

销售



要懂客户心理学

察言、观色、攻心、赢单，销售就是搞定人

文竹 著

具备一流的销售能力，在最短的时间影响最多的人

销售博弈中的心理策略

无论比尔·盖茨、沃伦·巴菲特、乔布斯、马克·扎克伯格，还是李嘉诚、马云、雷军、马化腾，世界上99%极具影响力的成功人士，都谙熟客户心理学，具备一流的销售能力。

中国商业出版社

销售要懂客户心理学

文竹◎著

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

销售要懂客户心理学 / 文竹著. -- 北京 : 中国商业出版社 ,

2017.11

ISBN 978-7-5044-9852-6

I . ①销… II . ①文… III . ①销售—商业心理学—通俗读物 IV . ①F713.55-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 082147 号

责任编辑: 姜丽君

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

010-63180647 www.c-cbook.com

新华书店经销

三河市三佳印刷装订有限公司印刷

*

710 × 1000毫米 1/16开 15印张 230 千字

2018年1月第1版 2018年1月第1次印刷

定价: 38.00元

(如有印装质量问题可更换)

写在前面的话

您是否经常面对客户的拒绝，心生恐惧，不知如何应对？您是否还在滔滔不绝地宣讲产品，但客户仍然对你说 NO？您是否遇到自以为胜券在握时，出现客户突然跑到竞争对手那里或消失得无影无踪的情况？您是否想在自己还年轻的时候，就能年收入过百万，成功致富？您是否想只要把话说出去，就能把钱收回来，迅速与顾客成交呢？

如果想突破销售困境、提升销售业绩、成为销售达人，就请认真研究一下“客户心理学”！一名优秀的销售人员不仅要透彻了解产品，还要谙熟客户心理，并在沟通、谈判中运用销售技巧获取客户的认同和信任，以此达到绝对成交的目标。

销售是比总统更伟大的职业，销售工作无处不在，渗透到商业活动、企业经营的各个环节。在销售为王的时代，销售人员扮演着商业工程师的角色，其工作左右着资金流向、成交数额，决定着企业的成败，也影响着千千万万普通人的生活。出色地胜任销售工作，甚至有所成就，必须与客户展开一场心理博弈。

问题是，许多销售人员在实践中忽略了客户心理这一重要环节。搞销售的人不懂心理学，就犹如在茫茫的黑夜里行走，永远只能误打误撞。或者说，业绩乏善可陈的根本原因就是没有打开客户的心门、消除他们的疑虑、卸下他们的心防。销售既要动嘴，更要用心，掌握客户在销售中的心理需求、心理变化是销售员在激烈的市场竞争中提升销售业绩的决胜秘籍。

具体来说，销售攻心战的关键是在洞察客户心理、了解客户喜好的基础上引导客户的消费行为，激发其潜在的购买欲望。遇到难缠的场面，还要利用心理战术，抓住并掌控客户心理，化解销售难题！

本书针对客户心理，从理念、心态、方法三个方面为销售人员提供了有效的应对之策，深入系统地解读了黑羊效应、破窗效应、鲶鱼效应、囚徒效应、共生效应、马太效应、南风效应、蝴蝶效应、蘑菇效应、首因效应、投射效应、边际效应、跨栏效应、踢猫效应、从众效应等 15 个销售博弈中的心理策略。

全书在内容设计上不仅以心理学知识作为理论基础，还汇集了大量相关的销售实战案例。运用本书中介绍的心理策略，可以轻松洞察客户的心理需求、突破客户的心理防线、解除客户的心理包袱、赢得客户的心理认同。

做销售的本事，是人一生当中最重要的能力。一旦掌握了客户心理学以及销售攻心技术，你将受用一辈子，在事业、人生等各个层面创造无限的财富。

| 目录 |

上篇 知己知彼，销售的终极法则是洞悉客户心理

第一章 黑羊效应：销售不是打嘴仗，而是拼心理 / 003

销售人员取得怎样的成就、在市场中占据什么位置，绝大部分取决于情绪控制、心理调适的能力。面对形形色色的客户、顾客，只有情绪稳定、处变不惊、游刃有余，成功才能来得更早，成就也会更大。想要攻下客户的心防，签下大单，首先要炼就强大的内心。

