

# TOP

# 顶级销售员

攻心说服是一门艺术，用最动人的语言敲开客户的心门；  
攻心说服是一门科学，用最合理的逻辑消除客户的疑虑；  
攻心说服是一门技巧，用最恰当的方式实现销售的目标。

# 攻心说服术

立竿见影的攻心说服技巧

经典  
珍藏本



如愿以偿的攻心说服效果

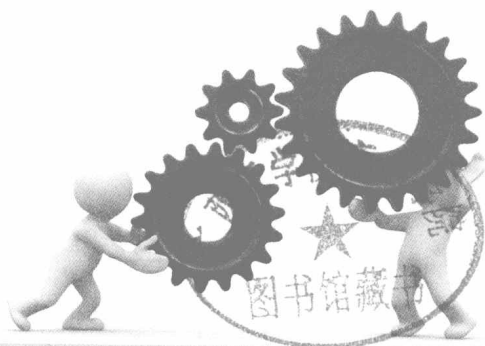
成果◎编著



中国纺织出版社

# TOP

## 顶级销售员 攻心说服术



成果◎编著

经典  
珍藏本

d 247860

广西工学院鹿山学院图书馆



d247860



中国纺织出版社

## 内 容 提 要

销售就是察言、观色、攻心、说服。

话不在多,“攻心”最重要!攻心说服术是一种洞察客户心理、赢得客户信任的技巧,通过说话及心理沟通打开客户的心扉,从而让客户在不知不觉中信任销售员,接受销售员的建议并采取行动。

本书全面而详细地介绍了销售员攻心说服客户的各种技巧,为销售员提供了一套简单实用的攻心方法。这些技巧方法一学就会,一用就见效,是广大销售人员提升业绩、获得晋升的好帮手。

## 图书在版编目(CIP)数据

顶级销售员攻心说服术/成果编著. —北京:中国纺织出版社, 2010. 11

ISBN 978-7-5064-6822-0

I. ①顶… II. ①成… III. ①销售—商业心理学  
IV. ①F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 177113 号

---

策划编辑:李秀英 丁守富 责任编辑:宗静 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](mailto:faxing@c-textilep.com)

三河市航远印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2010年11月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:17

字数:244千字 定价:29.80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

有效地说服客户是从事销售工作的人员所面临的难点和要点。其实，销售的本质就是说服客户购买你的产品，其他的一切活动都是围绕这个本质来进行的。而要有效地说服客户，就要了解客户的所思所想；掌握了客户的心理活动，才能一语中的。如果能把话说到客户的心坎上，能攻克客户心中的“堡垒”，那么销售所面临的问题就会迎刃而解。因此，作为销售员，就必须掌握攻心说服术。

要说服客户，话不在多，“攻心”最重要！销售攻心说服术是一种洞察客户心理、赢得客户信任的技巧，通过说话及心理沟通，打开客户的心扉，从而让客户在不知不觉中就信任销售员，接受销售员的建议，并采取行动。

然而，在现实的销售工作中，常常有销售员面临如下尴尬的境遇：  
有的销售员笨嘴笨舌，还没有和客户说几句话，客户就找借口离开了；  
有的销售员滔滔不绝，妙语连珠，可是客户却无动于衷；  
有的销售员和客户交谈甚欢，可却功亏一篑，不能最终成交；  
有的销售员说话不分场合地点，不知不觉得罪客户；  
有的销售员面对客户的异议时，或与客户争辩，或束手无策；  
……

面对这些状况，有的销售员会抱怨：是公司的产品没有竞争力，是市场竞争太激烈了，是客户太难伺候，是目前经济不景气……

其实，这些都是不懂攻心说服术的表现。这也是优秀销售员和平庸销



售员的最大区别。古人说：知己知彼，百战不殆。优秀的销售员会不断地研究客户的心理，探索人性的弱点，寻找说服客户的突破口。这样，他们才会抓住机会，说服客户签单或者成交。而平庸的销售员只会找借口，为自己推脱责任。

作为一名销售员，不能说服客户的原因主要在于你自己。现在已经进入买方市场，所以销售员不仅应对自己的产品了解透彻，而且还需要深刻地了解客户的心理，运用有效的攻心技巧获取客户的认同和信任，才能实现产品的销售。当然，明白了在销售工作中攻心说服的重要性，还要知道具体该如何去做。

