

THE SALES SKILLS
WHICH I WANT TO LEARN MOST

我最想学的

销售技巧

| 销售是个技术活儿 |

陈浩◎著



摸透客户的心理 · 引爆自己的大脑

卖什么都成交，让客户无法拒绝你，快速提升销售业绩！
即学即用，最实用、最高效的销售必杀技！

中国华侨出版社

我最想学的 销售 技巧

| 销售是个技术活儿 |

陈浩◎著



中國華僑出版社

图书在版编目(CIP)数据

我最想学的销售技巧:销售是个技术活儿/陈浩著. —北京:中国华侨出版社, 2012.8

ISBN 978-7-5113-2811-3

I. ①我… II. ①陈… III. ①销售—方法 IV. ①F713.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第195135号

•我最想学的销售技巧:销售是个技术活儿

著 者/陈 浩

责任编辑/棠 静

责任校对/李向荣

经 销/新华书店

开 本/787×1092毫米 1/16 印张/18 字数/330千

印 刷/三河市杨庄双菱印装厂

版 次/2012年9月第1版 2012年9月第1次印刷

书 号/ISBN 978-7-5113-2811-3

定 价/32.00元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里26号通成大厦3层 邮 编:100028

法律顾问:陈鹰律师事务所

编辑部:(010)64443056 传真:(010)64439708

发行部:(010)64443051

网 址:www.oveaschin.com

E-mail:oveaschin@sina.com

销售不懂技巧，犹如在茫茫的黑夜里行走，永远只能误打误撞。而对一名销售员而言，最重要的销售技巧便是懂得顾客心理，从而有效地说服顾客，以心攻心，见招拆招，这样销售工作才能进入一个“知己知彼、百战百胜”的境界。

凡是拥有超强销售能力的人，总是能够在现实社会中获取令人羡慕的成功。美国一项调查表明，一般超级销售员的业绩是普通销售员业绩的300倍。在为数众多的企业里，80%的业绩是由20%的销售员创造出来的，而这20%的人也并非就是俊男靓女，也并不一定都能言善辩。唯一相同的就是他们都拥有迈向成功的方法，尽管方法不相同，但有其共同之处，那就是能洞悉客户心理。

怎样才能知道客户是否对产品产生兴趣，又如何读懂客户的暗示呢？这些都是销售中要解决的心理问题。在谈判过程中，销售员要练就察言观色、洞察人心的能力，善于从客户的衣着外表、言谈举止等细节上揣测客户的心理，分析客户的思想动态，然后从客户的心理需求出发，说客户喜欢听的话，推销客户需要的产品，并为客户提供满意的服务。这样才能将客户引领到我们所期望的方向，最终实现自己的销售目的。

这世间没有天才，所谓的天才只是努力，努力，再努力。正如爱迪生所说：天才=99%的汗水+1%的灵感。

所以，成功的销售很简单，关键就是掌握销售的精髓。销售的本质就是通过自己的口才说服客户，从而达到成交的目的。只要你掌握了销售的技巧和诀窍，并努力地把它运用到实际的销售中去，就能成为一个所向披靡的销售高手。哪怕是刚入行的新人，也一样能够成为一流的人才。

销售就是一场心理战！销售就是心与心的较量！所以，要想在销售中提升你的销售业绩，就一定要懂得察言、观色、攻心，真正明白心理学对销售的重要性，才能成为销售行业中的佼佼者。

值得一提的是，大部分销售人员总是对销售技巧的提高特别有兴趣。然而在销售的过程中，有80%的问题来自于销售人员自身的心态，纵使解决了销售技巧的欠缺，也只是治标不治本。要培养出一个王牌销售人员，最重要的是使他树立正确的销售心态，否则便是“皮之不存，毛将焉附”了。

为此，我结合销售实践和最新心理学研究成果创作了这本非常实用的工具书，对销售人员在销售过程中的不同阶段、消费者的不同心理以及销售人员应该怎么去面对顾客等方面的内容都作了详细的介绍，对销售人员的实际工作有实际的指导作用。在创作过程中，我参考并采撷了大量生动的实际事例，按照现代销售活动的先后程序和行为步骤，从演讲学、心理学、交际学、舆论学、传播学、公共关系学等诸多方面出发，全面分析了现代销售活动的基本要素与法则，这也是成功销售的精髓。

