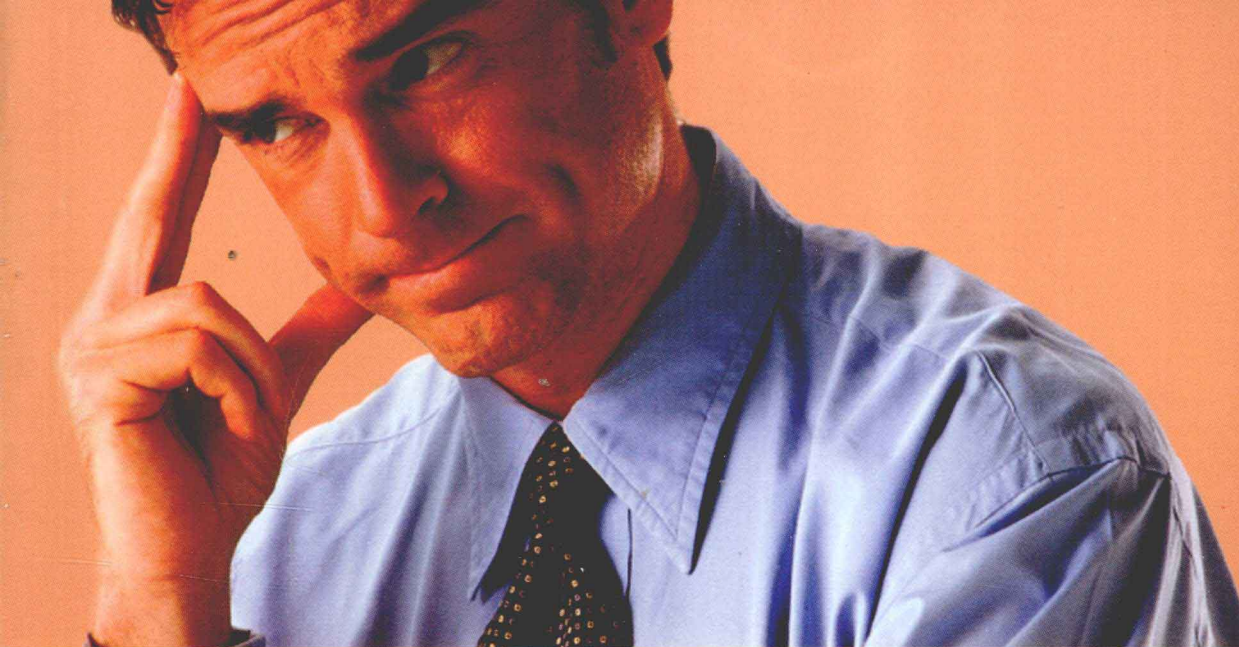




销售要懂 微表情

知人知面知心的销售读心术

察言 · 观色 · 言行 · 阅人 · 读心 · 识谎

于鲲 / 编著
XIAOSHOU YAO DONG
WEI BIAO QING

于举手投足中，窥探客户的本意
于一笑一颦中，洞察客户的真心

中国纺织出版社

于鲲/编著

XIAOSHOU YAO DONG
WEI BIAO QING

销售要懂 微表情

知人知面知心的销售读心术



中国纺织出版社

内 容 提 要

作为销售人员,如果能够学会从客户的“微表情”“微行为”中判断出客户的真实想法,就可以摆脱无所适从的困惑,提高辨别客户的能力,顺利地窥探出客户的情感变化,找寻出令客户迟疑的真正原因,从而让成交变得轻而易举。本书教给销售人员如何通过观察客户的微表情、微行为来感受客户的思维、感觉和意愿,如何运用自身细微的肢体语言来向客户传达信息,从而实现有效沟通,促成交易。

图书在版编目(CIP)数据

销售要懂微表情 / 于鲲编著. — 北京: 中国纺织出版社, 2013. 1

ISBN 978-7-5064-9028-3

I. ①销… II. ①于… III. ①销售—商业心理学
IV. ①F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 190814 号

策划编辑:关 礼 金 彤 责任印制:陈 涛

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

三河市南阳印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2013 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:15