别太在意客户的刁难 / 004

千万别跟客户较劲 / 006

人最怕的是过度怀疑自己 / 008

业绩不佳的时候要淡定 / 010

偏激的人总是走弯路 / 012

客户如此难缠，你要内心强大 / 014

克服沟通中的心理障碍 / 015

心有多大，舞台就有多大 / 017

第二章 破窗效应：客户不会总是对的，但永远都是第一 / 019

在心理上，销售人员要始终明确一点：客户不会总是对的，但永远都是第一。因为这也是客户潜在的心理需求和自我认同。在这一基础上，销售人员采取有效行动，才能成功打造顾客忠诚度，提供超出客户预期的满意服务。

避免服务差导致客户流失 / 020

打破规则只能惹祸上身 / 021

推脱责任不是解决问题的办法 / 023

着眼于建立长期关系 / 025

多反省自己，少怪罪客户 / 026

别瞧不起现在看起来很俗的人 / 028

让你的客户帮你推销 / 029

掌握丰富的产品知识 / 031

第三章 鲶鱼效应：把客户的批评当作个人成长的梯子 / 033

在销售过程中，客户不满意的时候会表现出强烈的情绪变化，乃至产生情绪对抗。这时候，他们会对销售人员提出批评，阐明自己的立场，展示心理期望。而销售人员唯一能做的就是认真倾听，透过客户的批评，掌握有价值的销售情报，在促成交易的同时实现个人成长。

犯错很正常，态度是关键 / 034

把客户的批评当“梯子” / 035

挨批是改善业绩的机会 / 037

批评消除“懈怠之心” / 038

事情做对了，批评就少了 / 039

感谢对你指手画脚的客户 / 041

常怀一颗“取经心” / 043

第四章 囚徒效应：没有永远的朋友和敌人，只有永远的利益 / 045

作为销售员一定要记得，把自己放在客户的立场来看问题、想事情，摸透他们的心理需求。“假如我作为客户，会因为哪些因素来选择一样产品？”“客户在选择产品时都会持着什么样的心态？”经常问自己这些问题，时刻想到客户的利益所在，才能真正做到让客户下决心签单。

- “好坏”不是这个世界的标准 / 046
- 你和客户在一个锅里吃饭 / 047
- 让利：让客户吃得舒服、放心 / 049
- 跟客户成为一条绳上的蚂蚱 / 050
- 与客户不记隔夜仇 / 052
- 销售人员不能只想着钱 / 053
- 互利互惠是长期合作的最高准则 / 055
- 帮客户开辟更多财路 / 056

第五章 共生效应：与客户打交道必须厚起脸皮 / 059

销售过程是智慧、口才与心理素质的直接交锋。让客户下决心买单，必须学会如何进退、如何权衡双方利益，实现共赢。期间，面对客户的无理要求，甚至刁难，销售人员唯有厚起脸皮应对，才能促成合作，达成交易。

- 销售人员不能太要面子 / 060
- 与客户打交道要厚起脸皮 / 062
- 会拉关系，能套近乎 / 063
- 喜怒不要表露在脸上 / 065
- 用幽默来化解矛盾 / 066
- 好面子，好人缘，好关系 / 068

中篇 擒贼擒王，成交的关键是用心理战术降服客户

第六章 马太效应：多种善因，才能从客户那里多得善果 / 073

做好销售工作，首先就要对每一位客户都保持感恩之心。客户听你讲解产品信息，本身就是一种信任，他们渴望从你这里得到有价值的信息，为决策提供依据。为此，销售人员怀着感恩之心做事，才能够从客户那里得到更多的善意。

客户不签单是因为你没做到位 / 074

包容带来无穷的力量 / 075

始终保持空杯心态 / 077

不要同客户争吵 / 078

心怀不满的人什么都做不好 / 080

感谢那些折磨你的客户 / 081

做不成买卖，但可以成为朋友 / 083

学会辨证地看待得失 / 084

第七章 南风效应：想与客户成交就不能伤了和气 / 087

中国有句话叫做“和气生财”，和气是做好销售工作必不可少的润滑剂。客户都希望得到愉悦的体验，得到尊重和优待。为此，销售人员要表现出应有的亲和力，不要做有损客户面子的事情。你的工作让客户如沐春风，成交的可能性就增大了一倍。