如果你是一位初涉销售行业的新手，请你千万不要彷徨和恐慌，本书为你提供了坚实的后盾，它能把你领进自信的殿堂，它能使你的业绩高涨辉煌，使你成为销售高手的美梦成真。

陈 浩

2012年9月

目录 CONTENTS

THE SALES SKILLS WHICH I WANT TO LEARN MOST

第一部分

打造你自己：什么样的选择决定什么样的人生

这是一个充满竞争的时代，只知道挥洒汗水的劳动已经无法获得更大的成就。只有懂得如何更好地去工作，善于用智慧和知识充实自己的头脑，使你具有更加广泛的影响力，你方能更加容易成功。事实上，对于产品销售人员而言，其工作性质并不仅仅是在销售产品，更是在推销自己。

►► 第一章 推销产品，从推销自己开始

选择销售就是选择成功，以销售职业为荣 / 002

推销产品，其实就是在推销你自己 / 006

超越自我，目标决定高度 / 009

良好的第一印象，就是成功的开始 / 012

诚信让你的推销之路走得更远 / 016

展示你灵活聪慧的应变力 / 019

塑造自我才能，表现出色 / 022

自信，方能赢得客户认可 / 024

自我肯定，做真实的自我 / 028

►► 第二章 销售人员应具备的心理素质

做自己情绪的主人 / 031

“好脾气”创造好业绩 / 034

我最想学的销售技巧

THE SALES SKILLS WHICH I WANT TO LEARN MOST

中国销售培训网 中国销售培训网 中国销售培训网 中国销售培训网 中国销售培训网

- 练就时刻都能保持微笑的豁达 / 037
- 鼓起勇气，战胜怯场 / 040
- 拒绝悲观，销售行业勇者生存 / 043
- 用毅力和耐力自我挑战 / 047
- 练就“厚脸皮”，推销人员就是在推销自己的勇气 / 050
- 失败不过是离成功更近一步 / 052
- 积极营造让客户无法抗拒的强大气场 / 056

第二部分

客户是谁：找准客户的利益需求点

菲利普·科特勒说过：“销售就是发现还没有被满足的需求并去满足它。要想有个好的结果，就得在找准市场需求点上下工夫。通俗点说，就是知道客户真正需要什么，同时用比竞争者更好的方法满足客户的需求。”

▶▶ 第三章 解读购物奥秘：读懂顾客的心理需求，做到投其所好

- 摸清顾客的需求心理 / 060
- 顾客关心的是自己的利益 / 063
- 人人都想享有“贵宾”待遇 / 066
- 顾客对销售人员的警戒心理 / 068
- 顾客都有害怕被骗的心理 / 070
- 每位消费者心中都有一个价格 / 074
- 顾客的“从众”心理 / 076
- 顾客的时髦与名牌心理 / 079
- 顾客都想拥有物美价廉的商品 / 081
- 掌握顾客你不卖而他偏要买的逆反心理 / 084
- 顾客都有渴望被关怀的心理需求 / 087

►► 第四章 读懂顾客的非语言信号：身体语言中藏着心理学

- 小动作“出卖”顾客大心理 / 090
- 眼睛就是顾客赤裸裸的内心 / 092
- 眉语，是顾客的第二张嘴 / 094
- 读懂顾客的手部动作 / 097
- 顾客脚部动作泄露出的小秘密 / 100
- 顾客坐姿中蕴藏的玄机 / 102
- 读懂顾客的几种笑语 / 105
- 从空间距离测量顾客的心理距离 / 107
- 从吃的习惯了解顾客的个性 / 110
- 从饮酒的习惯把握顾客的心理 / 112
- 从抽烟的习惯看顾客的性格特征 / 114

第三部分

谈话的艺术：做最好最有力的销售陈述

俗话说：“好胳膊好腿，不如一张好嘴。”真正的销售高手都懂得像医生那样对客户“望闻问切”，善于揣摩客户心理，用客户的方式说话。他们更深知倾听胜过夸夸其谈，客户的话是一张藏宝图，顺着它就能找到宝藏！销售失败并不是因为你说错了什么，而是因为你听得太少。

►► 第五章 运用语言艺术，让开场白不再尴尬

- 口才才是完美沟通的法宝 / 118
- 好的开场白是成功的一半 / 121
- 准确把握与顾客进行寒暄的尺度 / 125
- 少说“我”，多说“我们” / 128
- 用有效话题打破冷场 / 131

专业术语让客户如坠云里雾里 / 134

滋润枯燥话题，制造和谐的谈话氛围 / 136

学会有效倾听，不做滔滔不绝的“独白者” / 137

销售人员绝对不该说的9类语言 / 140

▶▶ 第六章 在谈判中“俘虏客户”

