

销售要像

XIAOSHOU

YAOXIANG·XINLI ZHUANJIA

心理专家

姜丽君 ● 著

读懂客户的心——像心理专家一样善于了解客户
抓住客户的心——像心理专家一样善于影响客户
俘虏客户的心——像心理专家一样善于说服客户



中国商业出版社

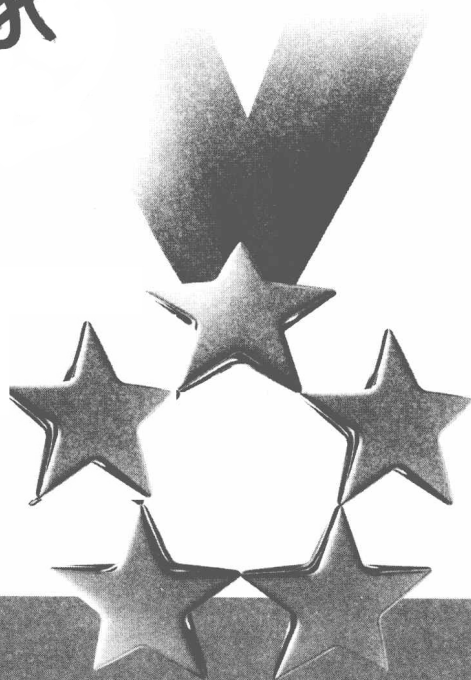
销售要像

XIAOSHOU

YAOXIANG XINLI ZHUANJIA

心理专家

姜丽君 ● 著



中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售要像心理专家 / 姜丽君著. —北京 :
中国商业出版社, 2011. 12

ISBN 978 - 7 - 5044 - 7156 - 7

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 016826 号

责任编辑: 张新壮

中国商业出版社出版发行

010 - 63180647 www. c - cbook. com

(100053 北京广安门内报国寺 1 号)

新华书店总店北京发行所经销

北京柯蓝博泰印务有限公司印刷

* * * *

710 × 1000 毫米 16 开 15 印张 215 千字

2012 年 10 月第 1 版 2012 年 10 月第 1 次印刷

定价: 28.80 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

版权所有 翻印必究

前言

Preface

世界著名销售大师雷德曾经说过：“销售是世界上最伟大的职业，一个顶尖的销售人员必须拥有政治家的睿智头脑，艺术家的敏锐眼光，外交家的善辩口舌，邮递员永远不怕磨破的双脚……”其实，除了这些，销售员还应该是一位心理专家，需要拥有心理专家一样洞察人心、影响人心的能力。销售员不仅是专才，更应该是全才，销售员个人的能力和才华往往是帮助其打开成功大门的最重要的金钥匙之一。

销售是销售员与客户之间的心与心的较量。一个销售员如果立志成为一名成功的销售大师，想要获得令人瞩目的成绩，就需要全身心地投入，用心去认识自己，定位自己，提高自己，同时，更重要的是用心去了解客户，服务客户，影响客户。

优秀的销售员往往就像一位心理专家，他是最明白客户心声的，他们善于了解客户真实的想法，善于运用最积极有效的心理影响力，让客户感觉良好，让客户觉得如果不从他这里购买产品就会有后悔感。总之，不管是潜移默化地影响、善意地威胁，平等地交谈、巧妙地敦促，销售员要用自己的能力、魅力和心力，为客户搭建起一个愉悦和谐的平台，让销售变得顺其自然。而这样的销售才是真正成功的。

很多销售员感到现在的销售工作难做，总是觉得客户的要求太高，竞争对手的实力太强，市场发展变化太快，自身承受的压力太大，甚至渐渐地觉得有些力不从心，即使还在不断地学习新的营销方法和技巧，却不能取得满意的成绩。这是为什么呢？可能很多销售员没有深入地去思考，或者思考之后却不得其解。

其实，市场的快速发展、行业的激烈竞争、客户的更高要求，这都

是社会发展的必然趋势，我们无法改变，关键要看我们如何去适应这种变化，如何更好地了解市场，如何更快地超越对手，如何更有效地说服客户。而这其中，要做好每一点，都必须要用“心”，对自己用心，对客户用心。

可能很多销售员在销售中更注重的是技巧，注重的是回报，用机械的技巧去换回些许的收益，把销售员与客户的关系定位成了单纯的买卖关系。而这其中则缺少了一些真挚的东西，缺少温暖和感动。

销售是一种很广泛的社会交往，只有把真挚的感情放进去，它才会生动起来，长久起来。所以，不管什么样的技巧和方法，必须要用感情来做支撑，有情感投入的方法和技巧才能真正打动对方。