本书全面系统地向读者介绍了攻心说服术的重要意义，客户惯常的消费心理，销售员必须具备的攻心说服的能力，如何通过提问洞悉客户的心理，如何有效地突破客户的心理防线，如何读懂客户的身体语言，如何巧妙地为客户设置心理“陷阱”，如何排除客户的异议，如何提高客户心理满足感，让其成为回头客……内容丰富又实用。

本书全面而详细地介绍了销售员攻心说服客户的各种技巧，为销售员提供了一套简单实用的攻心方法。这些方法技巧一学就会，一用就见效，是广大从事销售工作及相关工作的人员提高业绩、获得晋升的好工具。

## 目录 Mu Lu

### 第一章

#### 懂攻心术销售如坐电梯，不懂攻心术销售如爬楼梯

销售就是一场心理博弈。可以说，一切销售活动，本质上都是人与人之间的心理较量，是销售员与客户之间的心理博弈。常言道：知己知彼，百战不殆。因此，如果销售员能洞悉客户的心理，掌控客户的心灵密码，懂得攻心的技巧，那么说服客户、让客户购买商品就会变得简单而容易。

销售就是“心”与“心”的较量 /3

不懂心理学一定做不好销售 /4

话不在多，“攻心”最重要 /6

销售商品前，要先推销自己 /8

人性，你到底了解多少 /10

攻心说服术并非是不光彩的阴谋术 /12

### 第二章

#### 要攻心先知心，客户惯常消费心理快速扫描

知己知彼，方能百战不殆。因此，销售员要想说服客户，赢得客户，

首先就要了解客户的惯常消费心理。如果销售员不能了解客户的心理，那就无法采用正确的销售方法，这样无的放矢，失败是难免的。

- 每个客户都想享有VIP待遇 /17
- 客户都有怕上当受骗的心理 /19
- 客户都有占便宜的心理 /23
- 掌握客户的逆反心理 /26
- 男女心理有“别”，区别对待是上策 /29
- 利用顾客的冲动心理，使你的财源滚滚而来 /32
- 不同人群消费心理的分析 /34
- 摸清客户消费的心理阶段 /36
- 探寻客户消费需求的“WH”法则 /38

## 第三章

### 打铁也要自身硬，销售员必备的攻心说服能力

作为销售员，要想抓住客户的心理，说服其购买产品，就必须拥有良好的素质，具备一定的能力，如坚强、热情、勇敢、永不放弃、责任心等。这些素质和能力是销售员内心真正的动力，能促使销售员不断前进，最终获得成功。

- “脸皮厚”不是耻辱，而是一种能力 /45
- 给心灵淬火——经受拒绝的考验 /47
- 学会忍耐，才能控制客户的情绪 /49
- 克服自卑感消除对成功人士的恐惧心理 /51
- 想说服客户，先练就卓越口才 /54



|                  |     |
|------------------|-----|
| 销售的真谛就是坚持不懈、永不放弃 | /58 |
| 练就“一笑了之”的豁达心态    | /61 |
| 热情是销售员不可或缺的态度    | /63 |
| 对客户负责，最终是对自己负责   | /66 |

## 第四章

### 精心设计你的问题， 会问的结果是“成”，不会问的结果是“败”

提问是打开客户心灵、了解客户需求和真实想法的一把金钥匙。因此，作为销售员，要学会用各种方式向客户提问。或明知故问，“对症下药”；或旁敲侧击，因势利导。而且，提问要有针对性，要围绕提问的目的提问，问要问到点子上。掌握了提问的艺术，就等于掌握了大部分的销售艺术。

|                  |     |
|------------------|-----|
| “会问”比“会说”更重要     | /73 |
| 问得越多，销售成功的可能性就越大 | /76 |
| 根据客户最关心的问题提问     | /81 |
| 向客户提问的方式一般有哪些    | /85 |
| 如何有效地提出你的问题      | /87 |
| 要尽量进行开放式的提问      | /89 |
| 问题必须切中实质，不要无的放矢  | /91 |
| 要会提问，更要会倾听       | /94 |





## 第五章

### 突破客户心理防线，这样说、这样做客户才会信任你

消除客户的疑虑，获得客户的信任是说服客户成交的前提。因为没有人会购买自己不相信、不信任的产品。因此，销售员必须从自身形象、态度、行动等方面不断地改进和提高，拉近与客户之间的心理距离，打破心与心之间的隔阂。