字数:152 千字 定价:28.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



前言

preface

被人们尊称为成功学之父的卡耐基说：“一个人的成功，只有15%依靠他的专业技术，另外85%则要依靠人际关系和处世技巧。”正如卡耐基所言，一位营销人员想要获得成功，就要从方方面面入手，其中学会读懂客户言语和表情中的“潜台词”，便是极其关键的一环。

客户言语和表情中的“潜台词”，也就是心理学家口中的“微表情”。本书根据心理学家和微表情专家多年的实际经验，融汇了客户在商务谈判和接受营销过程中身体潜意识流露出的信息，从眼睛、脸庞、肢体动作、手、腿、脚、站姿、坐相等方面入手，用通俗易懂和言简意赅的语言来教授销售人员需要掌握的基本销售技能。无论是拜访客户，还是商务谈判，或是推销产品，都能够从本书中找到相对应的知识内容，从而获益。

身为销售人员，不管有多聪明多能干，如果不知道从客户外在表象中读懂其内心“独白”，那么最终的销售结果多半是令人失望的。从本书中，你会惊讶地知晓，客户转动眼球、上挑眉毛等细微动作正是微表情的展现，从对方的这些微反应动作中你会发现，也许对方所说所做和内心的

真实意愿并不相符。倘若你能够正确理解微表情的内在含义，就能够在这些一闪而过的表情和动作信号中发现有价值的信息。

如果将销售比喻成一门学问，那么读懂客户的表情和动作就是一门艺术；如果将销售比喻成一部跌宕起伏的情景剧，那么没有客户这个观众欣赏，无论你演得再怎么起劲也是白费力气。只有学会读懂客户的内心，才能顺利完成销售，最终让买卖双方获得双赢的大好局面。

本书给销售人员提供了读懂客户内心的最佳方法。从微表情心理学着手，深入浅出地分析了销售过程中可能遇到的客户种种不易察觉到的细微表情和动作，并由此分析出客户当时的情绪和想法以及客户的内在性格和心理。同时也教给销售人员如何通过运用自身的微表情来促成交易。本书可以帮助销售人员应对形形色色的客户，成为“出色的推销员”。

编著者

2012年10月



目录

contents

第一章 了解客户的心，先读客户的眼

- | | |
|------------------|-----|
| ■ 1.眼睛就是客户赤裸的内心 | 002 |
| ■ 2.从眼神判断客户的购买需求 | 005 |
| ■ 3.从瞳孔中窥探真实的心理 | 008 |
| ■ 4.别忽视客户那向上看的眼睛 | 012 |
| ■ 5.从眼睛深处看穿他的谎言 | 015 |
| ■ 6.眼神游离呈现出怎样的信息 | 018 |
| ■ 7.笔直的视线是何含意 | 021 |
| ■ 8.视线为何总是朝下 | 024 |

第二章 明确客户的意，再观客户的脸

- | | |
|-------------------|-----|
| ■ 1.客户对你的笑里究竟藏着什么 | 028 |
| ■ 2.从眉毛中窥探客户的内心世界 | 032 |

■ 3.从耳朵的变化读懂客户的心	035
■ 4.一张一合的鼻翼说明了什么	038
■ 5.探知客户嘴角上扬或撇嘴的隐情	041
■ 6.抿嘴动作代表着什么	044
■ 7.他为什么总是咬嘴唇	047
■ 8.不起眼的下巴反映着客户的态度	050

第三章 “摇头晃脑”与“抓耳挠腮”有深意

■ 1.点头和摇头的含意知多少	056
■ 2.低头耸肩是为了什么	060
■ 3.抓挠耳朵有什么特殊的意义	063
■ 4.吐舌头透露出怎样的信息	066
■ 5.常常触摸鼻子是什么意思	069
■ 6.为什么要抓挠后颈	072
■ 7.抚摸脖颈能够缓解压力吗	075
■ 8.拍击头部的潜台词是什么	078

