失去，所以必须争取买到	64

不同家庭成员在购买中扮演的角色	66
商品摆放恰当，也可激发购买欲望	67
促销不仅仅是卖商品，还得有创意	69
时尚元素是每个顾客不断追求的目标	71
抓住客户的兴趣点，不断刺激其购买欲望	72

第六章 巧妙读懂顾客的身体语言

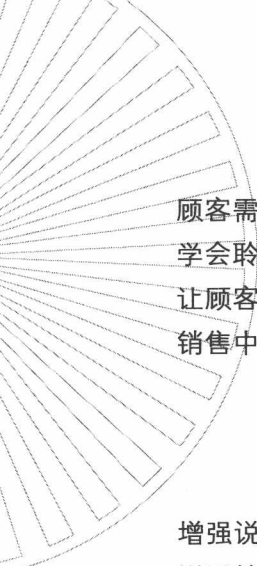
眉语，是顾客的第二张嘴	75
坐姿暴露了顾客的心理活动	77
听话一定听顾客的“弦外之音”	78
顾客头部动作传递的信息最重要	80
迅速拉近距离的妙招：模仿顾客的言行	82
时刻注意顾客的眼神，眼睛是心灵的窗户	83
注意顾客的手势变化，判断他是否真诚	85

第七章 进退有度地掌控顾客的情绪

写在纸上的承诺会更加有效	87
承诺对人们行为的巨大约束力	89
让客户心甘情愿地作出承诺	92
换位思考才能获得更多	94
与顾客产生共鸣，增加他购买的信心	96
积极回应顾客的抱怨，给以满意答复	98
帮助顾客消除顾虑，他才可以放心	101

第八章 学会聆听才能给顾客心灵支持

善于倾听客户内心的声音	105
不要和客户抢话	107
动机来自客户内心满足感的获得	109



顾客需求的商品，才是最好的商品	111
学会聆听顾客，才是真正会做生意	113
让顾客满意自己作出的选择	116
销售中学会聆听	118

第九章 说话就要说到顾客的心坎上

增强说服力是有绝招的	121
说话就要说到顾客的心坎上	122
怎么才能让你的话更有号召力	124
好面子的顾客，送他顶“高帽子”	125
忌用推销员口气，要像朋友一样去帮助客户	127
把客户当朋友，使客户产生信赖感	128
不要一味地顺从客户，需要适当“威胁”	130

第十章 销售是与顾客的心理博弈

在顾客面前没有高低贵贱之分	133
推销商品，先从推销自己开始	135
冲出心理禁锢才能激发巨大潜能	136
反复强化客户对你的印象	138
自己商品的品牌，就是自己的品牌	139
谁有热情周到的服务，顾客就买谁的单	141
积极而不心急，变成销售“牛人”并不难	142

第十一章 顾客的性格决定销售策略

自以为是型的顾客分析	145
犹豫不决型的顾客分析	145
斤斤计较型的顾客分析	146
喜欢抱怨型的顾客分析	146



好奇心强烈型的顾客分析	146
思想保守型的顾客分析	147
精明理智型的顾客分析	147
内向含蓄型的顾客分析	147
滔滔不绝型的顾客分析	148
大吹大擂型的顾客分析	148

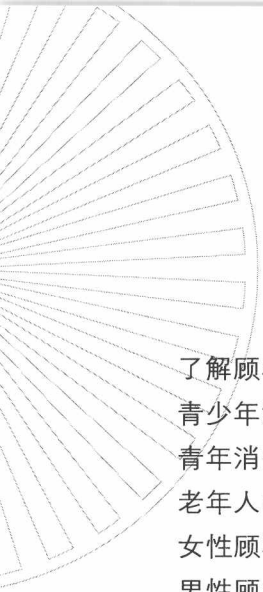
第十二章 化解顾客拒绝的心理战术

客户拒绝你该怎么办	149
哪些顾客爱说“不”	151
销售员如何学会拒绝	153
摒弃销售前被拒绝的怀疑和猜测	154
以退为进，使客户心甘情愿购买	156
封锁退路，让客户无法拒绝你的要求	158
客户真的不需要，还是醉翁之意不在酒	160
如何对待那些说“不”的客户	162

第十三章 销售中必须掌握的攻心术

销售不可不知的攻心开场白	165
销售一定要学会一套流利的开场白	166
用赞美来挽回那些即将离去的顾客	168
给顾客介绍产品一定得有方法技巧	170
说服不了顾客，就相当于顾客说服了你	171
巧妙的语言诱导，让顾客情愿购买	173
提问，摸清楚顾客购买心态的进展情况	174
销售人员向顾客提问必须掌握的基本方式	175





