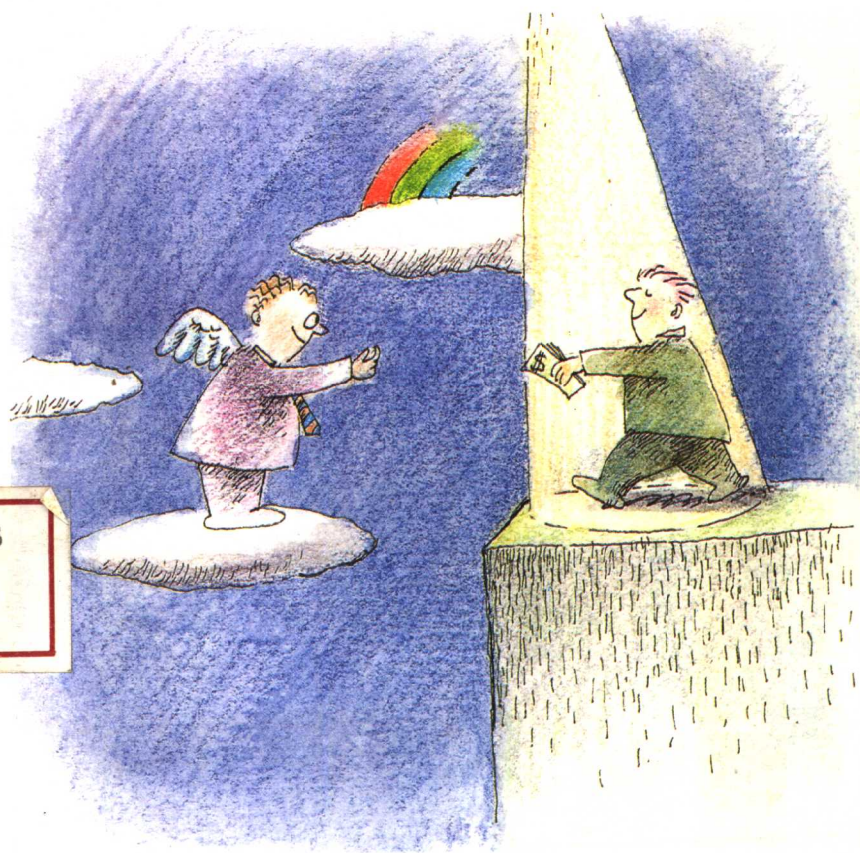


诱导顾客购买 **18**法



诱导顾客购买18法

徐根龙 编译

中国物价出版社

(京)新登字第098号

诱导顾客购买18法

徐根龙 编译

※

中国物价出版社出版发行

新华书店经销

衡水地区印刷厂印刷

※

787×1092毫米 32开 8印张 178千字

1994年1月第1版 1994年1月第1次印刷

印数1—5000册

ISBN7-80070-330-4/F·257

定价：6.00元

目 录

第一章 掌握顾客的心理	(1)
1.1 对顾客的心理战术	(1)
(1) 怎样取得顾客的信任?	(2)
(2) 怎样让顾客谈自己的情况?	(4)
(3) 怎样步入正题?	(6)
(4) 怎样对待夫妇顾客?	(7)
(5) 不要给顾客抗拒的机会	(8)
(6) 谈话内容及谈话方式要引起顾客的兴趣	(10)
(7) 怎样控制交谈气氛?	(11)
1.2 运用心理战术的原则	(13)
(1) 要适当运用自己的肢体语言	(13)
(2) 要注意各种物品颜色的运用	(14)
(3) 抓住人的定势和本性	(15)
(4) 要善于利用自然条件、气象条件	(16)
(5) 要善于利用自己的知识	(17)
(6) 用信息来讨好顾客	(18)
(7) 对待夫妇顾客的原则	(20)
(8) 对于多个顾客一起进行推销的原则	(20)
(9) 要让顾客把自己的理由和疑问说出来	(21)
(10) 满足顾客的虚荣心	(22)
(11) 对于充满幻想顾客的利用	(24)
(12) 要让顾客决断	(24)
(13) 要有自信	(25)

