

总结销售技巧

提升销售业绩

销售 要懂心理学

乔拉拉◎编著



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

销售 要懂心理学

乔拉拉◎编著



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

销售要懂心理学 / 乔拉拉编著. —上海: 立信会计出版社, 2012.7

(时光文库)

ISBN 978-7-5429-3549-6

I. ①销… II. ①乔… 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092593号

策划编辑 蔡伟莉

责任编辑 赵新民

封面设计 久品轩

销售要懂心理学

出版发行 立信会计出版社

地 址 上海市中山西路2230号 邮政编码 200235

电 话 (021) 64411389 传 真 (021) 64411325

网 址 www.lixinaph.com 电子邮箱 lxaph@sh163.net

网上书店 www.shlx.net 电 话 (021) 64411071

经 销 各地新华书店

印 刷 北京彩虹伟业印刷有限公司

开 本 720毫米×920毫米 1/32

印 张 11

字 数 143千字

版 次 2012年7月第1版

印 次 2012年7月第1次

书 号 ISBN 978-7-5429-3549-6/F

定 价 18.80元

如有印订差错, 请与本社联系调换

前言



销售，从心开始

要想说服你的客户，首先要对每个产品的性能、功效、价位等了解得清清楚楚，甚至亲自使用过，平时注意搜集客户使用过的感受、变化等，这就是所谓的“知己”。“知彼”就是你要了解客户的真正需要，知道他想要什么，结合自己的产品知识、行业背景，满足他的需求。

一般来说，在迎接客户之后，销售人员应该通过询问客户的一些基本问题来了解客户的实际情况，只有掌握这些内容，才能向客户推荐合适的产品。

不同问题客户的回答和结果是不一样的。必



须预计每个问题可能的答案，以选择那些有利于销售的问题，因此，尽可能提供那些能获得信息、容易回答的问题。如：谁、什么、哪里、什么时候、为什么、怎样、告诉我关于……这些容易回答并能获得信息的问题，能帮助销售人员了解客户的一些潜在需求。

通过提问，及时了解客户的特殊需求，避免说上一大堆，介绍了许多产品之后仍然不知道客户的真正需要，还要注意从客户的回答中找出隐藏着真正需要。因此，对于销售人员来说，聆听客户的回答和陈述很重要，因为它包含了客户很多的潜在需要，也就是说隐藏了许多的销售机会。聆听客户的陈述时，应该注意，保持最大的注意力，切忌东张西望，心不在焉，也不要随意打断客户的话，因为这样显然不尊重客户，对客户不礼貌。还有就是尽量避免否定的价值判断，如“你这话就不对了”……

在提问和聆听之后，销售人员就要分析一下，抓住其中的销售机会。有时候，客户并没有直接说出他的需要，而是用一些否定的说法和判断掩

销售要懂心理学

Xiao Shou Yao Dong Xin Li Xue

盖了他的需要。例如客户说：“我不需要这种产品，因为我……，所以我……。”乍听之下，客户似乎并没有什么需要，但仔细一分析，其实客户真正的需要是相对这种产品之外的另外某种产品。

小品中高秀敏道出赵本山的强项：“听说人家买马上人家那儿卖车套，听说人家买摩托上那儿卖安全帽，听说人家失眠上那人家卖安眠药……听说柱子开四轮车把腿砸了，贪黑起早做了这副拐……”

赵本山：“这叫市场，抓好提前量！”

最快速的销售就是根据客人的需求来推荐。很多门店的导购不知道客人的需求，也不去询问客人，转身就给客人推荐一些自己感觉很合适或者自己认为很漂亮的衣服，结果客人来一句“不喜欢，一般般”的回答，给销售服务反而造成障碍。

因此，在销售过程中，只有了解消费者的真正需求，才能结合自己的知识，去满足他（她）。

客户服务员要善于从客户的身体姿态中体察客户的心理。客户听到你说这个产品价格是多少



时，总觉得你在催促他掏钱买你的东西，难免会产生紧张心理，因此，对价格问题，一定要强化产品给客户带来的好处，减弱产品价格的副作用，让客户有一种“拥有”该产品的心理。

由此可见，抓住客户的心理你才能事半功倍，取得好的营业效果。

目 录

第一章

销售如此艰难，你要内心强大

1. 树立必胜的信心 2
2. 抛开推销的恐惧 9
3. 坚守固有的责任 14
4. 激发成功的欲望 18
5. 挖掘无限的潜能 22
6. 唤醒憧憬的力量 28
7. 海纳百川的胸怀 32

第二章

找准成功之匙，开启客户心门

1. 让客户记住你的第一印象 38
2. 用真诚打动客户 46
3. 锁定客户的兴趣 52

目 录



4. 了解客户的购买动机 56

5. 根据特定环境创造需求 60

6. 让客户感觉到自己的重要 63

第三章

钻进客户心里，探知客户需求

1. 吃透客户心理，生意才能滚滚来 72

2. 先做知心人，再做生意人 78

3. 巧妙提问，发现客户真正需求 84

4. 性价比是客户最想知道的 89

5. 客户喜欢买“值得买”的东西 94

6. 用价格阀门调节客户心理 99

7. 并非价格越低客户越喜欢 105

8. 把握客户，击中对方的软肋 110

9. 不断满足客户的“感性需求” 113

第四章

掌握5种方法，读懂客户意图

1. 专业的客户调查 120

2. 亲自的客户访谈	125
3. 观察客户的行为	130
4. 倾听客户的声音，尤其是抱怨	135
5. 系统学习客户的消费心理学	141

第五章

客户追求“便宜”，做好优促活动

1. 先给甜头，才有嚼头	150
2. 浮动价格，先高后低	156
3. 买一赠一，吃定贪心的客户	160
4. 折价促销，折本赚吆喝	165
5. 优惠卡，拴住客户的绳索	170
6. 有奖销售，吊足客户胃口	176