第十四章 对待顾客应该因人而异

了解顾客心理，对症下药	179
青少年消费以攀比好玩凑热闹为主	180
青年消费以时尚时髦为主	181
老年人的消费以健康实用为主	185
女性顾客消费：实用、品牌、质量最重要	186
男性顾客消费：该买的买，不该买的不买	188
了解不同人群的消费心理	189

第十五章 销售中要记住七条心理定律

长尾理论：颠覆营销的二八定律	191
哈默定律：天下的生意都是做出来的	192
二选一定律：把主动权操纵在自己手中	194
奥纳西斯法则：把生意做在别人的前面	195
跨栏定律：不停地打破自己的销售纪录	197
250 定律：每个客户身后都有 250 个潜在客户	199
伯内特定律：让产品在客户心中留下深刻的印象	200

第十六章 销售过程中的八个心理效应

开场白效应：抓住客户的心	203
微笑效应：拉近与顾客的心理距离	205
借势效应：“他山之石，可以攻玉”	207
首因效应：第一印象决定你的成败	209
凡勃伦效应：感性消费藏有大商机	210
好奇心效应：标新立异满足客户心理	212
登门槛效应：销售人员就是要得寸进尺	213
共生效应：远离大市场让你远离赚钱的大机会	215

6



第十七章 让顾客开心掏钱的成交策略

选择成交法	217
迂回成交法	218
假定成交法	219
从众成交法	220
提示成交法	220
机会成交法	221
优惠成交法	221
试用成交法	222

第十八章 顾客在乎的是销售细节

即使生意不成也不能匆匆挂电话	223
向客户讨一杯水，化解彼此的尴尬	225
客户的秘密就是销售人员的秘密	226
用销售人员的专业术语征服客户	227
干净整洁的着装会赢得客户的好感	229
用细节感动客户，记住客户的重要日子	231
穿着得体是对顾客的尊重	232

第十九章 在谈判中俘获顾客的心

要设法抓住客户的心	235
察言观色，善用情感沟通	236
谈判中“不”是门高深的艺术	239
谁选择谈判地点，谁就掌握主动权	240
不可盲目进取，应步步为营小心求证	241
学会处理失败谈判的技巧	242

第一章 心态决定业绩

激情永在，成功永在

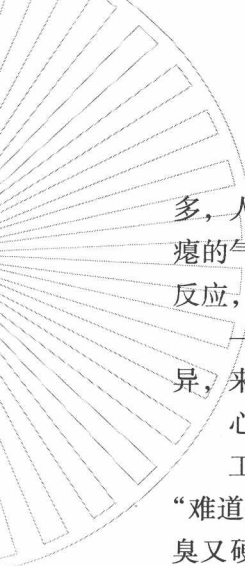
在人生的岁月长河中，可能我们会经历太多的风风雨雨，而其中的滋味也只有经历者才会有深刻的体会。在追梦的道路上，我们会经历一次又一次的考验和磨难。在这样的现实面前，我们会选择什么样的心态来面对自己的生活呢？是沉沦颓废、退缩放弃？或者勇往直前，充满激情地继续前进？不同的人会有不同的选择。

工作在人的一生中占着很重的分量，它是人们追求梦想、实现自身价值的一种方式，因此，对待工作应该是充满激情的，并要坚持到底，争取获得骄人的业绩，而不是浅尝辄止，半途而废。对销售员来说，既然选择了销售工作，就应该认真对待，争取做出好的成绩。有激情才会有活力，不要在颓废中浪费青春，也不要再在抱怨中消耗生命，点燃起自己的激情，让工作成就自己的精彩吧！

曾经有一位心理学家说：“让自己充满激情吧！激情有助于你克服恐惧，有助于你事业成功，赚到更多的钱，享受更健康、更富裕、更快乐的生活。以充满激情的状态生活 30 天，结果将会使人意想不到，它将使你沉闷的生活变得活跃起来。”同样的道理，推销员应该让自己充满激情，激情会使你更轻松、更愉快、更幸福地工作。当你遭受顾客的多次拒绝后，你就甘心就此放弃吗？当别人通过努力取得不错的业绩时，你就甘愿认输吗？你的回答不应该是“我不行”，而应该是“我不要”，不要放弃，不要认输，而是充满自信和激情地去奋起直追，相信自己是最棒的、最好的，并用实际行动证明自己的实力。

人本身就好比一个气球，而激情就像是给气球里面充的氢气，激情越





多，人的精神就会越饱满，就会飞上天空。没有激情的话，人就是一个干瘪的气球，毫无生气。激情是一种激发人们奋斗活力的激素，是一种心理反应，对人们是否能够全身心地投入工作有着很大影响。

一位心理学家为了研究人们对于同一个工作在心理表现上的个体差异，来到一个建筑工地上，对现场忙碌的敲石工人进行了采访。

心理学家遇到第一位工人，他很客气地问他：“请问您在做什么？”

