

风靡全球的攻心必杀技，助你成为NO.1

完美成交^的 销售心理学



冯耀龙◎著

Perfect Sales Psychology

销售就是搞定人

搞定人需要攻心术

精准的攻心术才能沟通零距离

沟通零距离才能轻松实现完美成交

风靡全球的攻心必杀技，助你成为NO.1

完美成交的 销售心理学



冯耀龙◎著

Perfect Sales Psychology

销售就是搞定人

搞定人需要攻心术

精准的攻心术才能沟通零距离

沟通零距离才能轻松实现完美成交

花山文艺出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

完美成交的销售心理学 / 冯耀龙著. — 石家庄:
花山文艺出版社, 2017.9

ISBN 978-7-5511-3741-6

I. ①完… II. ①冯… 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 231105 号

书 名: 完美成交的销售心理学

著 者: 冯耀龙

责任编辑: 梁东方 贺 进 韩 松 林艳辉

责任校对: 李 鸥

美术编辑: 胡彤亮

出版发行: 花山文艺出版社 (邮政编码: 050061)

(河北省石家庄市友谊北大街 330 号)

销售热线: 0311-88643221/29/31/32/26

传 真: 0311-88643225

印 刷: 北京天宇万达印刷有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 880 × 1230 1/32

印 张: 8

字 数: 210 千字

版 次: 2017 年 9 月第 1 版

2017 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5511-3741-6

定 价: 39.80 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

冯兄话吉 大作小序

“志合者，不以山海为远；道乖者，不以咫尺为近。”与耀龙兄的结识，缘于道，缘于志合。耀龙兄是餐饮界之泰斗，营销界之大师，他的思维理念与我的道膳运营，如出一辙。今年4~7月，半年内央视两次问津道膳，采编制成十九大献礼之作，这里面就蕴藏着耀龙兄的《完美成交的销售心理学》之奥秘。

《完美成交的销售心理学》，细细读来，既是硝烟弥漫的古战场，又是刀光剑影的竞技场，更是运筹帷幄的大道场。其行为是销售，其过程是心理，其结果是成交，其核心就是道。该书诠释了销售的最高境界，那就是无销，完美成交，天人合一，与道合真。

做销售，其实就是一个恋爱的过程，让用户了解你，爱上你，娶回你。我不是要买汽车，而是要买速度、地位；我不是要买化妆品，而是要买“美”、自信。做销售，也可称作是观心。观察是外在的，洞察却是内丰的。消费者的内心就好像冰山一样，你能轻易观察到的就是露出冰

面的冰山一角；而消费者的真实动机深藏在冰面下，需要深入洞察才能撼动整座冰山。犀利的眼睛只能发现问题，只有睿智的头脑才能洞察真相，洞察用心，洞察人性。

道可道，非常道，道术相依，道法自然。我们讲求的不仅仅是面上的销售之术，而是其背后的无形之道，从这个意义上讲，《完美成交的销售心理学》又何止是一部营销学呢？！

中国葛洪文化研究会副秘书长
道 膳 传 承 研 发 人 张贺程
江苏省句容市科协副主席

2017年7月22日

第一章 用你的真心换客户的动心

——真正的销售从“心”开始

1. 与客户架一座和谐沟通的“桥梁” | 003
2. 用热情感染客户 | 006
3. 用真诚打动客户 | 008
4. 请将抱怨的时间用在了解客户上 | 010
5. 像对待自己的事情一样关心客户 | 013
6. 信心充足才能赢得客户的信任 | 015
7. 耐心是成功销售的制胜法宝 | 018

第二章 没有完美的销售模式，只有不懂得销售的人 ——找准客户的软肋

1. 适时用点恭维语，让客户“飘”起来 | 023
2. 学会吊住客户的“胃口” | 026
3. 谁都喜欢额外的“收获” | 030
4. 敲定犹豫不决的客户 | 033
5. 投其所好才能拢住客户的心 | 036
6. 每个人都有虚荣心，你的客户也不例外 | 039

第三章 “上帝”到底在想什么 ——破译客户的有声及无声语言

1. 参透客户“心灵窗户”里蕴藏的含义 | 045
2. 从客户的面部表情判断其心理 | 048
3. 从客户手的动作读懂其心理 | 050
4. 客户的坐姿所透露出的信息 | 053
5. 看透并应对不同类型的客户 | 057
6. 琢磨客户的弦外之音 | 060
7. 准确抓住客户的购买信号 | 062

第四章 没有卖不出去的产品 ——掌握斯通定理，锤炼自己的推销心态

1. 别把客户的拒绝当回事 | 069
2. 客户不会放弃购物，除非你放弃客户 | 071

3. 成败往往在一念之间 | 074
4. 把自己当作传递圣诞礼物的“天使” | 077
5. 请做到“一日三省吾身” | 080
6. 拥有尺蠖一般的精神 | 084