声东击西，介绍产品有技巧 / 145

多让顾客说肯定的话 / 147

读懂客户口中“考虑考虑”的真意 / 150

学会倾听客户的话 / 153

有技巧性地表达赞美之辞 / 156

销售就是为了说服，唤起客户对产品的兴趣 / 159

以电话调查的方式来推销 / 162

强卖不可取，要给顾客讲与商品相关的故事 / 163

第四部分

销售心理：成功销售，赢的就是心态

古代那些能成为皇帝宠臣的人，基本上都具有非常独特的察言观色的本领，他们通常能够通过皇帝的只言片语，甚至一个不经意的表情就能够判断出皇帝想听什么话，从而读懂皇帝的心思。同理，客户就是销售人员的“皇帝”，如果你不能一眼看穿客户的心理，就不能很好地达到销售的最终目的。

▶▶ 第七章 读懂顾客性格：

一眼看穿顾客的心理弱点，给他一个掏钱的理由

随和型顾客心理：他需要你的感动 / 166

专断型顾客心理：用你的真诚和为人处世的小技巧打动他 / 169

- 爱慕虚荣型顾客心理：赞美是屡试不爽的秘密武器 / 171
- 精明型顾客心理：他能否得到实在的优惠呢 / 175
- 外向型顾客心理：喜欢就买，求你不要啰唆 / 178
- 炫耀型顾客心理：炫耀型消费就是你的天然好机会 / 180
- 内敛型顾客心理：他能否真切体会到你的真诚 / 183
- 分析型顾客心理：直到他挑不出毛病 / 186
- 犹豫不决型顾客心理：他真的需要你的建议 / 188
- 标新立异型顾客心理：他需要的就是个性 / 191
- 墨守成规型顾客心理：他得弄明白到底有何用途 / 194

►► 第八章 把握心理战术：你应当知道的心理学效应

- 焦点效应：把顾客的姓名放在心中 / 198
- 情感效应：用心拓展你的顾客群 / 201
- 互惠效应：先付出一点让顾客产生亏欠感 / 203
- 老虎钳效应：你再加点生意就成交 / 206
- 蚕食效应：一点一点促进生意的成交 / 208
- 权威效应：顾客往往喜欢跟着“行家”走 / 211
- 稀缺效应：短缺会造成商品的价值升值 / 213
- 折中效应：拒绝贪婪，细水才会长流 / 216
- 人性效应：比商品更重要的是人性 / 219
- 退让效应：让顾客感到内心难安的让步 / 222
- 创新效应：打破常规，出奇制胜 / 224

第五部分

绝对成交：成功其实就差这一步

很多人感叹：“销售越来越难做了。”然而，在同一时代却不断涌现

出新的金牌销售人员。他们为什么会成功？是他们幸运吗？绝对不是！而是那些卓越的销售人员知道如何读懂顾客所关注的那些细微之处，所以他们成功了！学习和掌握他们的销售技巧，在平时多加训练，你的成功指日可待！

►► 第九章 读懂顾客关注的细节：让顾客和你做永久的生意

巧妙预约是成功的第一步 / 228

掌握自己产品的相关信息 / 231

满足需求，让顾客觉得物有所值 / 236

以优质的服务俘获顾客 / 239

善用礼节润滑剂，你的礼仪价值百万 / 242

商品的恰当摆放可以激发顾客的购买欲 / 244

出奇制胜，在好奇心上做文章 / 248

销售工具箱，道具不可少 / 250

▶▶ 第十章 拉近与顾客的心理距离就能赢得顾客

假如这是你的钱，你会怎么做 / 253

全面了解客户需要，帮助消除客户的顾虑 / 257

设定客户期望值，以实物抓住客户的兴趣点 / 259

迎合客户的兴趣，积极营造客户的需求氛围 / 263

最有力的销售武器是情感 / 266

耐心倾听客户的抱怨 / 269

用正确的态度对待顾客的投诉 / 272

即使顾客无理，也不能失礼 / 275

第一部分

打造你自己： 什么样的选择决定什么样的人生

这是一个充满竞争的时代，只知道挥洒汗水的劳动已经无法获得更大的成就。只有懂得如何更好地去工作，善于用智慧和知识充实自己的头脑，使你具有更加广泛的影响力，你方能更加容易成功。事实上，对于产品销售人员而言，其工作性质并不仅仅是在销售产品，更是在推销自己。