第六章

客户追赶“新潮”，推陈出新应对

1. “新品就是佳品！”	182
2. 赢在新颖，胜在别样	187
3. 从众心理，客户的致命弱点	191

目 录



4. 让好奇心打开客户的钱袋子	196
5. 巧用个性包装，吸引客户眼球	201

第七章

客户力保“面子”，优质优价独享

1. “穿品牌就有面子”	212
2. 恭维客户品位，顺意实施赞美	216
3. 诱发虚荣心，让客户乖乖就范	221
4. 戴高帽，把客户逼上“绝路”	228
5. 站在众人面前，让客户无处可逃	233
6. 利用攀比心态说服客户	238
7. 激将法可以改变客户的意志	239

第八章

客户追求“效率”，速成快捷为宜

1. 速战速决，压缩客户考虑的时间	246
2. 制造短缺假象，促成今日交易	251
3. 莫让客户多等一分钟	255
4. 门把法，销售的杀手锏	259

销售要懂心理学

Xiao Shou Yao Dong Xin Li Xue

5. 交易完成，不妨来个法兰克式的结束	262
---------------------------	-----

第九章

客户追求“安全”，试用后再成交

1. 派送试用品，让客户先“尝”后买	266
2. 亲身尝试，使客户彻底放心	270
3. 以环保为导向，以绿色为主题	274
4. 贬低对手就是贬低自己	279
5. 建立投诉机制，客户才更放心	283
6. 做出保证，让客户安心	287
7. 为客户提供跟踪服务	289
8. 让“将来的客户”也满意	291

第十章

客户追求“方便”，因人而异推荐

1. 让客户方便就是为自己赚钱	296
2. 便携式，时代的选择	300
3. 推出不同号码，迎合多样需求	304
4. 上门服务，送货到家	309



5. 一对一服务，有问必“答”	313
6. 销售就是服务	318
7. 想客户之所想，把舒适送到心里	324
8. 适度热情，让客户自己做决定	329
9. 笑脸应对抱怨，切莫火上浇油	335

第一章

销售如此艰难，你要内心强大

一个优秀的销售员，他不但要有卓越的口才，还要有强大的心理。在面对客户时，要有所畏惧的心态，要有时刻必备的责任心，要有成功的企图心，要有宽广的胸怀，要有对未来充满憧憬的自信心，这是优秀销售员必备的心态。



1. 树立必胜的信心

在销售过程中的每一个环节，自信心都是必要的成分。

——乔·坎多尔弗

自信心不足是销售人员在销售工作中最容易出现的心理问题之一。自信心不足就如同火箭的助推器燃料不足一样，飞到半空就会渐渐失去动力，最后摔落下来。销售人员如果对自己没有足够的信心，或者对自己的公司和自己所推销的商品信心不足，就会在销售中失去动力，暂缓前进。而且，没有自信，也很难感染客户，甚至会引起和增大客户的怀疑。所以，能否充满自信往往直接影响着销售的成败，可以说销售人员是否能够充满自信地进行推销，是其能否获得成功的具有先

销售要懂心理学

XiaoShouYaoDongXinLiXue

决作用的心理因素。

一般来说，导致销售人员自信心不足的原因主要来自三个方面：

首先，对自己本身没有足够的信心。这类销售人员在从事销售工作时，常常会产生“心有余而力不足”的感觉，他们常常觉得自身条件差，怀疑自己的销售能力，认为自己不适合做销售工作，进而产生懈怠心理；或者是因为自身性格因素，在遭受一点挫折以后，产生了严重的挫败感，轻易选择放弃，而不敢继续争取。

其次，对自己所在的公司信心不足。销售人员有时候会因为对自己所在公司或者企业的实力、前景、信誉等持有某些怀疑，而不能获得应有的安全感；或者不能得到公司为自己提供的相应的环境和机遇，而对公司失去信心。这使得销售人员得不到必要的归属感和安全感，进而减少自己的工作热情，态度变得消极懈怠。

第三，对自己销售的产品信心不足。商品是销售人员与客户交易的最直接的东西，产品的好坏对销售人员的心理也是有很大影响的。如果销



售人员觉得自己销售的产品质量不高、价格太贵、与同类产品相比缺少竞争力，就会对产品失去信心。在进行推销的时候也会心中没谱儿，底气不足，害怕客户挑剔，害怕客户发现过多毛病而使自己丢面子。

以上因素都会对销售人员的心理产生影响，使销售人员自信心不足。既然心中充满各种疑虑，内心不踏实，销售人员在面对客户时，就无法正常地发挥自己的潜力，就会影响销售，使其工作难以顺利进行。销售人员只有克服这种信心不足的状况，以积极的态度去进行工作，才会取得好的业绩。

李海刚进入一家保险公司，但因为该保险公司是一家中外合资的寿险公司，刚刚进入中国市场，属于起步阶段，各个方面的发展还不够完善，因此李海的内心缺少一定的安全感，他害怕公司只是自诩实力雄厚。尽管潜在市场十分广阔，但是他却不敢轻信，始终对公司抱有怀疑的态度，心里总是难以安稳下来。所以进入公司前曾经的

销售要懂心理学

Xiao Shou Yao Dong Xin Li Xue