第五章 没有不对的客户，只有不懂客户的销售者

——知己知彼，方可百战不殆

1. 了解客户的需求 | 089
2. 客户只关注自己的利益 | 092
3. 给客户吃一颗“定心丸” | 095
4. 颠覆客户的心理定势：你是朋友而非推销者 | 098
5. 将客户的挑剔视作追求完美 | 101
6. 客户不喜欢你唱“独角戏” | 104

第六章 一定要让自己看起来很专业

——给客户留下“专业”的感觉

1. “首因效应”：亮好你的第一张牌 | 111
2. 找准你的客户群 | 114
3. 熟知自己产品的亮点 | 116
4. 让“权威”为你的产品保驾护航 | 120
5. 用“诚信”让客户看到你的“诚意” | 123
6. 专业知识会令你身价倍增 | 126

第七章 怎样把梳子卖给和尚

——如何在与客户的心里博弈中占上风

1. 巧妙避开客户的“防火墙” | 131
2. 时刻站到客户的角度想问题 | 134
3. 让客户知道他不买产品的损失 | 136
4. 千万不要在客户面前对自己的产品露“怯” | 139
5. 当客户对你关上一道门，你要试着打开一扇窗 | 141

第八章 销售要有一颗强大的内心

——练就一套过硬的心理素质

1. 别不好意思，面子是自己给的 | 147
2. 别揣着“失败”的影子敲门 | 150
3. 让“百折不挠”成为你的销售箴言 | 153
4. 不要给自己找借口 | 155
5. 始终以宽容的心态面对客户 | 157
6. 让自己拥有临危不惧的应变能力 | 160
7. “胜不骄，败不馁” | 163

第九章 细节决定销售的成败

——善于抓住销售中的细枝末节

1. 在客户面前要让你的牙齿时时“晒太阳” | 169
2. 主动收集客户信息 | 172
3. 选择客户感兴趣的话题 | 175

4. 学会珍惜客户的时间 | 178
5. 有时你只需准备好自己的“耳朵” | 181
6. 发掘客户的“隐性需求” | 183

第十章 天下没有做不成的买卖

——销售之树常青的秘籍

1. 千万别做“一锤子买卖” | 189
2. 对客户的抱怨要进行积极的回应 | 191
3. 勤奋才能赢得长期客户 | 194
4. 要学会放长线“钓大鱼” | 197
5. 将售后服务进行到底 | 200
6. 使客户没有分神的机会 | 203
7. 让客户在自行对比中见高下 | 206

第十一章 掌控客户的心理，打开销售之门

——销售心理学中的定律

1. 伯内特定律：给客户留下深刻的印象才易于成交 | 213
2. 250 定律：每位顾客身后都有看不见的 250 个人 | 215
3. 哈默定律：没有坏买卖，只有蹩脚买卖人 | 218
4. 梅菲定律：没有不重要的顾客，只有不恰当的想法 | 220
5. 跨栏定律：不怕困难，设定目标越大，收获越大 | 223
6. 帕金森定律：拖延是成功的大敌 | 227
7. 墨菲定律：别忽视不可预测的事 | 230

8. 二八定律：懂得选择，也要懂得放弃 | 232
9. 布利斯定律：有高超的计划和应变能力 | 235
10. 羊群效应：不要只让一只“羊”来吃你的“草” | 238
11. 皮格马利翁效应：期待带来信任 | 242

第一章 用你的真心换客户的动心

——真正的销售从“心”开始

1. 与客户架一座和谐沟通的“桥梁”

销售的基础在于沟通，没有沟通就不可能有成功的销售，所以与客户和谐沟通是双方达成合作的关键。这就需要销售者搭建起一座稳固坚实的“桥梁”，将彼此心中所需所想都通过这个“桥梁”巧妙地对接。

沟通的方式有多种，主要表现为语言的沟通和非语言的沟通。但不管是哪一种，销售者至少应该让客户知道你是干什么的，你的东西有什么不同，你能给客户带来什么样的价值……同时，通过沟通，你应该达到让你的客户信任你、喜欢你的目的，在他需要你的时候，能准确地找到你，满足他某种需求。

乔·吉拉德，一开始靠着一部电话、一支笔和顺手撕下来的一页电话簿来开展业务。他不停地打电话，只要有人接电话，他就记下对方的姓名、职业、爱好、是否买车、什么时候买、想买什么样的车等基本情况。虽然收获很少，但他掌握了大量客户的基本情况。

他隔三岔五地打电话追踪他的客户，一年十二个月，每月都寄出设计不同的、上面印着“I like you!”的卡片给用户。他说：“我的名字‘乔·吉拉德’一年出现在你家十二次！当你想要买车，自然就会想到我！”他的执着和耐心感动了很多。

乔·吉拉德还喜欢发名片，他把名片印成橄榄绿，像一张张美钞，他见人就发，而且要对方一定收下。他说：“销售者一定要让所有的人都知道你在卖什么，而且要一次一次地加深印象，让这些人一想到要买车，自然就会想到乔·吉拉德。”

