

了解攻心术，洞察客户心理，提升销售业绩。
掌握攻心术，赢得客户青睐，增加成功筹码。

文 博◎主编



DA FANG LUE
DA CHENG GONG

大方略大成功丛书

营销攻心术

全集

线装书局

了解攻心术，洞察客户心理，提升销售业绩。
掌握攻心术，赢得客户青睐，增加成功筹码。

文 博◎主编



DA FANG LUE
DANG CHENG GONG
藏书章大方略大成功丛书

营销攻心术

全集

线装书局

图书在版编目(CIP)数据

营销攻心术全集/文博主编. —北京:线装书局,
2011.3

(大方略大成功丛书)

ISBN 978-7-5120-0313-2

I. ①营… II. ①文… III. ①市场心理学—通俗读物
IV. ①F713.55-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 013490 号

营销攻心术全集

主 编: 文 博

责任编辑: 赵安民 孙嘉镇

排 版: 腾飞文化

出版发行: 线装书局

地 址: 北京市鼓楼西大街 41 号(100009)

电 话: 010-64045283 64041012

网 址: www.xzhbc.com

经 销: 新华书店

印 刷: 北京市通州富达印刷厂

开 本: 787mm×1092mm 1/10

印 张: 40

印 数: 10000 册

字 数: 825 千字

版 次: 2011 年 3 月第 1 版 2011 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 735.00 元(全 15 册)



成功犹如一坛老酒，在时间沉淀中渐渐陈香；又犹如一颗宝石，在岁月磨砺中璀璨夺目。人生离不开成功，而要想成功，就要深谙其中的方略。成功是可以模仿的，是可以复制的，关键看你是否愿意跨出那一步。只有运用正确的方法和谋略，才能少走弯路、少碰壁，直抵成功。

在生活中，有很多人被称为“旷世奇才”，但在处世中却总是受挫、备受打击；而有的人虽然资质平平，在社会中却能够如鱼得水，闯出自己的一片天地。仔细分析不难发现，那些有所成就的人深谙成功秘诀，正因为他们领悟了其中的智慧，所以才能掌握大方略、取得大成功。这些优秀的人，凭借自己的聪明才智青云直上；而那些不会运用方略的人，则只能寸步难行。

在当今竞争激烈的社会中，要想更好地生存和发展，就必须掌握一些大方略，这样才能更加轻松地与成功握手。其实，人生不是一次偶然的成功机遇，而是由一点一滴的努力和细节积累起来的。要想在生活 and 工作中拥有叱咤风云的霸气，就必须拥有高超的智慧，智慧是一切成功的源泉。成功属于那些有谋略的人，在人生旅途中，要携带方略，装备精良地上路！

本套丛书以励志大师的思想精华为基础，归纳、提炼出了最能影

响成功的要素，并加以系统的阐释，使读者在阅读与思考中明白获取成功应该掌握的方略。通过翔实的内容，具体分析了成功所需要的方法，告诉读者如何用积极的心态、高超的处世策略和完美的人际关系来实现自己的理想。相信在品读中，读者能够学习那份睿智，那份高瞻远瞩，找到适合自己的方法和谋略，充分实现自我价值，直击成功。

希望本套丛书能在书海中为您带来不一样的感受，叩开您智慧的心扉，在人生的奋斗中助您一臂之力。另外，由于编者水平有限，书中难免有纰漏之处，希望读者朋友能够批评指正，为编者提出宝贵意见。

编 者

目 录

CONTENTS

第一章 定位角色,明确自己与客户的关系

俗话说:“顾客就是上帝。”客户在实际消费中占据着十分尊贵的地位,有获得更高品质服务的需要。而销售员除了要给客户在一个比较高的层面上以指导,还要扮演一个侍从的角色给客户更多的协助,为客户料理好一切,以减轻客户的负担。因此,销售员要定位好自己需要扮演的角色。

1. 销售员要为客户解决困难	2
2. 在销售中你是配角	3
3. 销售员就是红娘	5
4. 顾客就是上帝	6
5. 客户与销售员就是朋友	8
6. 商务关系其实就是人际关系	9
7. 销售员要站在客户的立场上	12
8. 销售员是医生	15
9. 销售之前先认识自己	16
10. 销售员要始终帮助客户	18
11. 接纳客户的意见	19
12. 在销售过程中,你是学生	21
13. 对顾客始终要感激	22
14. 销售员是顾客的追求者	24





