



任树军 杨明侠 主编

顧客心理學

中國
人民
大學
出版社

55

推 荐 说 明

根据财经类院校人才培养的需要,按国内贸易部教学大纲要求,泰山书社组织全国部分经济类院校多年从事顾客心理学教学实践的教育工作者编写了《顾客心理学》一书。经有关专家审阅,特向读者推荐,本书既可作为经济类院校的教材,也可作为企业管理人员、在职售货员的培训教材和自学读物。

现代经济管理图书编审委员会

一九九五年五月

前 言

随着改革开放的进一步深入和社会主义市场经济的进一步发展,《顾客心理学》知识对于广大商品营销人员越来越显得重要。然而,我们在长期的《顾客心理学》教学实践中,越来越感到为数很少的可供选择的《顾客心理学》教材,大多内容贫乏陈旧,且缺少系统性,很不适应当前新形势的需要。为了适应当前新形势的实际需要,满足教学急需,我们编写了这本《顾客心理学》。

本书共设六章。在内容上,我们注意到顾客心理变化了的现实,认真进行了选取和更新,充实了一些现阶段新形成的消费群体及其消费心理和购买心理,力图反映现实的顾客心理。

在结构上,本书具有较强的系统性和内在的逻辑性,各章联系紧密,把必要的普通心理学基础知识与顾客心理学专业知识结合了起来;把有关的消费者心理与顾客心理有机地联系了起来。它既可作为经济类专业院校的教材,也适合作为企业管理人员、在职售货员的培训教材和自学读物。

《顾客心理学》由任树军和杨明侠同志主编,朱吉

玉、张桂敏、李进和张锐同志任副主编。各章执笔如下：任树军第一、二、三、四章；杨明侠第四、五章；张桂敏、李进第五、六章；朱吉玉第三章；王菁第六章；张锐、韩书文第二章；宋爱荣第四章；刘凤荣第五章。成稿后由任树军同志总纂定稿。

由于编者水平所限，书中差错在所难免，敬请批评指正。

编 者

1995年5月

目 录

第一章 顾客心理学概述	(1)
第一节 顾客心理学的研究对象	(1)
第二节 研究顾客心理学的意义	(8)
第三节 顾客心理学的研究方法	(10)
第二章 顾客购买心理的形成	(14)
第一节 顾客购买商品的心理活动过程	(14)
第二节 顾客购买心理的“三部曲”	(32)
第三节 影响消费心理的社会因素	(53)
第三章 顾客购买商品的心理要求	(70)
第一节 顾客对商品的心理要求	(70)
第二节 商品价格与顾客心理	(83)
第三节 顾客对接待服务的心理要求	(90)
第四节 购物环境对顾客心理的影响	(125)
第四章 个性心理对顾客购买行为的影响	(140)
第一节 顾客的兴趣及其对购买行为的影响	(141)
第二节 顾客的气质及其对购买行为的影响	(144)
第三节 顾客的性格及其对购买行为的影响	(149)
第四节 顾客的能力及其对购买行为的影响	(152)
第五章 不同类型顾客的购买心理	(156)
第一节 儿童与少年的购买心理	(156)
第二节 青年的购买心理	(162)

第三节	中老年的购买心理.....	(168)
第四节	女性的购买心理.....	(172)
第五节	男性的购买心理.....	(178)
第六节	农民顾客、病残顾客、少数民族顾客和 旅游者顾客的购买心理.....	(183)
第六章	售货员应具备的心理素质.....	(197)
第一节	售货员的情感与意志品质.....	(198)
第二节	售货员的需要、动机与兴趣	(205)
第三节	售货员的人格特质.....	(213)
第四节	售货员的能力结构.....	(219)
第五节	售货员的选拔与培训.....	(226)

第一章 顾客心理学概述

第一节 顾客心理学的研究对象

一、顾客心理学简介

(一)心理

什么是心理?这是一个复杂的问题,人们对它有许多不同的认识。辩证唯物主义和历史唯物主义吸取了近代各种研究成果,对人的心理的实质得出了正确的认识:人的心理是客观现实在人脑中的主观映象。