第一章 推销产品，从推销自己开始

选择销售就是选择成功，以销售职业为荣

作为一名销售人员，最基本的要求就是一定要以一种端正的心态来对待自己所从事的职业，否则你将很难做好自己的工作。心态决定命运，销售工作本身极富挑战性，是对销售人员心理素质的全面考验。当销售人员面对不同的客户时，不论客户怎样说，销售人员必须要对自己所从事的职业有一个较为理性的认识，认识到自己工作的价值和意义，体会到为目标而努力奋斗的乐趣，从而全身心地投入到自己的工作中去。

实际上，许多销售新人虽然敢于迈出推销生涯的第一步，但直接面对客户、与其进行交流时就会表现得坐立不安、手足无措、语无伦次。为什么平时谈笑风生的销售人员，一旦与客户交谈起来却变成了这个模样呢？这其实就是他们的自卑心理在作祟，他们从内心深处认为销售是一个卑微的行业，干销售是一件很没面子的工作。销售新人在客户面前过于谦卑是非常普遍的现象。他们常常这样想：如果我不对客户尊敬有加，如果我不是每时每刻都顺着客户的话去讲，客户就不会下订单，不会买我的产品了。

其实，这样想是对销售工作的误解。销售与其他行业一样，只是具体的工作内容不同。销售人员不是把产品或服务强加给别人，而是在帮助客户解决问题。你是专家，是顾问，你和客户是平等的，甚至比他们的位置还要高些，因为你更懂得如何来帮助他们，所以你根本没必要在客户面前低三下四。要知道，你看得起自己，客户才会信赖你。

而且，在销售行业中最忌讳的就是在客户面前卑躬屈膝。如果你连自己都看不起，别人又怎么会看得起你呢？如果你表现得懦弱、唯唯诺诺，根本就不会得到客户的好感，反而会让客户大失所望——你對自己都没有信心，别人又怎么可能对你销售的产品有信心呢？

有一名销售新人向一位经理推销电脑，其间不断讨好对方，这让经理十分反感。经理看了看电脑，觉得质量不错，但最终并未购买。经理说：“你用不着这样谦卑，你推销的是你的产品，而不是同情。你这样子，谁还会信任你、买你的东西呢？”

由此可见，低三下四的销售姿态，不但使商品贬值，也会使企业的声誉和自己的人格贬值。作为一名刚刚涉足销售行业的新人来讲，不管面对什么样的客户，都不要认为销售是一种丢面子的工作。应该保持不卑不亢的态度，至少应该与客户平等相待，只有这样，才能从根本上赢得客户。

郑小姐是一位刚刚毕业的大学生，应聘到某面点公司，成为一位销售新人，经过短短一个星期的培训，就被派到广东当理货员。

我们经常看见超市的货架大都摆得整整齐齐、有条不紊，那些热销、便宜的商品通常会放在最显眼的位置，其实这些都是各家厂商理货员的功劳。靠近门口的货架、多层货架上接近视平线的那几层、店堂里位置显眼的货架，全都是像郑小姐这样的理货员争抢的对象。货架位置越“显眼”，种类越繁多，摆得越有条理，就越容易激发消费者的购买欲望。销量提高了，超市才会多进你的货，才愿意让你的产品长期放在最显眼的位置。

第一次，郑小姐走进一家很小的便利店。面对货架前那个染黄发的女店员冷冷的面孔，她磨蹭了半天就是不敢开口：要不要称呼她“小姐”啊？会不会年纪太大了……如果称呼她“阿姨”，万一她生气了怎么办？……

经历了一番思想斗争，郑小姐终于慢腾腾地来到她面前，嗫嚅着说：“你好，我是××面点公司的。”女店员转过头来，瞪了她一眼问：“什么事？”“我，我来看一下我们公司的……”“有什么好看的！”没等郑小姐说完，女店员就很不礼貌地把头扭了过去。

郑小姐的脸一下子红了，最后她把心一横，滔滔不绝地说起来：“你们的货架有些凌乱，商品的种类比较少，如果多进一点我们的商品对你们也有好处……”她说得口干舌燥，女店员却连正眼都不瞧她一下，周围几个女店员都表情冷漠地看着她，郑小姐羞愧难当……

接下来的几天里，郑小姐又跑了十多家店，都是这种“没面子”的结局。她的心里有些不舒服了：我是名牌大学毕业的，凭什么要干这种没面子的

工作？
当她在电话里把这种想法告诉公司经理时，经理的一番话启发了她：“销售不是一种卑微的工作，销售人员与其他人一样，都是用自己的努力实现自我价值。你千万不要灰心丧气，只要坚持下来，肯定会取得优秀的业绩。”