第四章 手能SHOW出藏在心里的玄机

■ 1.通过握手探知客户的诚意	082
■ 2.看谁在说谎：常被忽视的手部行为	085
■ 3.双臂交叉是一种自我保护式的抵制	088
■ 4.留在上衣口袋外的拇指代表什么	091

■ 5.客户是否在搞“不存在”的绒毛	094
■ 6.为何频频扬起手腕看手表	097
■ 7.为何将手指放在嘴唇边	100
■ 8.为何客户的双手总是紧握在身前后	102

第五章 会走路的腿脚更会表情达意

■ 1.把腿放在椅子扶手上的人	106
■ 2.看看那抖动的二郎腿	109
■ 3.朝向门的脚尖：客户想逃离	111
■ 4.那些用手抓着“4字脚”的人	114
■ 5.脚踝相扣体现出的隐秘信息	117
■ 6.偏见让你于不觉间踮起脚尖	120
■ 7.双腿交叉表达的意思	123
■ 8.不断地揉搓腿部意味着什么	126

第六章 站相和坐姿隐含真实信息

■ 1.从站姿分析客户的情绪性格	130
■ 2.从走路的姿态看客户的个性	132
■ 3.交谈时骑跨在椅子上	135
■ 4.客户的坐姿告诉你他已准备就绪	138
■ 5.摆出的“弹弓式”姿势	141
■ 6.不要小看双手叉腰的人	144

■ 7.开放和封闭的坐姿各代表什么	147
■ 8.怎么想，就会怎么“坐”	150

第七章 说出的假意与暗藏的实情

■ 1.说话的声音和速度暗藏玄机	154
■ 2.语言挑剔恰恰说明他有意购买	157
■ 3.谈话过于客气是为了保持距离	160
■ 4.为何客户总爱唱反调	163
■ 5.口头禅的“潜台词”	167
■ 6.讲话慢半拍代表什么意思	170
■ 7.他为什么总在清喉咙	173
■ 8.自吹自擂在掩饰什么	176

第八章 透过衣着配饰洞察客户的心

■ 1.留意客户的穿衣风格	180
■ 2.穿衣颜色彰显心情	183
■ 3.小饰品里也有大学问	186
■ 4.男人的领带与男人的性格	189
■ 5.女人的包包与女人的性格	192
■ 6.不容忽视的发型	195
■ 7.指甲透露出的秘密	198
■ 8.客户的妆容背后隐藏着什么	200

第九章 让自己的微表情成为销售的助力

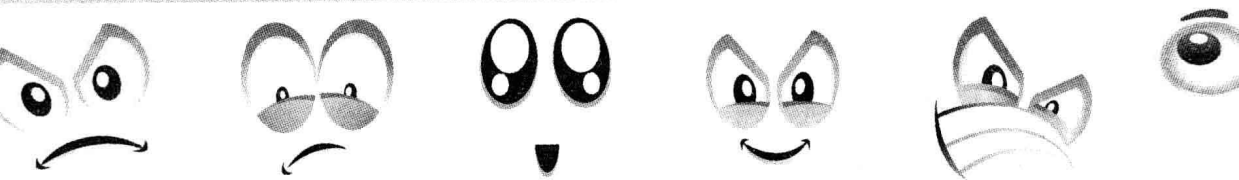
- | | |
|---------------------|-----|
| ■ 1.让你的友好从手掌中流出 | 204 |
| ■ 2.适时地运用你的笑肌 | 207 |
| ■ 3.学会和客户打招呼 | 210 |
| ■ 4.好形象才会有好印象 | 213 |
| ■ 5.利用耳朵获取更多的信息 | 216 |
| ■ 6.不做完美的神，而做稍有不足的人 | 219 |
| ■ 7.与客户交谈时要注意你的坐向 | 222 |
| ■ 8.轻抬眉毛展现你的魅力 | 225 |