成功的商人都重和气 / 088

生意最要紧的是人情 / 089

不要破坏了“合作网” / 090

客户没面子，吃亏的是自己 / 092

别做拆台的“小人” / 094

一笔生意，两头赢利 / 095

做人不钻牛角尖 / 097

有了好名声就会有好买卖 / 098

第八章 蝴蝶效应：在销售中有效地表达自己不失控 / 101

安东尼·罗宾斯说过：“成功的秘诀就在于懂得怎样控制痛苦与快乐这股力量，而不为这股力量所反制。如果你能做到这一点，就能掌握自己的人生。”销售人员既要掌握客户的情绪变化，也要管理好自己的情绪，从而有效地传递信息，实现合作。

- 情绪化让你坏大事 / 102
- 接受工作中的不完美 / 103
- 千万别跟客户较劲 / 105
- 让镇定成为你的习惯 / 106
- 用宣泄为自己减压 / 108
- 对自己说声“不要紧” / 110
- 发火也有“该”与“不该” / 111
- 冲动的时候要踩急刹车 / 113
- 用努力战胜怒气 / 114

第九章 蘑菇效应：善于“忍气吞声”才能“化怨为缘” / 117

面对客户的不合理要求，你忍耐一时并不是软弱，而是一种智慧，是掌控销售进程的策略。太多的销售人员不懂得忍耐，要么没有坚持下去，要么得罪了客户，这是缺乏销售素养的表现。

- 销售工作最考验人的耐性 / 118
- 能忍、会忍、善忍 / 119
- 不妨对客户屈就一下 / 121
- 谅解客户的过错 / 123
- 说违心话，做违心事 / 124
- 吃亏就是占便宜 / 126
- 以德报怨，化怨为缘 / 127
- 装傻充愣有时是必须的 / 129
- 低头是为了把头抬得更高 / 131

第十章 首因效应：真诚是最有影响力的隐形说服大师 / 133

销售中，大家因为利益关系走到一起，又为了各自的利益权衡、计算。销售人员应该充分理解客户的心理需求，尽量满足他们的合理预期，表现出应有的真诚态度。如此一来，才能赢得信任，实现合作，达成交易。

- 要真诚，不要“心机” / 134
- 用真心换来客户的“忠心” / 136
- 先取信，才有成交的可能 / 137
- 处理好客户投诉 / 139
- 别卖弄自己的聪明 / 141
- 对客户进行感情投资 / 142
- 彻底消除对方的戒心 / 144
- 让客户满意的退货管理 / 146

下篇 活学活用，把销售大场面变成心理小考验

第十一章 投射效应：针对客户的心理特点投其所好 / 151

每天与客户打交道，首先要掌握对方的心理特点，对症下药，从而为接下来的推销工作奠定好基础。因此，销售员做好业务的第一件事，就是了解客户的心，然后懂得如何说话、办事，把握好销售的节奏。显然，给客户想要的，才能获得自己想要的。

- 想客户所想，急客户所急 / 152
- 忘却销售、学会帮助 / 153
- 为客户办实事、办好事 / 155
- 有随机应变的本事 / 157
- 代替客户下地狱 / 159
- 提升自己的修养 / 160
- 比客户要求的做得更好 / 162

第十二章 边际效应：会做不如会说，会说不如会听 / 165

做销售要懂得客户的消费心理，更要在此基础上，利用客户的某种心理来达到交易目的。做生意必须懂得布局、入局，最后才会赢得胜局。销售人员既善于倾听，又能说对话，并根据客户心理特点、心理需求制定销售策略，自然容易牵着对方的鼻子走，一步步走向胜利。

80% 的成交靠耳朵完成 / 166

对客户要多赞美，少批评 / 168

尽量让对方说“是” / 169

向客户提问没那么简单 / 171

想到什么就说出来，注定完蛋 / 173

学会倾听客户的谈话 / 175

遵守对客户的承诺 / 177

第十三章 跨栏效应：征服客户要发扬蚂蝗吸血的精神 / 181

销售要发扬蚂蝗吸血的精神，对待客户锲而不舍，不放弃每一次能够说服客户的机会。除了在工作时间联系客户，销售人员还要在业余时间与客户保持密切关系，满足他们的需求。始终保持足够的耐心，只要客户没有拒绝你，就不要中断交谈。用你的执着感动客户，让他们佩服你的职业精神，签单就会变得很容易。

对待客户必须死缠烂打 / 182

用你的执著感动客户 / 183

死缠烂打一定要选择好时间 / 185

应对客户跳槽的攻防术 / 186

在“半推半就”中搞定客户 / 188

怎样有效地预防拒绝 / 190

让客户说出“我真服你了” / 191

第十四章 踢猫效应：果断出手，将客户敌意消于无形 / 193

与客户沟通时，一定要时刻观察客户的心理变化，以及谈判进程出现的各种状况。一旦发现销售谈判陷入僵局，或者出现不可预知的变化，一定要准确判断客户的心理预期，并果断出手，采取有效办法挽救局面。