人在清醒的时候,总可以意识到他自己的各种不同的心理活动。春天人们在田野里,闻到了泥土的芳香;秋天感到天高气爽。碰到高兴的事,人们兴高采烈;遇到挫折,灰心丧气。

人的心理最完善的形式是意识。人的心理、意识是在实践和相互交往中形成的。

人的心理是由什么器官产生的?古代很长时期,人们认为产生心理活动的器官是心脏。孟子就曾说过:“心之官则思,思则得之,不思则不得也”。现代科学已经证明:心理是脑的机能,脑是心理的器官。人在睡眠的时候,大脑会发生脑电波的变化。人脑受到损伤,就不能进行正常的心理活动;哪一部分受到损伤,与之相应的某种心理活动就遭到破坏。例如,大脑

的额叶损坏,就会使智力降低,性格变化。

列宁说:“思想是头脑的机能;感觉即外部的世界的映象是存在于我们之内的,是由物对我们感觉器官的作用所引起的。”(《列宁全集》第十四卷,一九五七年版,第84页)

心理具有客观性、主观性和实践性、能动性的特点。

1. 客观性:指客观现实是心理的源泉。单靠脑本身是不能产生心理的。人脑在客观现实作用下,才能产生心理。从简单的感觉、知觉到比较复杂的思维、动机、兴趣、情感、意志、性格等等,无不是对作为客观现实的自然环境、社会生活的反映。1920年10月,美国传教士辛格夫妇在印度加尔格答西南一百多公里的山洞狼窝里发现两个小女孩,小的2岁,第二年就死了。大的8岁,起名卡玛拉。尽管她们是人,但不会说话,不会直立行走。她们白天睡觉,一到夜里,眼露凶光,半夜两、三点钟象狼一样发出恐怖的嚎叫。她们怕火,怕水,白天在墙角以腰臀部着地睡觉。总之,她们除了人的外形之外,其它习性都和狼差不多。卡玛拉在孤儿院的细心照料与教养下,两年学会站立,四年学会6个单词,到17岁死时,只相当于4岁儿童的心理发展水平。卡玛拉虽然是人,具有完好的人类大脑,但是,离开了人类社会生活条件的客观现实,便不会有人的心理。人脑只是产生心理的物质前提。

2. 主观性:指心理是客观现实的主观映象。客观现实是独立于人的心理、意识而存在的,而人对客观现实的反映,却取决于个性特点、知识经验、世界观和当时的心理状态。同一套时装,人们看后评价不同;一项改革措施提出后,人们议论纷纷,看法很不一致。

3. 实践性:指实践活动是人的心理、意识产生的基础。人

类要生存和发展,就要改造好客观世界,使之为自己服务。实践是指人们改造客观世界的一切活动。人的心理就是在实践活动中,在劳动、学习、娱乐和与他人交往中发生的,同时,也随着实践活动的深化,使人的反映和认识得到进一步提高。人在改造客观世界的同时,也改造着自己,改造着自己的认识。

4. 能动性:指人的心理还服务于实践,指导着实践。人的心理和认识不只是消极地被动地反映客观世界,人是按着自己的反映(心理)来行动的,即人的心理又反作用于客观世界,同时也接受实践的检验。

可见,人的心理是人在实践中对客观现实的反映,并指导着人们的实践。心理的内容是客观的,它反映的是客观事物;心理的形式又是主观的,是人脑的产物,带有个人的特点。所以,人的心理是主观与客观的统一。

(二)普通心理学是各分支心理学的理论基础

普通心理学,又称标准心理学。它是研究正常的成年人的心理现象的产生、发展及其活动规律的科学。它专门研究人的心理过程和个性心理的最一般的规律,所以,它是心理学的主干,是入门的、基础的心理学,是各分支心理学的理论基础。

心理学作为一门系统的学科,作为探讨人的精神起源和本质,理解人类经验和行为目的的学科,是在 19 世纪后半叶在胚胎学、细胞学和人体解剖学的基础上建立起来的。但是,人们开始探索心理现象,却有着非常悠久的历史。