15. 顾客有权利拒绝你	26
16. 要了解你的顾客	28
17. 没有理由跟顾客争吵	29
18. 销售员是顾客的顾问	31
19. 销售要实现“双赢”	33
20. 扮演不情愿的卖主	36
21. 销售需要友谊	37
22. 认识推销的意义	39
23. 推销员也是调查员	42
24. 销售员要了解顾客的心思	43
25. 在销售面前，无偿服务	44
26. 始终能站在对方的立场上	46

第二章 技能储备，营销是一场心理较量

人的智力和能力总是会有差异，而且每个人擅长的方面也各有不同。所以这就造成了有的人强一些，有的人弱一些。但是强的人并不一定比弱的人更成功。就像在战场上，虽然武器装备先进的一方赢的机会比较大，但是你不能轻敌，真正的强者是善于集中自己的优势兵力攻击对方的弱点，这样，在局部上你就是强者。

1. 成功营销从心理开始	50
2. 始终保持良好的心态	53
3. 抓住最初的时间点	55
4. 心态决定销售的成与败	57
5. 对顾客要有真诚的爱心	59
6. 抓住销售的亮点	61
7. 将准备变成一种习惯	63
8. 销售员要有大将之风	66
9. 晓之以理，赢得客户的青睐	67
10. 一定要有责任心	69
11. 销售需要亲和力的赞助	72
12. 销售从被拒绝开始	74
13. 要有强烈的企图心	76
14. 因人而异，量体裁衣	77
15. 赢得顾客的信任	80
16. 对待暴躁的顾客学会平和	82

17. 不要害怕客户的拒绝 84

18. 珍惜自己的推销机会 87

19. 销售员要有侦察能力 89

20. 想办法接近你的客户 91

第三章 察言观色，善用读心术

成功的销售人员不光善解人意，而且敏感性很强、善于察言观色，即使对方沉默不语，也能准确地从对方的沉默中窥见对方的思想状况与内在意图。一位成功的销售人员在回答他是怎样去把握对方沉默不语时的心理时说：“销售人员首先要用心，只要你留心观察，你就会发现客户虽然沉默不语，但是他们的神态和表情变化却能告诉你他们的心思和感情的变化。”

1. 要善于察言观色 94

2. 解读客户心理 97

3. 从口头禅洞察客户 99

4. 面对吹毛求疵的人 101

5. 捕捉顾客的购买信号 103

6. 洞悉顾客的从众心理 105

7. 顾客爱占便宜 107

8. 明确顾客的需要 110

9. 摸准顾客的弱点 115

10. 在言谈中洞悉顾客的主控权 118

11. 从手的类型看顾客的心理 120

12. 洞悉客户的心理弱点 121

13. 你是销售专家 123

14. 洞察对手的内心活动 124

15. 在言谈中突破顾客防线 127

16. 注意顾客的肢体语言 131

17. 培养敏锐的洞察力 133

18. 别让顾客有逆反心理 137

19. 微笑——征服一切 140

20. 专注客户的兴趣点 141

21. 注意客户的知觉 144

22. 顾客的笑容，透露顾客的心理 148

23. 主动，才有发展的机遇 149

24. 别忽略那些小人物 151



第四章 驾驭有方，把握住顾客的心理

俗话说“眼睛是心灵的窗户”，一个人的眼神往往会透露出他的真实情感和思想变化，因此，我们就可以从一个人的眼睛看穿他的内心。同样，我们还可以利用眼神传递出一些信息，以此去达到影响别人的目的。

1. 越过顾客的警戒线	154
2. 让顾客自己说服自己	155
3. 消除客户的紧张	157
4. 开发顾客要主动	159
5. 二选一，让交易迅速成交	162
6. 消除顾客的抱怨	164
7. 满足顾客的个性化需求	168
8. 利用怕“买不到”的心理	171
9. 化解客户的拒绝心理	173
10. 帮助顾客减轻压力	174
11. 抓住顾客的心理	176
12. 消费者的情绪与情感	178
13. 巧妙地转化客户的异议	180
14. 激发顾客的购买欲望	183
15. 知晓购买动机	186
16. 不断重复，强化顾客的印象	188
17. 选择空间成交法	189
18. 善于倾听顾客的需求	193
19. 营造不一样的氛围	195
20. 找到客户心理的兴奋点	196
21. 不断地完善自我	197
22. 赢得最永久的拥护	199
23. 满足顾客不同的需求	201
24. 市场营销中讲心理效应	203