(14) 不要与顾客争吵	(27)
(15) 不要完全控制顾客	(27)
(16) 尽量别冒犯顾客	(28)
(17) 要持积极、乐观的态度	(29)
(18) 用话激顾客	(30)
(19) 触类旁通的心理战术	(31)
(20) 用外界来控制顾客的心态	(32)
(21) 用幽默诙谐的语言	(33)
第二章 不同顾客的不同战略方法	(35)
2.1 以个性划分顾客类型	(35)
2.2 以年龄划分顾客类型	(48)
2.3 以职业划分顾客类型	(53)
第三章 怎样增强顾客的购买意愿	(69)
3.1 打动顾客的有效方法	(69)
(1) 洽谈开始时的交谈	(69)
(2) 选择合适的洽谈地点来控制顾客心理	(73)
(3) 推销员与顾客座位的分布要有战略性	(74)
(4) 尽快消除顾客的抗拒心理	(76)
3.2 增加顾客购买意愿的增强剂	(81)
第四章 能吸引顾客的商品推销说明	(89)
4.1 商品推销说明的技巧	(89)
(1) 给顾客留适当的想象余地	(89)
(2) 要善于听取顾客的意见	(90)
(3) 找到谁是具有决定权的人	(93)
(4) 博取顾客的信任	(95)
(5) 充分发挥暗示的作用	(97)

- (6) 让顾客觉得有购买的责任…………… (99)
- (7) 调动顾客的竞争心理, 实现快速成交
的目的…………… (100)
- (8) 引起顾客对你的商品的迫切渴望…………… (102)
- (9) 强调购买商品的最佳时机…………… (103)
- (10) 利用顾客的话说服顾客…………… (104)
- (11) 向顾客冠以“最好的顾客”的头衔…………… (105)
- 4.2 把握顾客心理的几种方法…………… (107)
 - (1) 掌握顾客对商品的购买欲望…………… (107)
 - (2) 利用顾客的逆反心理声东击西…………… (108)
 - (3) 避免让顾客与他人交谈…………… (109)
- 4.3 如何使用推销技巧…………… (110)
 - (1) 掌握好与顾客的交谈节奏…………… (111)
 - (2) 巧妙地应变推销过程中出现的一些问题…………… (111)
 - (3) 尽量避免因沉默而形成的尴尬场面…………… (112)
 - (4) 利用顾客与你以前的交情…………… (112)
 - (5) 虚张声势, 让顾客产生一种立即
购买的欲望…………… (113)
 - (6) 与顾客约定时间…………… (114)
 - (7) 特殊情况下的中断谈话也可以收到好的推销
效果…………… (114)
 - (8) 从小孩的话中获取重要的信息, 以利于你的
推销…………… (115)
 - (9) 积极地在顾客面前活动…………… (115)
- 4.4 如何在顾客家中进行商品推销说明…………… (116)
 - (1) 不要一开始就谈你的商品, 让顾客看有关

商品的资料·····	(116)
(2) 不要强加于顾客, 而是让顾客自己选择·····	(117)
(3) 谈论顾客感兴趣的话题或引以为荣 的事情·····	(117)
(4) 做个顾客的好帮手·····	(117)
(5) 在顾客的家中寻找话题·····	(118)
第五章 神奇的成交法 ·····	(120)
5.1 了解顾客心里的想法·····	(120)
5.2 成交的三个主要因素·····	(123)
(1) 创造一个轻松愉快的谈话气氛·····	(123)
(2) 重点强调商品的优点·····	(123)
(3) 谦虚地对待每一位顾客·····	(124)
5.3 作一些有利于成交的询问·····	(124)
5.4 成交的技巧·····	(125)
(1) 必须准确地掌握顾客的心理·····	(125)
(2) 充分发挥图表的作用·····	(125)
(3) 最佳成交时机的掌握·····	(126)
(4) 成交过程中的“戒律” ·····	(129)
5.5 成交中的关键事项·····	(131)
5.6 如何对待不同心态的顾客·····	(136)
(1) 对待喜欢你的商品的顾客的方法·····	(137)
(2) 对待打算购买商品的顾客的方法·····	(142)
(3) 对待不愿购买商品的顾客的方法·····	(145)
5.7 成交后的注意事项·····	(151)
5.8 怎样才能成为一个好的推销员·····	(153)
(1) 赢取顾客对你的信任·····	(153)

(2) 对顾客表示关心.....	(153)
(3) 对顾客有礼貌, 尊敬顾客, 同时也要让 顾客尊敬你.....	(153)
(4) 多询问些与顾客有关的情况.....	(153)
(5) 认真听取顾客的谈话.....	(154)
(6) 留心顾客提出的要求	(154)
(7) 为顾客提供热情周到的服务.....	(154)
(8) 成交之后, 要对顾客表示感谢.....	(154)
第六章 诱导顾客购买十八法	(156)
6.1 意引成交法;.....	(156)
6.2 步步逼迫成交法.....	(158)
6.3 示范成交法.....	(160)
6.4 理论说明成交法.....	(162)
6.5 隔靴搔痒式成交法.....	(165)
6.6 循序渐进追问成交法.....	(166)
6.7 施压成交法.....	(167)
6.8 冷淡方式成交法.....	(169)
6.9 选择方式成交法.....	(171)
6.10 利诱方式成交法	(172)
6.11 机率方式成交法	(174)
6.12 抓住习惯方式成交法	(175)
6.13 携带方式成交法	(177)
6.14 变换语气方式成交法	(178)
6.15 “设置陷阱” 方式成交法	(178)
6.16 “偷梁换柱” 成交法	(180)
6.17 “假败” 成交法	(181)