- 获得客户认可，你的形象价值百万 /99
- 微笑是融化客户内心坚冰的阳光 /102
- 选择客户感兴趣的话题，使对方产生亲近感 /104
- 记住客户的姓名可以拉近彼此的距离 /107
- 对客户多说“我们”少说“我” /109
- 不要曲解“把客户当上帝”的意思 /111
- 幽默一点，少说枯燥的话题 /113
- 销售时多送给客户一些赞美 /116
- 少用专业术语，否则客户会反感 /120
- 换位思考，多为客户着想 /122
- 真心为客户省钱，而不要只想着自己赚钱 /124
- 适当的寒暄是获得客户信任的润滑剂 /126
- 这些话一定不能对客户说 /129

## 第六章

### 5秒钟读懂客户身体语言，小动作“出卖”客户大心理

学会观察客户的身体语言，是销售员攻心说服客户的必备技能。其实，客户的身体语言往往比口语更能反映客户的真实想法和心理。因此，销售员可以通过观察客户的眼神、声音、手部动作、坐姿等情况，来准确地把握客户的心理，采取相应有效的方法，促成最终的销售。

- 身体语言比口语更真实 /135
- 眼神是客户心理最直接的反映 /137
- 握手可以传递出客户的心理活动 /138
- 从客户的声音判断客户的心理 /140
- 从客户的坐姿把握客户的心理 /142
- 从客户的站姿读懂客户的心理 /143
- 客户说谎时身体会有什么样的表现 /146

## 第七章

### 巧妙设置心理“陷阱”， 一学就会、一用就见效的心理学技巧

在销售的过程中，要想有效地说服客户，就必须掌握一些心理学技巧，如用一些小方法，用一些小心计，做一些小暗示，引导客户按照销售员的想法行动。当然，销售员必须要掌握度，不能太过分，不能超出法律的范围。同时，也要做得非常巧妙，否则会弄巧成拙。

- 制造悬疑，最有效地利用客户的好奇心 /153
- 欲擒故纵，利用客户“怕买不到”的心理 /154
- 让客户“骑虎难下”，不得不签单 /158
- 巧用心理暗示，引导客户的行动 /162
- 用惯性思维引导客户 /165
- 利用“因小失大”成交法促使客户签单 /167
- 以退为进，绕个弯的效果也许更好 /170
- 向客户请教，以博取客户的好感 /173
- “二选一”的策略往往非常有效 /177
- 用激将法使客户作出购买决定 /180

## 第八章

### 拿什么让客户点头，排除客户异议的攻心说服技巧

在销售的过程中，排除客户的异议是难点，也是关键点。如果能顺利地说服客户，解决客户的全部异议，那么最终的成交就会水到渠成。排除客户异议需要正确地认识和对待异议，需要了解客户心理，需要控制自己的心态……这一切销售员可以从本章中找到具体的方法技巧。

- 异议是成交的障碍，也是成交的机会 /187
- 客户通常会提出哪些异议 /191
- 倾听客户的异议而不是争辩 /194
- 挖掘客户异议背后的异议 /197
- 巧借名人之名给客户吃定心丸 /199
- 向客户重复说明某个重要信息，加深其印象 /201
- 用承诺消除客户的异议 /203



|                   |      |
|-------------------|------|
| 更深入地介绍产品          | /207 |
| 避重就轻,化解客户的异议      | /210 |
| 用适当的让步消除客户的异议     | /212 |
| 积极回应投诉,赢得客户的宽容与信任 | /215 |

## 第九章

### 提高客户心理满足度,把一次性客户变成永远的客户

给予客户愉快的购买体验,加强良好的售后服务,让客户获得最大的心理满足,这些都是赢得回头客的重要方法。要做到这些,就需要销售员具有长远的眼光和积极付出的心态。如果销售员能牢牢地抓住回头客,与客户建立长久稳固的买卖关系,那必然能保持稳定的销售业绩。

|                        |      |
|------------------------|------|
| 成交只是销售的开始,与客户保持长期联系最重要 | /221 |
| 为自己的产品或服务披上情感的“五彩衣”    | /223 |
| 交易时不要急于求成,让客户享受讨价的成就感  | /227 |
| 眼光要长远,不能做“一锤子买卖”       | /229 |
| 为客户提供最贴心的售后服务          | /232 |
| 不能向客户乱开空头支票            | /233 |
| 做好销售回访,引导客户“回头”        | /235 |



## 第十章

### 点击“攻心”经典原理，不可不知的8个销售心理效应

销售员在攻心说服客户的过程中，有一些心理学效应必须要了解，如羊群效应、稀缺效应、南风效应、首因效应等。这是一些经过大量实践检验的通用规则，对销售工作很有帮助。如果销售员能有效地掌握这些心理效应，必然能轻松自如地说服客户，使销售工作更顺利。