销售要用“心”，不是狭义的勾心斗角耍心眼儿，而是含有真情实意的社会交往的技巧，是销售员用心参与的感动客户的方法。有感情的销售才是最打动人的销售，

所以，销售员要让自己成为一位心理专家，对客户有全面的了解，全面的引导，全面的呵护，全面的帮助和全面的满足，做到专心、热心、知心、诚心、耐心、细心，从而用自己的竭力度心换来客户的一体同心。

成功要用心，这个朴实的道理也同样适用于销售，本书则是指导销售员从一个全新的角度出发，用心去推动技巧的实施，从而达到对客户最深刻的影响，将这场心灵的较量胜利进行下去。

目录

Contents

第一篇 像心理专家一样善于了解客户

——读懂客户的心

销售的成功源自对客户了解，包括了解客户的性格、习惯、消费特点、心理需求等。只有做好这方面的工作，才能摸清客户的脾性和需求，将短期的客户发展为长期的客户，实现销售的最大化。成功的销售员应该像心理学家一样，能够对客户做出准确的判断，并读懂他们的心。

第一章 察言观色，知人知面还要知心

销售是一门与人打交道的学问，能够充分地了解客户，才能有助于销售员采取有效的措施和对策来成功实现推销。而了解客户的方式则是注重细节，善于察言观色，从细微处发现客户的性格、人品和心理需求。

1. 从走路、站姿判断对方的想法 4
2. 从穿着打扮评价客户的购买能力 7
3. 从客户的“手中”提取信息 9
4. 从头部动作发现心理信息 11
5. 从客户的眼神衡量好感度 13
6. 从客户的笑揣摩客户的心意 15

7. 从座位发现客户的“心理地图”	18
8. 从点菜看客户的从众心理	20
9. 从喝酒透视客户的性格特征	22
10. 从吃饭中发现客户的个性	24
11. 从客户吸烟的手势透视性格	26
12. 从付款方式看客户的人品	28

第二章 听话听声，听懂客户的弦外之音

俗话说：“锣鼓听音，说话听声。”销售中，销售员要善于倾听，因为，从客户讲话的声音、语气、方式、口头禅、称呼以及选定的话题中，都能在一定程度上反映出了他们内心的真实想法。因此，从细节中听懂客户的心声，才能把销售做得更加到位。

1. 从讲话的声音上判断人的个性	32
2. 从口头禅了解客户的性格	34
3. 根据语气、语速变化发现客户的心理变化	36
4. 从谈话的话题发现客户心中的秘密	38
5. 通过说话方式了解客户的心理状态	40
6. 称呼中体现出来的客户性格	42
7. 从措辞上看出客户是肯定还是否定	44
8. 从说话顺序发现客户的心理特点	46
9. 从交谈中发现客户自己都不知道的需求	48
10. 去伪存真，滤掉客户话语中的“水分”	50

第三章 寻根问底，问出客户的真实意愿

提问是实现交流的一种十分有效的方式，通过巧妙的问题，不仅可以获得更多有用的信息，还能够引起对方情感上的共鸣，甚至产生一种积极的暗示和引导，因此，能言善问是优秀销售员必备的一门销售技巧。

1. 以精彩的开场白引发客户的兴趣	54
2. 通过主动发问让客户无法保持沉默	56
3. 从生活的话题中刺激客户的欲望	58
4. 在假定客户会买的基础上发问	61
5. 站在为客户解决问题的角度来问问题	63
6. 从孩子入手消除客户的戒心	65
7. 在发问中觉察客户的隐性需求	67
8. 在发问中引导客户自我否定	70
9. 发挥感染力问出客户的热情	72
10. 用二选一的问题把客户锁定	75

第二篇 像心理专家一样善于影响客户

——抓住客户的心

销售工作是一种影响他人的工作，销售是销售员与客户之间心与心的较量，如果销售员不能有效地影响客户的心理，也就很难顺利地达成交易。而卓越的销售员往往也是一个心理专家，他能够读懂客户的心，更善于利用一些心理因素去影响客户，抓住客户的心。

第一章 动机激发——勾起客户强烈的购买欲望

销售员的工作是推而销之，“推”就是要推动客户来购买，只有引导客户产生强烈的购买动机，才会使其购买决定和行为变得果断而积极。商品不能是销售员强加给客户的，而应该激发其购买动机，使其主动选择购买。