6.18	“对抗方式”成交法	(182)
第七章	对待各种不想购买的顾客的方法	(184)
7.1	对待我要走了的顾客	(184)
7.2	对待没有主见的顾客	(185)
7.3	对待现在不买的顾客	(187)
7.4	对待还没有决定的顾客	(188)
7.5	对待到别处去看看再说的顾客	(189)
7.6	对待“如果是××公司，我就买”的顾客	(190)
7.7	对待“我这么老了，要这有什么用” 的顾客	(191)
7.8	对待有急事的顾客	(192)
7.9	对待已经买过商品的顾客	(194)
7.10	对待还没考虑购物的顾客	(194)
7.11	觉得价格高的顾客	(196)
7.12	对待“为什么认为我非买不可”的顾客	(197)
7.13	对待买不起的顾客	(198)
7.14	对待“我刚结婚”的顾客	(199)
7.15	对待需向经理请示或与律师商谈的顾客	(200)
第八章	怎样才能成为一个优秀的推销员	(203)
8.1	推销工作的要领	(206)
(1)	推销自己喜欢的产品	(206)
(2)	不能被钱冲晕了头脑	(207)
(3)	保持心静	(208)
(4)	相信自己	(210)
(5)	从失败之中锻炼、学习	(212)
(6)	自我责备	(215)

(7) 永无止境地学习.....	(217)
(8) 保持健康的心态.....	(219)
(9) 不要使自己处于紧张状态.....	(221)
(10) 不能使自己的意志消沉	(222)
(11) 要相信自己	(223)
(12) 作好应战准备	(227)
(13) 勇往直前	(228)
(14) 好好休息, 养精蓄锐	(229)
8.2 与人相处的十项要诀.....	(231)
(1) 关心顾客.....	(231)
(2) 不挖他人“墙脚”	(231)
(3) 不要隐蔽商品的缺点.....	(232)
(4) 给人一个良好的第一印象.....	(232)
(5) 理解顾客.....	(233)
(6) 使顾客佩服你.....	(234)
(7) 做好记录工作.....	(234)
(8) 与别人合作.....	(235)
(9) 果断行事.....	(236)
(10) 怎样处理交易上的低潮	(237)
8.3 推销员自我修养十八要诀.....	(238)
8.4 如何培养耐性.....	(244)
8.5 推销员的远大目标.....	(245)

第一章 掌握顾客的心理

推销过程中，哪些问题是整个交易成败的关键？

我曾经多次问了一些成功推销员这样的问题，有 81% 的推销员这样回答了我：

“如何掌握顾客的心理，是整个交易成败的关键。在洽谈时，要灵活掌握顾客的心理，采用研究过的对策进行商品推销说明，使对立的双方产生协调、合作，最后达成交易的成功。”

1.1 对顾客的心理战术

对顾客的心理战术是推销时的基本方法之一。

心理战术就是推销员在洽谈前通过各方面的了解，经过研究顾客的个性、业余爱好及他的性格特点等，然后总结出应如何掌握顾客的心理，控制顾客的心理，以便更好的促进交易的成功。

外界的许多因素，突然因素，不利于顾客的事和物都能影响交易双方的情绪，也就是心理，使得双方情绪不佳，影响二者的合作和洽谈，甚至影响交易的成败。

例如：当推销员与顾客洽谈时，突然窗外一小孩踢球，把窗玻璃踢碎了。由于这突然的事件，使本来热心、积极的双方烦躁不安，再加上要解决这件小事，而影响双方的情绪，从而影响交易是否能继续下去。

从以上例子可看出，推销员在选择洽谈地点、时间时要好好计划一下，尽量要适合顾客的口味，同时要不受外界的

干扰，尽量要安静。

选择地点也是一门技巧，有时也可影响对方情绪（没有外界因素条件下）。如你自己选地点时，选的是自己特别熟悉的，而对于顾客则比较陌生，这对于推销员自己来说，在此地就有一种安全感，有所依赖感；对于顾客则觉得有点担心，这种担心会导致恐慌，至少是心理上有些不平衡，就有一种要依赖，要信任的感觉。当推销员充满信心地对他进行商品推销说明后，只要适合顾客，则顾客就由于环境陌生，会对你产生信任感，这也就是顾客的心理控制在推销员手里了。这就是选择地点的技巧。所以，在选择地点时，要通过小心思考之后再决定。