自从人类有了文字以来,就有了对于各种心理现象的种种解释的记载。如我国在古代就有关于人“性本善”、“性本恶”之争论;在印度,则有关于个人灵魂培养的学说;在古希腊,对人类灵魂的内容、性质,也有过种种的研究。这些,都可

以说是心理学的萌芽。但是,由于当时科学水平的限制,对于人类复杂的心理现象,当然无法作出正确的解释。到了19世纪后半叶,由于生物学的发展,特别是胚胎学、细胞学和人体解剖学的发展,人们才开始认识到,心理现象是人的大脑的机能(人脑的高级神经活动)对客观现实的反映。1879年,德国著名的心理学家冯特在莱比锡建立了世界上第一个心理实验室,对从动物到人类的心理形成和发展,进行了种种实验,从此,心理学成为了一门独立的科学,并且有了迅速的发展。这就是普通心理学的形成及其研究不断发展的过程。

此后,心理学的研究领域不断扩大,心理学家们运用普通心理学提供的研究成果对不同的对象进行具体的心理现象的研究,从而建立了许多心理学的分支。如研究儿童(出生——青年期)心理发生、发展规律的儿童心理学;研究精神病和脑损伤患者的心理活动发生破坏的规律的病理心理学;研究教育、教学过程中的心理现象及其规律的教育心理学;研究劳动过程中人的心理活动规律的劳动心理学;还有艺术心理学、军事心理学、运动心理学、司法心理学、管理心理学、社会心理学和商业心理学等等。这些分支心理学对各自特殊对象的心理现象的研究成果,又不断地丰富和发展普通心理学的一般原理和规律,使之更趋科学和完善。

(三)商业心理学是心理学的一个分支

商业心理学是普通心理学的一个分支,它是运用普通心理学原理和规律,专门研究在商品销售过程中,商品经营者与购买者心理现象的产生、发展及其规律的科学。

随着普通心理学理论的迅速发展和商品经济的高度发达,心理学的一个分支——商业心理学也逐步形成。十九世纪

末期,美国的商品生产充分发展,资本主义自由竞争不断加剧,导致了资本的集中和垄断组织的建立,资本主义经济进入垄断时期。为了争夺销售市场,工商业资本家和经济学家开始把普通心理学原理运用到市场营销活动中去。各种依据心理学原理指导商品生产和销售的学科,如广告学、销售学、市场学等等,也应运而生。这些学科对于消费者心理现象的产生、发展及规律的深入研究和日臻完善,为商业心理学的形成创造了条件。20 世纪初期,资本主义商业心理学的科学体系初步形成。此后随着市场的演变,这门新兴的科学,在商品经济发达的国家中,得到了迅猛的发展,使其科学依据日益充实,研究范围不断扩大,对指导商品生产和商品经营活动起着重要的作用。特别在 20 世纪 30 年代后,以消费者为中心的营销观念的确立,商业心理学对市场营销活动的影响更为明显。目前,商业心理学逐步成为商业管理人员必修的一门学科。

在我国,商业心理学作为独立的学科,尚属一门新学科。但包含一定商业心理研究的生意经,两千多年前就有了。如“货卖一张皮”、“买卖不成仁义在”等谚语,就是我国古代商业发展与商业心理研究进展中的成果。