第一章

了解客户的心，先读客户的眼

眼睛是心灵的窗户。作为销售人员，要想读懂客户的心，就要从客户的眼睛入手。客户的眼神、眼球的转动、目光的方向等，都折射着最真实的内心活动。要想对客户内心所想做出正确的判断，就不能忽视了眼睛的微表情。





1.眼睛就是客户赤裸的内心

人们常说“眼睛是心灵的窗户”，眼睛与心灵有着非常密切的关系。当一个人的心理状态发生变化的时候，眼睛也会产生一系列相应的复杂变化，如目光转移、瞳孔变化等。德国著名心理学家梅赛因认为：眼睛是了解他人内心最好的途径。一般来说，眼睛的活动能够准确、真实地反映出一个人的心理状态。

一方面，眼睛是传递个体感受的焦点，即使那些无法用言语加以描述的复杂感受也可以通过眼神传递给对方；另一方面，眼睛所传递的信号是个体真实内心感受的反映，人很难操纵瞳孔的运动，很难在自己内心对方厌烦无比的情况下含情脉脉地看着对方。因此，眼睛所传达出来的信息是最有价值也是最为真实、准确的。

销售人员在引导客户进行消费的过程中，时时注意观察客户的眼睛，能更大限度、更加准确地了解客户的真实想法。一般来说，以下几种眼神是销售人员必须了解的。

(1) 注视你表示客户对你有好感。在与客户交谈时，客户的眼睛注视着你，代表他对你存在某种程度上的尊重，他将自己的注意力给了你，是一种认可你的表现。相反，即使客户的表情和语言都在向你传达着“他很

投入”的信息，但客户的目光却不时地移向远处或飘忽不定，那么，真实情况一定是他对你的谈话内容不关心或者正想着别的什么事情。

（2）目光稳定代表诚实，游离不定代表谎言。眼睛不停地转动，说明正在思考，那么这时他所说的话往往并不是内心的真实体现，而是经过某种加工的。

（3）如果客户眼神发亮但冷峻逼人，多半是他不相信你，对你仍有戒备。

（4）如果你在客户的眼中读不到任何情绪，那么他心中一定压抑着不平或不满。

（5）如果客户一被你注视，目光就移向别处，那么他往往心怀自卑感或愧疚感。

（6）如果客户斜眼看你，说明他对你怀有兴趣，不过由于某种原因，如害羞、怕你坐地起价等而不想让你知道。

（7）如果客户抬眼看你，恭喜你赢得了客户的心，这样的动作代表信任和尊敬。

（8）如果客户俯视你，说明他想在你面前展露威严。

（9）如果客户视线不集中于你，且目光转移迅速，那么你可以判定他是一个内向的人。

（10）如果客户视线左右晃动不停，表示正在冥思苦想；如果客户视线范围大幅度扩大、方向突然变化，说明他感到不安或恐惧。

（11）如果客户在谈话中眼睛突然向下看，表示他在沉思，想整理出头绪来。而出现有规律的眨眼时，表示思考已有了头绪。

（12）眨眼的频率快慢反映态度的好坏。通常，当客户眨眼的频率比



销售要懂微表情

较慢时，大多含有蔑视你的意思；频率正常代表一种平和的心理状态；而频率过快则有献媚讨好之嫌。



成交微语

通过对眼神的观察，你可以获得客户的很多心理信息，如客户对你的态度、客户有没有说谎、客户的心理感受等。当然，什么样的眼神反映什么样的心理并不是绝对的，要想获得准确的心理信息，需要将对眼睛的观察结果放到具体情景中去分析，同时加入我们从客户的言行、表情、声音、服饰等方面搜集到的信息进行综合考虑。

2.从眼神判断客户的购买需求

营销大师丹尼斯·雷根在《营销的奥秘》一书中提及：“营销与眼睛的关系十分复杂，人对知识的获取比例中视觉占83%。”可见，销售过程中，如果销售人员懂得时刻关注客户的眼神，那么，便能够更准确地把握客户的心理信息。