工人正对自己的工作充满了抱怨，于是没好气地回答心理学家说：“难道你没看到吗？我正在用这把重得要命的铁锤，费力地敲击着这些又臭又硬的石头，震得我的手都麻了，真不是人干的工作，我真是太倒霉了！”

心理学家又找到第二位工人，问道：“请问您在做什么？”

第二位工人的话语中体现出无奈的情绪，他说：“哎，我干这样的粗活，也是没办法的事情，为了每天50美元的薪水，为了养家糊口，我不得不拼命地敲石头，生活所迫啊！”

一会儿，心理学家又碰到了第三位工人，他又问了同样的问题：“请问您在做什么？”

第三位工人显然一副很乐观、很自豪的样子，而且满脸喜悦的神情，他充满激情地回答说：“我正参与兴建这座雄伟华丽的大教堂。建成以后，这里会有很多人每天来做礼拜。虽然这份敲石头的工作很辛苦，但是每当我想到，将来会有许许多多的人来到这里接受上帝的爱，心中就激动不已，也就不感到辛苦劳累了。”

同样的工作，同样的环境，有的人内心充满抱怨，有的人感到无奈，而有的人却充满激情，这样截然不同的感受致使他们对自己的工作，有的感到痛苦、难耐，有的则感到快乐、轻松。不管做什么工作都要充满激情，没有激情就没有活力，做销售员更应该培养自己的激情，让情绪持久高涨，即使面对再大的打击和挫折也要坚强地应对。如果你能够充满激情地去工作并热爱工作，那么工作对你来说就不再是痛苦，而是充满乐趣的。爱迪生狂爱自己的发明事业，他每天都待在实验室，至少工作18个小时，连吃饭睡觉都要和自己的实验仪器在一起。这样辛苦的工作对于爱迪生来说却不是负担，他说他从来都不感觉到累，反而每天都觉得其乐无穷。这就是激情的魔力，它会使工作变得像做游戏一样充满乐趣。

做任何事情激情是第一位的，当你倦怠地对待生活的时候，生活也会很倦怠地对待你。没有激情，也就不会有敬业精神；没有敬业精神，怎么



会取得好的业绩？销售员要在心中树立明确的目标，增强自身的责任意识，追求细节完美，追求一流的工作绩效，建立起“当班如当家”的强烈责任感、归属感和荣誉感，使自己发自内心充满激情地去工作，去实现自身的价值。

激情是这个世界上最有价值的一种感情，也是最有感染力的一种感情，它不仅可以帮助销售员克服自己的恐惧心理和紧张情绪，对前途充满希望，还可以感染周围的人，感染同事，感染顾客，创造融洽的氛围。

在现实生活中，许多人可能会在刚刚踏入职场的时候，干劲十足、激情高涨，对自己的职业前途充满了希望。但是一段时间之后，工作的平淡就会磨平他们的工作激情，他们会觉得自己像机器人似的每天重复着单调的事情，从而渐渐失去兴趣，变得淡漠和懈怠。这也是很正常的心理反应，人的情绪都有一定的波动周期，由热情高涨到情绪低落是不可避免的，关键是如何尽快地使激情重燃，重新情绪饱满地投入工作。作为销售员更应该学会保持持久的热情，不断地提高工作效率，提升自己的业绩。

销售是一份极具挑战性的工作

销售员需要掌握和客户沟通的技巧，需要掌握专业的知识，需要把握市场的动向，需要极大的体力支持，这些都是不同寻常的考验。

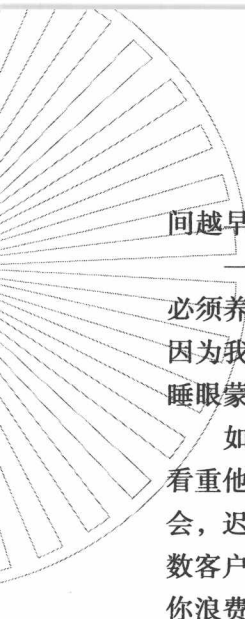
销售不能有夸夸其谈的作风，我们需要以自己的业绩和数字来说话。

想多拿单子、多出业绩就要有更多的机会，最简单的方法就是多增加每天拜访客户的次数。推销是一个数字游戏，拜访的客户和你的销售业绩是成正比的。那么，怎样才能增加自己的销售业绩呢？

先从早睡早起开始做起吧。

世界上最伟大的推销员乔·吉拉德，他7点30分之前就能拜访完三位客户：6点跟第一位客户喝咖啡，7点跟第二位客户喝果汁，7点30分跟第三位客户吃三明治。把早餐分三次来吃，效率自然是非常明显了。

第一天下班之前要联系好明天拜访的客户，第二天早早就起床准备好前期工作，差不多8点的时候就能见第一位顾客。通常顾客到公司大概是8点左右，提前到了约定的地点，你会更自信，更有精神头。你约定的时