1. 动机来自于客户内心满足感的获得	82
2. 动机产生于心中的疑虑消除之后	85
3. 学会从客户的借口中寻找购买动机	88

第二章 情绪渲染——引导客户产生积极的情绪

对客户的情绪的积极引导和有效控制，是突破抗拒，化解矛盾的有效方式。而在实际的交流和沟通的过程中，这种方式的使用则可以起到有力的促进作用，它像一只隐形的手，会帮销售员紧紧地抓住客户的心。

1. 引导客户与你产生情感共鸣 92
2. 真诚友好地回应客户的抱怨 95
3. 善意地为客户多考虑一些 98
4. 尽量避免和客户发生争辩 101

第三章 社会认同——借助群体的力量施加压力

人生活在一定的群体之中，个人的言行在很大程度上要受到群体的约束和影响，会尽量与周围人保持一致以得到大家的认同，客户在销售中也是这样。因此，善于利用客户的行为会与众人保持一致的心理，则可以帮助销售员在销售中对客户实现积极的引导。

1. 既然大家都买我也买 106
2. 客户很“听”专家的话 110

第四章 环境诱导——借助环境的因素操纵客户

除了个人的因素之外，环境因素对人们的心理的影响也是显而易见的。包括所处的具体的时间、地点、所见所闻，都会对人们的最终决策产生影响，诱导人们做出某种选择。善用环境影响客户，可以促进销售的成功。

1. 我们总会受到周围环境的影响 114
2. 使无形的环境因素显而易见 117
3. 这些因素影响了客户的消费心理 120

- 4. 让客户获得最舒适的体验 124
- 5. 利用环境给客户造成的威慑 127

第五章 互惠互利——让客户主动地来回报于你

当别人给我们提供了帮助和支持，我们往往会尽量通过各种方式来报答他。“有来无往非礼也”，当销售员借机会巧妙地施恩于客户，那么客户就会在这种压力下主动地来报答销售员，很难无动于衷，否则于心难安。

- 1. 知恩图报的互惠法则 132
- 2. 用小恩惠换取大回报 135
- 3. 用主动让步来赢得优势 138
- 4. 从“免费的午餐”中获利 141

第六章 求之不得——刺激客户急切的购买欲望

“物以稀为贵”，获得的机会越少，其价值越高。这种短缺原理对人们的言行会造成很大的影响。销售员要知道，害怕失去某种东西，比想要获得某种东西更能激发客户的占有欲望。因此，让客户产生迫切购买的心理，销售就很容易成功。

- 1. “会失去”比“能得到”更有诱惑力 146
- 2. 越难得的东西人们才会越珍惜 149
- 3. 激发客户害怕买不到的紧迫心理 152
- 4. 你越是不卖客户却偏偏要买 155

第三篇 像心理专家一样善于说服客户

——俘虏客户的心

在销售过程中，销售员会遇到各种各样的客户，有的比较和善，有的比较固执，有的比较挑剔，有的比较古怪……所谓“众口难调”，销售员只有摸准他们的脾性，并运用策略巧妙说服，才能各个击破，让他们各取所需，满意而归。

第一章 以高效沟通化解客户的拒绝和挑剔

销售是一门与人打交道的学问，能够充分地了解客户，才能有助于销售员采取有效的措施和对策来成功实现推销。而了解客户的方式则是注重细节，善于察言观色，从细微处发现客户的性格、人品和心理需求。

1. 客户总说“随便看看”怎么办 162
2. 客户觉得你是在“自卖自夸”怎么办 164
3. 客户的陪伴者持相反意见怎么办 167
4. 客户被闲逛的顾客干扰怎么办 169
5. 客户因照顾不周而抱怨怎么办 171
6. 客户要回家商量一下再买怎么办 173
7. 客户觉得“产品没有知名度”怎么办 175
8. 客户说等打折的时候再来买怎么办 177
9. 客户不想要最后一件怎么办 179
10. 客户不断砍价怎么办 181