第五章 有效沟通，透视客户的心理

推销与其说是一种语言艺术，不如说是一种沟通艺术。在人们以语言为导向的文化中，通常将沟通过程看做一种完全用言辞表达的行为。但一项研



究表明，在面对面的沟通中，那些来自语言文字的信息不会超过 35%，有 65% 的信息是通过非语言形式传送的。要想成为一位出色的推销人员，你就需要懂得客户的心理。

1. 沟通要知晓客户心理	208
2. 成功销售，要有好的开场白	210
3. 销售语言要把握有度	213
4. “听”与“说”的技巧	214
5. 听是工夫，说是本领	217
6. 走进客户心里的销售语言	220
7. 如何化解那些反对语言	223
8. 用语言化解客户心理上的抗拒	224
9. 用赞美敲开顾客的心扉	226
10. 说话要真诚	229
11. 面对顾客的“随便看看”	232
12. 对顾客要不时地奉承几句	233
13. 拒绝理由的破解之道	235
14. 面对客户因照顾不周时的抱怨	239
15. 难就难在与人打交道	241
16. 当心“祸从口出”	243
17. 应对顾客投诉时的语言技巧	246
18. 生意是“谈”出来的	249
19. 顾客的拒绝和应对技巧	251
20. 把话说得入耳动听	253
21. 肢体语言是心灵的话语	255

第六章 注重细节，指尖上的心理学

犹太教经典《塔木德》里说：“小小的一滴水也能折射出太阳的光辉，一个人的细微之处往往能反映出他的为人。”同样，在推销中的细微之处并不细微，小中实际上能见大，因此在推销过程中，你千万不可轻视了那些所谓的细微之处，它甚至可以左右推销的结果。

1. 别在细节上摔跟头	258
2. 认识潜伏期	260
3. 始终不忘学会自我调节	261
4. 别轻视身边的“小人物”	265



5. 拒绝是销售的开始	266
6. 别只顾眼前利益	269
7. 不要被借口所迷惑	270
8. 走出销售低谷	273
9. 别低三下四, 丢失尊严	274
10. 从处理说“不”的客户做起	276
11. 要专注, 别让客户缺少尊重	279
12. 跳出畏惧的漩涡	280
13. 行为追踪	282
14. 不要事事据理力争	284
15. 头部语言的破译	285
16. 战胜怯场的反应	287
17. 寻找“丑小鸭”	289
18. 眼神与心理	292
19. 渔夫和商人	296
20. 别死缠烂打惹人烦	297
21. 不同的战略会有不同的命运	298
22. 鼻子透视心理	301
23. 观念决定命运	303
24. 手指上的细节心理学	305
25. 注意每件小事	307

第七章 构建彩图, 巧用心理暗示

心理营销是从思想上真正为客户考虑的一种销售方式。它维护客户的利益, 不向客户销售他们不需要的产品, 不利诱客户, 努力帮助客户实现他们的需要。这种营销理念能够聚拢一些较长期的客户, 他们会忠诚于他们认定的品牌。研究表明, 心理营销和销售业绩之间存在着非常明确的正比关系。

1. 让客户放松警惕	310
2. 调动客户的“参与心理”	312
3. 刺激客户的好奇心	314
4. 请将不如激将	316
5. 拜访客户的技巧	318
6. 暗示客户, 你很热爱产品	321
7. 制造客户的危机感	323
8. 心理营销的巧妙运用	327

9. 让顾客买到放心	329
10. 构筑多彩图画，给客户新鲜享受	331
11. 诱发客户的好奇心	332
12. 引导交易成交	334
13. 销售心理共识	335
14. 主动让步，让客户主动找你	337
15. 征服顾客需要利器	338
16. 故弄玄虚，让客户失而复得	339
17. 市场定位与购买心理	341
18. 步步为营法	342
19. 帮助顾客选择购买重点	344
20. 激发客户的怀旧情感	346
21. 巧妙地利用“证人”	347