什么原因在阻碍你赢单 / 194

搞懂客户为什么抱怨 / 195

没有解不开的疙瘩 / 197

良好关系从道歉开始 / 198

大事化小，小事化了 / 200

走出误会的死角 / 201

别把简单的事情复杂化 / 203

妥善处理与客户的摩擦 / 204

让正在气头上的人骂个够 / 206

将敌意消于无形 / 208

第十五章 从众效应：顺毛而摸，轻松搞定各类客户 / 211

家里的小猫、小狗都喜欢让主人抚摸身上的毛。人也一样，喜欢别人顺着“毛”摸！人的“毛”就是性情、脾气、观念。如果你和客户交往的时候，能够顺着他的“毛”摸，不去违抗他的心思，就能轻松搞定各种类型的客户。

客户管理从安人开始 / 212

学会和不同的人打交道 / 213

帮客户分析优缺点 / 215

顺着对方的脾气行事 / 216

客户做好人，你来当坏人 / 218

“服从”是最好的选择 / 219

打出你的糖衣炮弹 / 221

多给用户一些赞美 / 223

上 篇

知己知彼，销售的终极法则是洞悉客户心理

世间万象，一切皆由心起！学好管理学、经商学，不如掌握心理学。销售人员最大的优势是心理素质好、情商高，并能“出门看天色，进门看脸色”，在谙熟人情世故、销售规则的基础上掌握客户心理特点、情势变化，制定正确的销售方案。

人的心理与外在肢体语言之间是一种互为表里的关系，也就是说人的脾气秉性、内心活动都可以在他们的言行、表情、习惯中表露出来，即使隐藏得很深或以相反的行为模式误导别人，也会在言谈举止间露出蛛丝马迹。因此，在销售实战中，可以通过客户的外表、言谈举止来洞悉其心理，达到知其人的目的。

第一章 黑羊效应

销售不是打嘴仗，而是拼心理

销售人员取得怎样的成就、在市场中占据什么位置，绝大部分取决于情绪控制、心理调适的能力。面对形形色色的客户、顾客，只有情绪稳定、处变不惊、游刃有余，成功才能来得更早，成就也会更大。想要攻下客户的心防，签下大单，首先要练就强大的内心。

别太在意客户的刁难

对销售人员来说，难缠的客户简直就是一场生死边缘的噩梦。想冲着这些“不知好歹”的客户大发脾气，然而职业道德和销售任务又不允许。想用自己的三寸不烂之舌，让对方俯首称臣，然而强中自有强中手，即使自己口齿够伶俐，也难免遇到实力相当的对手，然后败下阵来。

在这种情况下，大多数销售人员往往会被客户咄咄逼人的言语冲昏了头脑，从而难免带上情绪，甚至与客户直接争吵起来。其实这并不是明智之举，因为即使你勉强说服了客户，也很难成交。当你进行言语反攻时，客户早已经感受到了你的不友好，所以即使客户嘴上表示认同，内心却依然排斥。人们常说无为而治，将无为的思想运用到此处最合适不过了。

无论客户怎样刁难你，都要冷静对待，继续按照自己设定好的销售流程推进目标的实现。这样不仅会给客户留下宽容大度的印象，同时也能避免毫无意义的争论。

高明是某空调品牌的终端销售人员，刚入行的时候，他也和同行一样，只要一遇到那些喜欢“挑刺”的客户就会头疼不已，一时气急甚至有暴力的冲动。

等到客户离去，高明便会气急败坏地咒骂。然而高明很快便发现，那些随和的客户在听到自己的咒骂后，往往会沉默着离开，这样自己以后再也没有翻牌的可能了。显然，必须改变这种状况了。

一天，高明又遇到了一位喜欢“挑刺”的客户。当这位中年男子朝着柜台走来，高明赶紧迎上去。交谈了几句，对方就很不友好地说：“你们的空调没有×××品牌好，我朋友就买了你们的品牌，结果还没用多久，就有毛病了。”

听到这里，高明心中自然不爽，不觉默默地想：“那你干脆去买×××品牌好了。”紧接着，他被自己这种想法吓了一跳，幸亏自己没