间越早，你见的顾客量就越多，拿单的机会也就越多。

一定要早睡早起。这是很多顶尖推销员的宝贵经验。想干好这一行，必须养成这样的好习惯。最好在晚上 11 点之前睡觉，早上 7 点之前起床。因为我们的工作不一样，时间的分配要更科学合理。养足精神好办事，你睡眠蒙眬、萎靡不振地坐在客户面前，客户会怎么想？

如果你提前约好了客户，那你更应该早到一点，比客户早到说明你很看重他，很尊重他，客户因此就会对你产生一定的好感。就像和情人约会，迟到的一方总是需要道歉，在情人眼里道歉是可以原谅的，但是大多数客户是不会原谅你的，他们的时间很紧张，他们都把时间看成是金子，你浪费了他们的时间简直就是在花他们的钱！想想看，谁愿意让别人花自己的钱呢？

小马刚入行的时候去拜访一位客户，路上堵车迟到了 15 分钟，客户非常生气，什么也没说就打发了他。小马非常纳闷，怎么了？不就是几分钟吗？至于跟我发这么大的火吗？

回公司，跟自己的领导一说，领导就笑了。他反问小马：“你看，我迟给你发 10 天的工资，你愿意吗？”“当然不愿意啦。”“是吧，假如你去见一个牙医，为了赶到诊所，你以最快的速度赶过去了，结果却在那儿干等了 20 分钟，你怎么想？”

销售人员不仅要守时，更应该早到，当客户约你在某一时间见面时，你必须竭尽全力使会晤按时进行。通常情况下，最好是在约定时间前 10 分钟到达，不仅可以做一些准备工作，也是对自己和客户的尊重。

如果因为一些特殊情况不能按时赴约，最好事前打个电话跟客户解释一下，或者争取安排同事替你。总之，不要浪费客户的时间，也不要浪费自己的时间。

敷衍工作，业绩就会敷衍你

4



敷衍就是指人们在办事时，责任心不强，而采取将就应付的态度，这也是一种消极的心理反应。表现在工作中，就是一种不负责任的应付和凑合。怀有敷衍心理的销售员往往会在工作中缺乏上进心，不追求完美，退

而求其次，觉得凑合一下就行了，或者认为没有必要做得那么好，从而消极应付，蒙混过关。

敷衍的心理一方面是由销售员的工作环境造成的。如果销售员所处的公司不能够及时地对业绩突出的销售员给予必要的奖励和提拔，使销售员得不到肯定和重用，必然会打击销售员的积极性。销售员看不到奋斗的希望，久而久之，就会产生敷衍心理，反正努力和不努力都是一样的结果，因此不再愿意付出太多的心思和力气。人们在工作过程中总是渴望得到必要的心理安慰和激励，如果销售员付出了努力而得不到物质上和心理上的满足，无法获取成就感和归属感，就会失去应有的责任心，以消极的态度来对待工作。

另一方面，敷衍心理更是源自销售员不思上进的消极心态。态度决定一切，积极的态度能够激发人们的热情，使人充满动力地努力工作，而消极的态度则会让人失去自信，缺少责任心。人性中有很多缺点，一旦有了适合它生长的土壤，就会迅速地暴露出来。敷衍就是其中的一种，是一种对工作不负责任的松懈的态度。

人都有惰性，谁都想躲在温暖舒适的家中品茶看电视，而不愿意在外面东奔西跑，被风吹雨淋。销售员的工作免不了辛苦的奔波，而且有时还会遭受顾客的冷落和白眼，很容易遭受心理上的打击，使积极的心态渐渐退去，而人性的缺点显露出来。这时销售员就会发牢骚：“我有必要这样拼命吗？又不是我的公司，卖了产品钱也都是归他们，我只分得很少的一点，不值得啊！”“公司这么多人，我只是微不足道的一颗小棋子，有我没我都一样，凑合一下就行了，何必那么努力？”这样的想法就使得销售员把自己游离到了工作之外，觉得自己不属于公司，产品不属于自己，工资得不了太多，于是便抱着一种旁观者的心态，对工作开始应付凑合，一副“事不关己，高高挂起”的姿态，对于超出自己职责的事一概不理不睬，访问顾客时也是马马虎虎，应付差事。对工作不负责任，工作对你也就会不负责任，最终销售员会因为自己的消极表现而影响自己和公司的形象，不但无法提高自己的业绩，也不利于自身的长远发展。

小纪是保险公司的推销员，刚刚参加工作，对工作没有树立起正确的价值观。开始工作时还有几分热情，但是渐渐地就失去了耐心，开始抱怨，他总是觉得公司给的工资太低，而且领导对员工也不够重视，无法实现自身价值，于是对工作开始产生敷衍心理。他经常对别人说：“只给我发那么一点工资，不值得我为他那么卖命，又不是我开的公司，产品也不