对于时间的选择，也要有所考虑，尽量选择你没事的时候，因为洽谈前后，如果你有别的事，或者洽谈前有什么事干扰了你，使你的情绪不安，或者有点消极，这都可能影响双方的交易成败。

选择时间和地点是推销员与顾客进行洽谈前的准备工作，也可说是心理准备工作，这是推销的开始，故应当仔细考虑。来一个开门大吉。“万事开始难”，也就要求推销员尽量化难为易，把事情办好。

运用心理战术时，自己必须先控制住自己的情感，然后再运用心理战术应付顾客。控制自己的情感就是要在受到外界干扰出现烦躁情绪时，自己应先积极控制，然后再适当转变与顾客的气氛。也就是说，自己要控制双方气氛，控制顾客心理，首先就必须控制自己的感情。

以下就是使用心理战术使顾客购买成交的一些方法：

（1）怎样取得顾客的信任？

取得顾客的信任是购买成交的一个关键环节，也是推销过程的第一个阶段，是整个过程的开始，是基础。

打好基础，才能由平地起高楼，只有取得顾客的信任，才能谈及成交与否。如果顾客不信任你，不信任你的商品，那交易就不会成功。

只有取得顾客的信任，才能使顾客相信你商品的质量，才能相信推销员所说的优点，才能相信推销员会解决他的困难，也就会使顾客说出自己不想购买的理由，这样推销员才能为其一一解决，直到解决完为止。这时，成交也就不成什么问题了。

取得顾客的信任有以上这些好处，对于交易的成败有这么大的关系，那么怎样才能取得顾客的信任呢？

取得顾客信任的前提就是与顾客聊天，套近乎。就应当由陌生到相互有所了解，最后才能相互信任，直至到相互交个朋友。

在洽谈生意前，应先与顾客交谈一些各自的情况。为了积极打消顾客与推销员之间的隔阂，就应当先介绍一下自己，先对顾客介绍自己的背景，生活情况，对自己职业的看法，或者再谈一些热门话题。这样就可以打消顾客对你的防御心理，使双方交谈热烈，使彼此更为亲近，更容易使双方合作，使气氛适合于交易的成功。

有时当你谈了自己的情况后，顾客会有一种看不起你的心理，觉得你只是一个可交谈的推销员。如果你从他的表情看到这一点后，不要太担心，因为对于第一次交谈，希望的应该是“让顾客轻视你，但你要重视任何一个顾客。”这应当立为你的座右铭。因为这句话道出了一定的哲理。

如果让顾客轻视你后，你对于他所说所做，就很容易使他相信，就很容易落入你的计划中。因为他轻视你，使你对他太放松了，没有了警惕，你较容易与他们达成交易。

其二就是不要轻视任何一个顾客，对于每一个顾客都应当积极应付，对于每一个顾客都应充满十二分的警惕，十二分的斗志。否则，可能由于你的一个小疏忽而酿成大错，使交易失败，使你们公司遭受一些不必要的损失。

对于顾客，不要以貌取人，不要对任何顾客轻视，应当慎重地对待他们每一个人。否则也会酿成大错。

当你与顾客有了一个亲近的接触之后，为了取得顾客的信任，你应当先告诉顾客一些自己的私事（不一定全是实话）。这样一来，顾客会认为你已经把他当作熟悉的朋友看待了，他就会受宠若惊。为了对你的报答，他也会和你说一些他的私事，这一现象就表明了他已把你当做了朋友，至少也有了好感，这顾客对你就会产生信任，就为以后的进程打好了基础。

（2）怎样让顾客谈自己的情况？

本节主要讲对顾客的心理战术，为了了解顾客的心理，就必须对顾客的个性、性格、喜爱等方面有所了解。为了这方面的了解，你就必须摸清情况，除了在洽谈前对顾客及顾客的朋友、儿女进行调查了解外，还应当在洽谈进行前的一段交谈中，验证或了解顾客的这些方面的情况。

为了了解这方面的情况，就应当让顾客自己把自己的情况、私事告诉你，然后研究，才能有所对策。

怎样才能使顾客把自己的情况、私事告诉你呢？

首先把你的情况及一些私事告诉他，并且态度要认真，诚

愚。否则，你如以随随便便的态度说出你的事，顾客会认为你是一个轻浮的人，对于你那些所谓的私事就不会太相信，当然也就不会告诉你他的情况了。因为顾客是不会随便就告诉你他的情况的。