郑小姐经过仔细琢磨，觉得经理的话非常正确。是的，销售是自我价值的深刻体现。销售是自我的再生产，是创造一个新自我的过程。

从那以后，郑小姐每周都要光顾那些小超市几次，时间久了也摸索出一些经验：前几次只是互相熟悉一下，一般只和人家说几句“你们挺辛苦的吧”、“这里的小偷多吗”之类的话。那些店员表面上很难缠，实际上也觉得工作有些无聊，时间一长，便与郑小姐成了“老朋友”，接着就会把店里的情况一五一十地告诉郑小姐。

这样，半年的时间过去了，那个城市的20多家超市中的“黄金”货架上便摆满了郑小姐所在公司的产品。

对于销售人员来说，不管是高层的销售经理，还是底层的业务代表，其所从事的销售工作都是有着深刻的意义的。

每个人都希望发挥自己的才能，为自己的梦想而努力，这既是人们实现自我的一种心理需要，也是一种对人生价值的追求。对于销售人员来说，既然从事了这种职业，就应该全身心地投入进去，用努力换取应有的回报。

陈峰、刘斌、王强大学毕业后同时进入某公司，成为公司的销售代表。

陈峰很喜欢自己的这份工作，并做了长远规划。他把销售工作当做自己的事业来做，总是在实践中不断地认真学习和提高自己的能力，他还经常花费双倍的时间、精力来解决销售环节中出现问题。

刘斌工作非常踏实，他也迫切渴望在工作上做出成绩，以获得领导的赏识。但他有时也喜欢偷懒，偶尔会寻找各种借口来逃避责任，但是总体上还是对自己要求比较严格的。

王强则对这份工作缺乏热情，他只是把工作当做一种谋生的手段，只是按照公司的规定办事，一种混日子的态度，终日昏昏沉沉地过着。

10年过去了，三个人的境况大不相同。陈峰因为能力过人、业绩突出，一路升职，现为最初应聘的那家公司的销售总裁；刘斌后来跳槽，被一家公司聘为销售部经理；而王强却一事无成，依然落魄，没有一点成就。

俗话说“不想当将军的士兵不是好士兵”，这体现的是一种实现自我价值的心理。工作除了可以使人得到应有的报酬，即获得物质资料外，还能够使人得到精神上的满足。

金牌销售人员的创业经历告诉我们，搞销售工作并不丢人，它只不过是一种职业，只要放下自己的架子和面子，摆脱虚荣心理的束缚，品尝到销售成功的时刻就不远了。

销售技巧：

销售是一种服务性的职业，可以给客户带来方便，同时销售人员也在销售

中获得客户的认可和尊重。尽管在工作中，销售人员会碰到各种各样的挫折和打击，但是如果努力征服这些困难，反而会获得更大的成就感。而这也是销售人员必须要明白的道理。

推销产品，其实就是在推销你自己

从心理学角度分析，人们从心理上首先接受的往往是推销者本身，然后才会考虑你的产品。这也是很多销售行家的经验。

实际上，销售活动是由销售人员、客户以及商品三方面要素共同构成的。客户要购买商品，而销售人员则是连接客户和商品的桥梁。通过销售人员的介绍，使客户得到更多关于商品的信息，从而做出判断，决定买还是不买。而在这个过程中，虽然客户是冲着商品而来，但是客户最先接触到的却是销售人员。如果销售人员彬彬有礼、态度真诚、服务周到，客户就会对其产生好感，很有可能进而接受其推销的产品；相反，如果销售人员对客户态度冷淡、爱答不理、服务不到位，客户就会很生气、很厌恶，即使其产品质量很好，客户也会排斥。

销售强调的一个基本原则：推销产品之前，首先要推销你自己。所谓对客户推销你自己，就是让他们喜欢你、相信你、尊重你，并且愿意接受你。换句话说，就是要让你的客户对你产生好感。很多时候，销售人员就像是一件又一件的商品，有的相貌端正、彬彬有礼、态度真诚、服务周到，是人见人爱的抢手商品，所有的客户都喜欢；有的衣衫不整、粗俗鲁莽、傲慢冷淡、懒懒散散，就会令客户讨厌，甚至避而远之。

实际上，销售与购买其实是销售人员与客户之间的一种交往活动。既然是交往，只有彼此之间产生好感，相互接受，才能够继续发展下去，并建