玫琳凯·艾施女士是玫琳凯公司的创始人，堪称女性商业领袖，她所取得的成功为全世界各地的营销人员树立了一个很好的榜样。

“其实，我的成功也是一步一步走出来的，那里面包含着智慧和汗水。”玫琳凯女士曾在接受媒体访问时这样说道。随后，她讲述了这样一段经历：

那时的她只不过是一个很普通的推销人员，她在向顾客推销某产品的时候，发现对方的眼神十分不自然，每当与之对视的时候，顾客就会迅速将视线移开转向别处。当时的玫琳凯浑然不觉，依然滔滔不绝地展示着自己的商品有多么优秀，可是越是如此，对方就越不自在，最后眼睛里竟然流露出了怯意。

“这究竟是怎么了？难道我推销的产品不适合对方？”玫琳凯看到对方没有流露任何购买的意愿，内心不免有些焦急。此时，一位同去的老推



销员打断了玫琳凯的话语，并微笑着向顾客道别。

看到这种情形，玫琳凯十分不解，一头雾水地愣住了。事后，老推销员告诉她，顾客的眼神不敢与推销员有正面交集，证明他是一个内向之人，不适应推销员侃侃而谈的推销方式。

“也许，我当时使用循循善诱的言语才是最为妥当的，”玫琳凯回忆道，“我认为，一名优秀的推销员需要的并不单单是勤奋，适时加入一点智慧才是最好不过的。其中，读懂顾客的眼睛，是那样重要。”

“眼睛是心灵的窗户，眼睛是营销的窗口，眼睛是消费者的内心”，德国著名心理学家梅赛因认为，“眼睛是了解他人内心的最好途径。”正如玫琳凯女士推销的例子，认真观察顾客眼睛的活动，便能够揣测出对方的内心状态，从而判断出最有价值也是最为真实、准确的销售信息。

通常来说，眼睛是人面部的焦点，它可以准确传递出某些无法用言语表述的复杂感受。另外，微表情专家西格尔认为“眼睛是不会撒谎的朋友”。的确，人类不可能操控瞳孔的运动，也很难在自己不能接受的前提下流露出期盼的目光。所以，销售人员在引导顾客消费的过程中，要多留意顾客的眼睛，力求最大限度地挖掘出对方的真实想法和感受。一般来说，销售人员必须了解以下几点：

（1）目光自然。如果客户的眼睛很自然地直视着你，那就证明顾客十分尊重你，同样也认可你的销售说辞。此时，你应该进一步用真诚来打动客户，用实际行动证明你是值得对方信赖的。

（2）目光稳定。在与客户交谈的过程中，对方的目光一直很稳定，而不游离涣散。这就意味着顾客对产品十分感兴趣，并且通过眼神将“我很投入”的信息传递给你。

(3) 目光冷峻。有时候，顾客想通过眼睛所传递的信息是“不相信”“我很怀疑”，他就会流露出冷峻的眼神。而当你发现对方的眼睛发亮，眼神尖锐、咄咄逼人的时候，则他正处于戒备之中。

(4) 有规律的眨眼睛。每个人大约五秒钟就会眨一次眼睛，但是这种眨眼睛的方式并不规律。如果对方非常有规律地眨眼睛，证明他正在思考某种问题，并且已经初步拟定了一个自认为有效的方案。

(5) 眨眼睛的频率。除了眨眼的规律性能够为销售人员提供有效的信息外，顾客眨眼的频率也会透露他内心的小秘密。例如，眨眼频率正常代表对方的心态平和；眨眼频率过快代表对方想通过讨好的方式来获取更多的利益；顾客眨眼频率比较慢，则意味着他不屑一顾，含有藐视的意味。



成交微语

推销的过程，也是读人的过程，读人就一定要读心，而读心则需要读懂人的眼睛。一个训练有素的销售人员，知道如何从客户的眼睛里发现有用的信息，从而有针对性地与客户沟通交流，并最终令销售顺利、圆满地完成。