第八章 计谋引导，摘取胜利的果实

通常，人们在做任何事情时都会有自己最初的欲望和想法，也会通过分析、判断做出决定和选择，而不希望受到别人的指使或者限制。当别人想要改变他的想法和决定时，或者要把自己的意念强加给对方时，就会引起对方强烈的逆反心理，进而采取和你相反的态度或者言行，以维护自己的自尊、信念以及自我安全。

1. 让客户主动决策	350
2. 制造一个共同的假想敌	352
3. 声东击西，牵制住客户	354
4. 重视广告的宣传作用	356
5. 欲擒故纵，扮演不情愿的卖主	357
6. 买方心理的变化阶段	359
7. 先入为主的营销策略	362
8. 开展个性化营销	364
9. 促使客户尽快做出决定	365
10. 销售是从感觉开始的	367
11. “围魏救赵”的手法	370
12. 得到一寸就能获得一尺	371
13. 独辟蹊径，创新发展	373
14. 让客户心甘情愿地履行	374
15. 发现需要满足需求	376

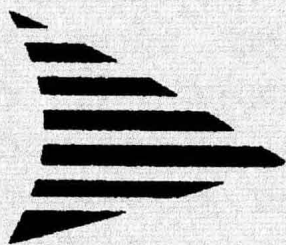




16. 模糊心理学	377
17. 利用感情, 达成交易	379
18. 刺激客户的购买欲望	380
19. 心理矩阵术	382
20. 控制顾客的情绪	383
21. 以退为进的读心术	385
22. “常驻心房”营销法	386
23. 以柔克刚的战术	387

第一章

定位角色， 明确自己与客户的关系



俗话说：“顾客就是上帝。”客户在实际消费中占据着十分尊贵的地位，有获得更高品质服务的需要。而销售员除了要给客户在一个比较高的层面上以指导，还要扮演一个侍从的角色给客户更多的协助，为客户料理好一切，以减轻客户的负担。因此，销售员要定位好自己需要扮演的角色。

1. 销售员要为客户解决困难

秘书，就是做一些日程安排、信息传达、文稿撰写等工作，为领导处理好日常事务的人员。而销售员要扮演好秘书的角色，就要积极地协助客户进行消费，给客户提出有意义的建议和提醒，及时提供最新信息，制订出合理的计划，为客户减少不必要的麻烦和错误。当客户觉得一位销售员是自己的好帮手时，那么也就能很好地体现自己的重要价值。所以，销售员不要认为那些付出是没有意义的，只要你用心地去做，客户必定会被打动，也定会青睐于你。

米良在一家电子产品公司做销售员，在长期与各种客户接触的过程中，他发现有些来购买产品的客户，会因为不符合自己要求的产品而转去他家，而一旦有了能够满足客户需要的新产品到货后，却联系不上客户了。这样就让很多的销售机会白白地失去了。

米良便针对这个问题，做出了一些新的尝试，他为客户建立档案，详细地记录每一位客户的信息。他不仅会把一些新产品的信息及时地以电话或短信的形式告知客户，还会及时提醒客户在手中的产品使用周期结束之前，前来维修或者更换。这些信息让客户在受益的同时，也免除了很多麻烦。而且，米良随着客户需要的不断提高，他还根据每个人的具体情况，灵活变通自己的对策，更合理地帮助客户，让客户在降低成本采购的同时，能得到更多的好处。而他服务的那些客户，也会在有需要的时候，第一时间就来找他帮忙。米“秘书”，就是那些老客户对他的称呼，他们觉得他像自己的秘书，为自己提供了不少的方便，是值得依靠和信赖的。而米良虽然付出的要比别人多得多，而且也很辛苦，但他却以自己的付出换来了更多应得的回报。

及时将最新的产品信息提供给客户

作为业内人士，销售员有更好的获取行业最新信息的途径，有更深认识和见解。若销售员也能把这些信息及时地提供给没有这方面优势的客户，在第一时间让客户了解到情况，就给客户的消费带来帮助，那么客户自然会对你心存感激。这样一来，就更容易与客户之间建立长久的合作关系，带来双方受益的局面。