只要你对顾客诚恳、热心。顾客也会对你认真、热诚的。这就是将心比心嘛。这时，顾客不仅会把他的情况告诉你，有时还会把自己从没说过的隐私告诉你这个对他来说的陌生人。

人们就爱告诉一个不相识的人自己许多隐私，因为他们认为你这个陌生人与他，一分别后就会各奔东西了，他就会象对石头、树木倾诉隐私一样告诉给你，这是人的本性。这样对他来说会产生一种轻松感。

顾客有时也是这些人们中的一员，只要他有许多心事需要倾诉，只要你对他诚恳地诉说自己一些私事，他会告诉你的，这也是一种让顾客说出自己心理话的一种心理战术。

只要顾客对你产生信任，当推销时，他也会把心里不想买的理由象上面一样告诉你，因为他认为你是一个可靠的人。

当顾客身边有别的人时，也要与之交谈，不要冷落了他。因为你不与他谈话，他会认为你看不起他，他就为了表示自己的力量，就会处处与你作对，就会给你与顾客双方的交易的成功带来巨大的困难。这是其一。

其二，你与之交谈后，也能从他那儿了解一些顾客的情况，也许比顾客对自己的心理更清楚。旁观者清嘛。

其三，对于推销员来说，任何一个人都是自己顾客的发掘者。对于不认识的人，要先认识了他，然后他就成了推销员下一个推销的顾客，这是推销员扩大顾客范围的一种方法

之一。

别冷落了洽谈中顾客身边的人，有时运用别的方法时，也许会运用他来给你出点力呢，只要施之于恩。

(3) 怎样步入正题？

取得顾客的信任还有一种方法，就是与顾客交谈一些共同喜爱的东西，如都喜欢足球比赛、网球、高尔夫球等。这样，你谈论的多，比他知道的多，他会由于敬佩你这方面的知识而过渡到对你的信任；如他比你知道的多，他就会因有一个对他敬慕的听众而自喜，只要你诚恳地听他侃，他一般会对你信任的，在他看来，这是他的一种不耻下问的美德。

推销员与顾客共同大侃感兴趣的事情，顾客会认为自己找到了知己，信任之心就不必说了。为了引入正题，你就必须选对时机，否则可能适得其反。你应当在他自己觉得无话可说时再引入正题，这样既可使顾客下台，又可引入正题，也正是顾客高兴的时候，有利于交易的洽谈。

不要在顾客正说得起劲时，你又要说推销商品。这样就会得罪顾客，就会使顾客认为你不爱听他的话题并且有些讨厌，这样顾客就会对你打断他的话题而生气，从而与你作对，你要推销自己的商品，他可能会生气的说，他不需要（即使他需要他也不说的）。同时，他可能下逐客令，因为他觉得你使他失去了面子，伤了他的自尊心，这交易十有八九，就失败了。

所以引入正题时，要抓住时机，要在顾客说完话后再引，不要打断他的兴头。

对于谈论的话题，还有一个就是谈论顾客的得意事。

当你谈论顾客的得意事时，会使顾客兴奋起来，使之对

你和蔼，他会把他的高兴分给你一点，对于顾客与你的交易会更加顺利。

对于顾客的得意事，你可以这样说：

“先生，我听说你原来是搞工程设计的，北京这些大城市中哪些大楼是你所设计的呢？”

“先生，我听说你那小孙子上星期参加了本市的网球赛，打的一定很棒吧！”

象这些问话及话题会使顾客心里甜滋滋的。先让他点好处，然后让他泉涌相报，这也可说是一种心理战术。

先让他吃块糖，最后让他回敬你一袋糖。这就是讲顾客得意事的战略方针。

讲完得意事后，再逐渐地引入推销商品的话题。

(4) 怎样对待夫妇顾客？

推销员在推销货物时，遇到夫妇顾客是常有的事，怎样利用夫妇二者之间的心理关系来对他们进行推销？

对于夫妇二顾客，在洽谈时要小心应付，特别是对太太不要冷落，否则你会吃大亏的。特别是那些看起来特别利害的，丈夫又特别胆小的太太，千万要对她们热心一些，这些夫妇顾客的决定权也许正掌握在她们手里，即使不使丈夫在推销员面前失面子，也会提一些令人头痛的相反意见。

对于商品推销说明，不仅要适合于丈夫的口味，同时也不能对太太有所不利之处。要在洽谈前慎重研究应付。

在推销过程中，对于太太的意见要一一解决，使之无话可说之后，再来与丈夫商谈交易方面的问题。

对于夫妇一起洽谈时，也可利用二者的意见不同来设计网络。例如：