第二章 不同类型客户的心理分析和攻心方略

俗话说，“龙有九子，各不相同。”因为生存环境、出生年代、教育经历等差异，人们在性格特征上也有很大不同，有的人冷静，有

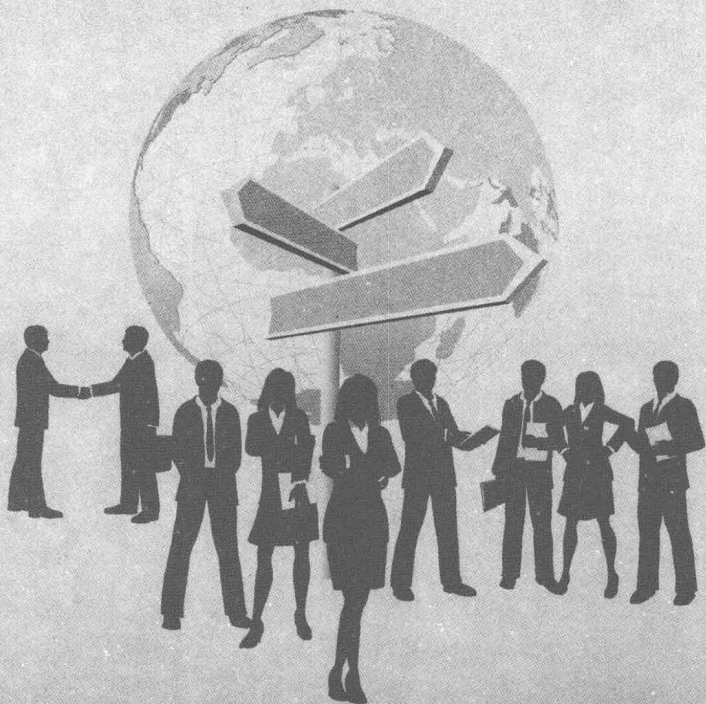
的人冲动，有的人随和，有的人固执。销售中，销售员会遇到各种类型的客户，善于分析，对症下药，才能运用最有效的方法攻克客户。

1. 遇到冷静的客户千万不要急躁	184
2. 精明理智的客户需要有效的证明	187
3. 发掘总是借故拖延的客户的隐衷	189
4. 给喜欢抱怨的客户发泄的机会	192
5. 喜欢斤斤计较的客户希望获得实惠	195
6. 满足大吹大擂客户的炫耀欲望	198
7. 面对自以为是的客户要交出主动权	201
8. 遇到情感冲动的客户要速战速决	203
9. 固执己见的客户渴望理解和安慰	205
10. 给足爱慕虚荣的客户面子	207
11. 用自信感染犹豫不决的客户	209
12. 独断专行的客户注重自我	212
13. 墨守陈规的客户注重实用	214
14. 先入为主的客户需要用真诚去打动	217
15. 以最恳切的态度应对生性多疑的客户	220
16. 追求时尚的客户喜欢标新立异	223