(四)顾客心理学是商业心理学的一部分

商业心理学包括三部分:消费心理学、顾客心理学和经营者心理学。

1. 消费心理学:它是以消费者为对象,研究其要消费什么和怎样消费的心理现象及行为规律的部分,现已发展成为一门独立的重要的心理学科。

2. 顾客心理学:它是以顾客为对象,研究其购买什么或不购买什么以及怎样购买的心理现象和行为规律的部分,现已

构成商业心理学的重要分支。

3. 经营者心理学：它是以经营者为对象，研究其要经营什么和怎样销售的心理现象及行为规律的部分，现已发展成为商业心理学的一门重要分支学科。

以上分析可以看出，顾客心理学是构成商业心理学的一部分。前面我们已经知道，商业心理学的理论基础是普通心理学，当然，研究顾客心理学的理论基础也是普通心理学。

消费者心理与顾客心理是既有联系又有区别的。消费心理学的研究对象是消费者，顾客心理学的研究对象是顾客。人人都要消费，因此，可以说人人都是消费者，顾客是指来到商店的人，当然也是消费者。也就是说，顾客都是消费者，消费者不一定是顾客，所以，消费者心理包括了顾客心理，消费心理是顾客心理的基础，顾客心理是消费心理发展的结果。消费心理学的研究内容包含了顾客心理学的研究内容。可见，实际上顾客心理学又是消费心理学的一部分，消费心理学不仅适用于商品交换，还适用于商品生产，而顾客心理学则主要适用于商品交换。对于售货员来说，顾客心理学具有直接意义。

综上所述，顾客心理学是以普通心理学为理论基础的一门应用心理科学，它既是商业心理学的一个分支，又是消费心理学的重要组成部分。

顾客心理学是研究顾客的心理现象和行为规律的一门科学。

二、顾客心理学研究的内容

顾客心理学是研究顾客的心理现象和行为规律的。具体研究的主要内容有以下几方面：

(一)研究顾客购买心理的形成

顾客购买行为的一般模式和顾客一般心理活动过程,对所有顾客来说都是共同的。所以,研究顾客心理必须首先了解这些。具体内容是:

- 1、顾客对商品的认识过程,情绪过程和意志过程。
- 2、顾客购买活动的三部曲,即消费需求——购买动机——购买行动。
- 3、影响顾客心理的消费心理。

(二)研究顾客购买商品的心理要求

主要研究顾客在购买过程中对商品、对售货员的接待服务和对购物环境的心理要求。

(三)研究个性心理对顾客购买行为的影响

人心不同,各如其面,每位顾客都有各不相同的个性心理,顾客的个性心理明显地影响着他们的购买行为。所以,顾客心理要研究兴趣、气质、能力、性格对顾客购买行为的影响。

(四)研究不同类型顾客的购买心理

不同年龄、不同职业、不同民族以及不同地区的顾客,在购买过程中存在不同的心理,因而。要有针对性接待好这些顾客,就必须研究这些不同类型顾客的购买心理。

(五)研究售货员应具备的心理品质

顾客的购买是与售货员的销售相互依存的,没有售货员高质量的服务,就没有顾客的满意,而售货员的心理品质直接制约着服务水平,因此,作为售货员必读的顾客心理学,要研究售货员应具备怎样的心理品质和修养。

第二节 研究顾客心理学的意义

一、研究顾客心理学在理论上的意义

(一)有助于我们正确地认识客观世界

列宁曾说：“心理学提供的一些原理已使人们不得不拒绝主观主义而接受唯物主义。”科学心理学的研究成果，为我们理解人的心理现象，以及它与人类实践的关系提供了理论基础，有助于科学世界观的建立。作为心理学的一个分支——顾客心理学，它所揭示的顾客购买商品时所发生的心理现象和规律及这些心理现象和规律与商业经营活动中各方面的关系，也同样有助于我们正确地认识客观世界。

(二)有助于发展和完善顾客心理学

时代在前进，人类在进步，我国的改革开放正在不断地向深广发展，人们的心理需求与物质需求正在不断发生着变化，人们的生活方式迅速向进步和文明转变。这一社会现实必然引起人们的消费心理和顾客购买心理的变化，这就为我们修改和充实顾客心理学形成了必要和可能，使之更加科学、更加丰富、更加实用。