及时地提醒客户

秘书的基本职责之一就是及时地提醒，而销售员也不可忽视这一点。当客户有所大

意，或者疏忽一些事情的时候，你作为销售员，就要充当客户的“备忘录”和“闹钟”，帮助客户记住并及时地提醒客户，让客户避免因一时的疏忽而有可能造成的损失。对客户来说，你做到了这些，自然是帮了他大忙，那他对你肯定也会是热情相报了。

为客户出谋划策，让客户轻松得利

好的销售员能在客户遇到一些问题时，及时为客户出谋划策，为客户处理好，这样就会省了客户不少的事，让客户能在不用自己伤脑筋的情况下，问题得以处理，还能轻松获利。在客户的心里，这样到位的服务必然是最理想的。所以，销售员多费一点心思，就能得到客户的依靠和信赖。

心理透析

要想做好一名客户的秘书，心里就要记得所有琐碎的事情，要善于抽丝剥茧，以最简单的方式处理问题，安排好客户的“内勤”，这时客户就会觉得你是位不可或缺的左右手。



2. 在销售中你是配角

为了缩短与客户之间的距离，销售员在拜访时要选择一个好的话题。

推销员在推销过程中，要和客户进行好的沟通，这就需要好的开场白。但如果推销员说完了开场白，客户仍然告诉推销员自己没有时间或是不感兴趣，那就表示这个开场白并没有让客户对他的产品或服务产生好感或是兴趣，是无效的，而这时，就应该寻找另一个更好的话题。

杰比西是一名推销绞肉机的销售员，一天他来到一家生意很好的小吃店，想向老板推销自己的产品。杰比西来到店里的时候，老板娘跑来招待他，老板在忙着做包子，但杰比西表示暂时还不买什么，老板娘也就去忙自己的活了。

被空晾在那里的杰比西感到有些尴尬，为了打破这种僵局，他决定和老板谈谈他的事业——包子。他请老板帮忙选购了十个包子并包好，又买了两个放在盘子里品尝起来，就开始和老板聊天。



“老板，您做的包子馅不仅不粘牙，还很好吃！您是用什么方法做的？有特殊的蒸笼吗？还有这豆沙馅用的是砂糖吗？很甜但不腻呢！”老板对于他这一连串的关于包子的问题来了兴趣。

“是啊，先生，您真有眼力。对于包子，最重要的是馅，直接掺糖水是绝对不可以的，您真是位行家，知道是这包子馅好。”

“哪里，哪里。”杰比西赶忙说，“主要还是这包子做得好！”

老板继续说：“我的包子没有一个是用机器压出来，全是我一个一个亲手做出来的。你知道，顾客都爱吃手工包子，那机器虽然压得快，但做不出来手工所特有的味道，为了让顾客满意我只有这么做了。”

老板忽然话锋一转问道：“你刚才对我太太说什么啦？”

“噢！我是在食品加工机械厂做销售的。我是专程来这里买您的包子的，刚刚看到您在那里忙就想到有一个好帮手一定可以帮您的。老板，那里摆的那个盆景也是您的杰作吗？您也喜欢盆景啊，真了不起。”

“好帮手？先生，您要给我介绍个什么样的好帮手啊？”老板急切地问起来。

杰比西最后终于成功地将自己的产品推销出去，老板也很高兴，觉得认识了一位知己。而杰比西在推销过程中，谈及了对方关心的话题，而且他所提的问题都是客户最熟悉、最得意的事情，以至于客户想不说都不行了，所以，最后才促成了他的推销。

客户在推销过程中，永远是主角。而“配角”这个角色，则必须是由卖方来扮演才可以的。如果推销员认不清自己的位置，把自己看做主角放于商谈过程中，只热衷于谈论自己的事情，大夸自己的产品，只从自身观点考虑发表看法，而不从买方的角度来考虑，这种谈论必定会引起客户的反感情绪：“真想让他快点住嘴”“才不会听他的”！照此情形，推销的失败是必然的了。对于那些夸夸其谈的推销员向客户表达自己的意愿时，恐怕得到的只会是冷冷的拒绝。

心理透析

在推销过程中，一个好的话题，可以缩短与客户之间的距离，可以使客户逐渐接受自己，再站在客户的立场上，引出自己的商品，从而开始商谈，这样有利于推销成功。