乔·吉拉德每次和客户见面，就像一个舞台剧演员，肢体语言非常丰富。他总是笑容满面、充满自信，一会儿凑近你的耳边呢喃，一会儿又跪在地上引吭高歌，以此来引起客户的注意和好感。

乔·吉拉德用自己的辛勤、耐心和创意，利用电话、卡片、名片等物品，与客户搭建了一个强大的沟通“桥梁”，当客户有需要时，自然就想到了他。这种沟通不只是嘴巴说出的巧妙的话语，还有具体实物所创造的惊喜，因此，他的汽车开进了更多客户的家里，钞票也源源不断地流进了乔·吉拉德的口袋。

有时你苦口婆心的“游说”，可能客户听而不闻，但是当你诚心诚意用心地去做一件事，可能会收到更好的效果。例如：改变你名片的颜色，参考一下人民币的颜色，让客户一拿到你的名片，就像拿到钱一样不忍丢弃，名片就成了你和客户沟通的“桥梁”。

你可以把名片上面的称谓换一下，把大区经理、总经理、主任等换成“愿意随时为您服务的某某”，让客户看到后有一种亲近的感觉；也可以把你的产品介绍再缩短简化一下，去掉冗长烦琐的修饰词；或者是递上一张卡片，充满深情地印上一句：“I like you!”，以此表达你对客户想说又不好意思当面说的话……你的精心设计，或许会在某一时刻触动客户的心，进而达成意想不到的默契。

与客户交谈时语言的应用、语气的把握、讲话的姿态，都应能及时准确地向客户传达你的意愿、你的友好、你的真诚。在不同的客户面前你可以使用不同的表达方式，建立不同的“桥梁”。与自以为有一点艺术

细胞的客户交谈，你可以适时地施展一下你的才艺，或高歌一首，或抚琴一曲，成就一番伯牙与子期高山流水遇知音的和鸣；与号称“一瓶不倒，两瓶正好”的瘾君子，你也可以和他切磋一下酒艺，或许还能多一个酒友呢！

生动有趣的交谈，引人入胜的话题，可以提高客户的兴趣，把死板、单调、乏味的推销，变成生机盎然、津津有味家常闲聊，聊天的过程中你再及时地递上名片，也许一桩看来不容易的生意就此达成了。

主动地去构建一座座与客户和谐沟通的桥梁吧！有了这座桥梁，你和客户才能互惠互利。

有一对年轻夫妇要买房子，销售者把他们领到房间后，看到房间里的地板已经很破旧，年轻夫妇心里便有些不满意。他们走到阳台上，看到院子里有一棵茂盛的樱桃树，这对年轻夫妇的脸上才表现出一丝兴奋的神色。

这对年轻夫妇对销售者说：“这座房子太破了，地板也坏了。”销售者说：“是的，这座房子的确有些破旧，但这里环境多好呀！院里还有一棵如此难得的樱桃树，一定会给你们的生活增添无限的乐趣。”

他们又到厨房，年轻夫妇看到厨房的设备生锈，还没等这对年轻夫妇把不满意说出来，销售者就对他们说：“这些都不是问题，我们可以全部换成新的，重要的是院里有这棵樱桃树，会让你们在这里度过最美好的时光。”销售者每次提到樱桃树，这对年轻夫妇的不满立即就消失了大半。

在这个小故事中，销售者敏锐地察觉到客户对樱桃树的喜爱，并且以此为“桥梁”，实现了和谐的沟通，将一场看似不可能达成的交易变成了现实。每当客户情绪不好的时候，销售者及时地提到了樱桃树，给了

客户一个购买的理由，唤起了客户的购买欲，让他欲罢不能，最后下决心买下了这座房子。

真诚的交流，用心的沟通，是与客户架一座和谐沟通“桥梁”的重点。用心去搭建，桥梁就在你的心上、你的手中。

2. 用热情感染客户

热情具有超强的亲和力，它可以让见到你的人，迅速地融入你的世界；热情具有超强的感染力，它可以让和你交往的人，为你的真诚所感动。

热情可以拉近距离、促成交易。我们发现，热情的销售者总是容易促成交易，那是因为谁都愿意跟热情的人打交道，愿意从信赖的人那里购买东西，这是大多数人的心理。

三个见多识广、足迹遍布世界各个角落的英国大刊物的通讯记者，做了一个游戏：在一个纸片上，把他们认为最优秀的推销者的名字写出来，并要解释为什么会选这个人。结果出来以后，他们惊奇地看到，他们三个人写的都是澳大利亚墨尔本的一位著名的保险推销员。

三个人的解释有一个共同点——这个推销员很热情。

这三个大报的记者，曾经结交过各种各样的人物，但都不约而同地认为最优秀的是这名热情的推销员，可见热情在交往过程中的重要性。

没有哪一个客户愿意跟一个没有热情的人打交道，无论你有再大的才干、认识多少人，如果没有热情，也调动不起别人的积极性，也就不能给客户留下太多的印象。

如何让客户在很短的时间内记住你、喜欢你，并且愿意和你交往？其实很多时候靠的不是能力的大小，而是热情的多寡。热情能在很短的