二、研究顾客心理学在实践上的意义

(一)研究顾客心理学，有利于指导生产，满足消费

一方面，可以把研究掌握的顾客心理，如顾客对商品品种、质量、性能、花色、式样等方面的意见和要求，及时反映给生产部门，使生产厂家生产出更加适销对路的产品。另一方

面,可以根据顾客的需要和爱好,研究由它引起的消费构成的变化,组织适销对路的商品,安排好市场,满足顾客的购买要求。

(二)研究顾客心理学,有利于提高接待艺术,促进社会主义精神文明建设

根据顾客心理,有预见性和针对性地接待顾客,可以最大程度地让顾客满意,减少柜台上买卖双方的矛盾和冲突,把整个买卖过程变成一种心情舒畅和欢乐喜悦的交际活动。

(三)研究顾客心理学,有利于提高商业企业的竞争能力,繁荣社会主义经济

在改革、开放、搞活的方针指导下,我国的商业管理体制发生了巨大的改变,店、组、个人实行承包责任制,在所有制上,国营、集体和个体商业同时并存,整个市场已由计划经济的卖方市场变为市场经济的买方市场,在这顾客是上帝的激烈竞争中,谁能把顾客心理运用到商品生产和销售中,谁就能增强竞争能力。

(四)研究顾客心理学,有利于提高商品经营者的心理品质

通过学习顾客心理学,可以使售货员认识到人的心理发生、发展与变化的规律,有利于售货员树立正确的世界观和人生观。同时,在研究顾客心理学中还可以明确顾客对售货员的心理品质的要求即售货员应具备的心理品质,这就有利于售货员自我对照、自我分析,自我评价和自我监督,不断地在售货实践中扬长避短,提高自身的心理品质,更好地满足顾客的心理要求。

第三节 顾客心理学的研究方法

一、顾客心理学研究的基本原则

(一)理论联系实际的原则

理论来源于实践,心理学的理论,也都是实践的总结。理论又要去指导实践,并在实践中去检验理论是否正确,然后去伪存真,进一步丰富和发展理论。毛主席说:“实践、认识,再实践再认识,循环往复以致无穷”,这就是人类认识客观事物的规律。我们研究顾客心理学,也要本着这一原则,在实践中总结出规律性的理论知识,然后去指导实践,在实践中不断丰富和发展这一学科的理论。

(二)客观性原则

所谓客观性原则,就是尊重客观事实,反映事物的本来面目。一切心理活动都是由内外刺激物所引起,通过一系列生理变化来实现,并在人的各种实践活动中表现出来的。我们研究顾客心理,就要从这些可以观察到的现象中去研究,从这些可以检查的活动中去研究。恩格斯说:“唯物主义的自然观不过是对自然界本来面目的朴素了解,不附加以任何外来成份。”这就是说,一切科学研究都应遵循客观性原则。研究顾客心理,也必须联系商业经营活动的实际,依据可以观察并加以检验的客观事实,客观地、全面地分析顾客心理现象的特点,揭示其心理现象的活动规律,而决不能主观臆断,把想当然的东西当作客观真理。

(三)联系性原则

这是辩证唯物主义研究方法的重要原则。人生活在极其复杂的自然环境和社会环境中,人的每一心理现象的产生都要受自然和社会诸因素的影响和制约。在不同时间,不同条件下,对同一刺激物的反映是不同的。顾客心理现象的产生,同样受着多种因素如环境气氛、服务接待、主体状况等内部和外部因素的影响和制约。所以,我们要以联系的观点去分析顾客的心理现象,认识顾客的心理面貌。

(四)发展性原则

辩证唯物主义认为,世界上的万事万物,都处在永恒运动变化之中,这是已为各门科学的发展所证实了的真理。而人的心理是人脑对客观事物的反映,人的心理当然也随着客观刺激物的发展变化而变化。

所以,我们研究顾客心理时,特别是研究顾客对商品需求心理时,不仅要看到其现时的个性心理特征与心理要求,还要预测其发展趋势,不仅要熟悉已形成的心理品质与习惯行为,还要看到其发展前景,以发展的眼光看待商业经营中人的心理现象,掌握发展变化中的顾客的心理活动规律。

二、顾客心理学的研究方法

研究顾客心理学,通常采用以下几种方法:

(一)观察法

观察法是通过观察顾客的外在表情去了解顾客的心理活动的方法。人的各种行为、动作都是受心理活动支配的。所以,通过顾客的语言、表情、动作、形态等方面的观察,可以了解顾客的心理。还可以应用自我观察法,如自己以一个普通顾客的身份,设身处地地想一想,来感受顾客的心理变化。