羊群效应：客户往往喜欢跟着熟人走 /241

稀缺效应：适当营造商品稀少的氛围 /244

南风效应：把“温暖”送给你的客户 /246

首因效应：第一印象决定你销售的成败 /248

晕轮效应：巧妙引导，让客户爱屋及乌 /251

250 效应：一个客户有可能给你带来 250 个客户 /254

三分之一效应：客户最可能在一条街上三分之一处成交 /256

凡勃伦效应：商品价格越高反而越有人买 /257

参考文献 /260

# 第一章

## 懂攻心术销售如坐电梯， 不懂攻心术销售如爬楼梯

销售就是一场心理博弈。可以说，一切销售活动，本质上都是人与人之间的心理较量，是销售员与客户之间的心理博弈。常言道：知己知彼，百战不殆。因此，如果销售员能洞悉客户的心理，掌控客户的心灵密码，懂得攻心的技巧，那么说服客户、让客户购买商品就会变得简单而容易。







## 销售就是“心”与“心”的较量

古人云：“人事之最难在于知人”。而在如今的商场中，“商事之最难在于知心”，几乎每销售出一种商品、每签下一笔订单、每推出一种新产品，都是一次商家与顾客的心理较量。

销售的过程就像是“心理拔河”，买方想获得最优惠的价格，而卖方则希望取得最大的利润。两者往往都不能真正了解对方的“底牌”。但两者有一个交集，这就是产品。围绕产品买卖双方展开心理角逐，谁最终获得胜利，谁就会达到自己的目的。对于销售员来说，要想获得的这场心理较量的胜利，就要深刻地了解客户的心理，采用不同的方法和技巧，逐渐摸清客户的“底牌”；同时捂紧自己的“底牌”。

例如，一件产品的“底牌”是10万元，销售员需要做的是用百分之百的诚意告诉客户，这个产品10.2万元价格已经是底价了。这时，大多数客户的购买决心还未确定，期望能够再优惠些。销售员可以询问客户的心理价位是多少，可能客户会告诉你是10万元。

这时，我们不要急于在价格上作出让步，而需要做的是重新阐述产品的价值，价值不仅包含产品本身的使用价值，还有为客户提供的一系列服务。当然，销售员也要给客户一个台阶下，如“经过我们的努力，争取到一个内部价格或者是集团客户价格，达到10.1万元”。此时，客户觉得离自己的心理价位很近了，其购买决心已经增加到80%了。客户可能还要讨价还价，如果客户表明10万元即能成交，那么销售谈判基本也就达成一致了，最终以10万元成交。

但是，如果销售员一开始就亮出了自己的底牌——最低价10万元，那客户心理期望就会是9.8万元，这时再想与客户以10万元成交就非常





困难了。看到这里，你也许会感觉这和小商品市场里面的“讨价还价”一样，正是如此，别小看小商品市场里面的大姐大妈们，她们不但有一流的销售口才，而且能够准确把握消费者心理。

优秀的销售员以 10.2 万元成交，比较优秀的销售员以 10.1 万元成交，一般的销售员则以 10 万元成交。这其中最为重要的原因就是攻心说服术的掌握程度。如果你不能从与客户的心理较量中胜出，那么你就只能成为一个一般的销售员，甚至一个平庸的销售员。

总之，销售产品必须精确地掌握攻心术，这样你才能在每一场“心”与“心”的博弈中过关斩将，最终获得梦寐以求的成功！

## 不懂心理学一定做不好销售

心理学与人类生活关系密切，它对人类生活起着越来越大的作用，其应用范围也在不断地扩大。特别是在销售工作中，心理学起着重要的作用，因此有人说：“一个成功的推销员一定是一个优秀的心理学家。”

21 世纪是竞争的时代，一个销售员能够取得成功，往往不是因为他聪明，而是因为他精通销售心理学。

其实每个人都是销售员，无论你从事什么行业。画家销售美感，作家销售故事，发明家销售发明，男人销售自己的才华和魄力，女人销售自己的美丽和学识……人生何处不销售！

再好的销售技能只有在了解客户心理的基础上才会发挥最有效的作用，再好的销售业绩只有在健康的心理基础上才能长久地保持。

有一个乡下小伙子到城里的百货公司应聘售货员。老板问他：“你做