第一篇

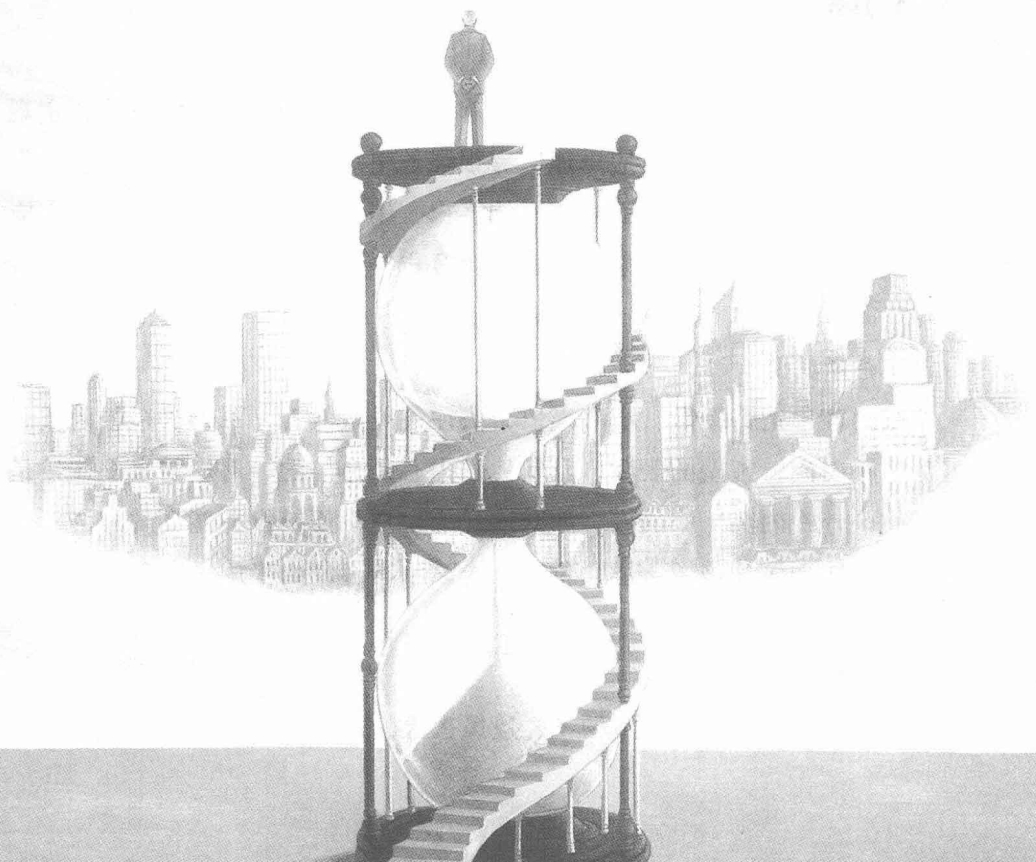
像心理专家一样善于了解客户 ——读懂客户的心

销售的成功源自对客户了解，包括了解客户的性格、习惯、消费特点、心理需求等。只有做好这方面的工作，才能摸清客户的脾性和需求，将短期的客户发展为长期的客户，实现销售的最大化。成功的销售员应该像心理学家一样，能够对客户做出准确的判断，并读懂他们的心。



第一章 察言观色，知人知面还要知心

销售是一门与人打交道的学问，能够充分地了解客户，才能有助于销售员采取有效的措施和对策来成功实现推销。而了解客户的方式则是注重细节，善于察言观色，从细微处发现客户的性格、人品和心理需求。





从走路、站姿判断对方的想法

一个人的行为方式在一定程度上反映着他的性格特征，而一个人的走路和站立的姿势则是体现其性格特征的重要方面。人免不了要走路，要站立。有的人走路昂首挺胸，充满自信；而有的人走路低头哈腰，无精打采；有的人站立时喜欢把双手插进裤兜；而有的人则喜欢双手交叉置于胸前。如果销售员能够通过客户的这些姿势，了解到客户的性格和心情，就能够做好心理准备和应对策略，不至于因为不了解客户的心理而弄巧成拙。

1. 从走路姿势观察客户心理

昂首阔步型

有的客户走路时，抬头挺胸、昂首阔步。这样的客户非常自信，主观意识比较强烈，做事情反应迅速、有很强的组织能力。其缺点在于有时候太过自信，看不起别人。面对这样的客户，销售员应该以同样的自信去应对，使自己的语言明确、条理清晰，对客户提出的问题应答自如，才会赢得客户的信赖。

慢条斯理型

有的客户走路缓慢、小心谨慎，头往往是微低着，不喜欢东张西望。这是一种内向、害羞的表现，其实他们内心是热情的，渴望与人交往，是典型的“外冷内热”型的人。面对这样的客户只要销售员能真诚相待，多给客户一些理解和关怀，切忌急躁，应该顺着客户的步调，太急反而给客户带来压力，遭到拒绝。

步履匆匆型

有的客户走路总是健步如飞，风风火火，这样的客户是典型的行动主

义者。他们精力充沛，办事雷厉风行，从不拖泥带水，但有时因为急躁而显得草率，容易出现纰漏或者错误。销售员在应对这样的客户的时候，要多为客户着想，在客户容易出错的地方给其善意的提醒，做好售后服务，这样才能得到客户的认可。

横冲直撞型

有的客户在走路时，只顾自己横冲直撞而不考虑别人的感受，因此这样的客户会让人感觉有些不近人情，也容易得罪人。但可爱之处在于为人坦率真诚，性子直，不会耍心眼。和这样的客户谈生意，销售员一定不可以弄虚作假，一定要真心诚意。

踱方步型

踱方步的客户往往会比较庄重和严肃，对事情认真负责，做事情很理智，不会因为一时冲动而做出什么决定。务实和精明是这类客户的特点。销售员如果碰到这样的客户，就要以认真的态度对待，尽量少和客户开玩笑，在谈判时话题要力求务实，用实际效益来说服客户，而不是发表空洞的长篇大论。

2. 从站姿看客户心理

不同的站姿可以显示出一个人的性格特征。

站立时习惯把双手插入裤袋的人

城府较深，不轻易向人表露内心的情绪。性格偏于保守、内向。凡事步步为营，警觉性极高，不肯轻信别人。

站立时喜欢把双手叠放于胸前的人

性格坚强，不屈不挠，不轻易向困境压力低头。但是由于过分重视个人利益，与人交往经常摆出一副自我保护的防范姿态，拒人于千里之外，令人难以接近。

站立时将双手握置于背后的人

奉公守法，尊重权威，极富责任感，不过有时情绪不稳定，往往令人莫测高深，最大的优点是富于耐性，而且能够接受新思想和新观点。

站立时习惯把一只手插入裤袋的人

性格复杂多变，有时会极易与人相处，推心置腹。有时则冷若冰霜，对