

美绘典藏本

使顾客变拒绝为接受，让销售员变平庸为卓越

NIDE
DIYIBEN
XIAOSHOU
XINLIXUE

你 第 一 销售心理学的 本



文
明
德
/
编
著

优秀的销售员往往就像一位心理学家

最明白顾客的心声，
善于了解顾客的真实想法，
能最快赢得顾客的信任，达到销售的目的。

 **江西美术出版社**
全国百佳出版单位

美
绘
典
藏
版

你的第一本 销售心理学

NIDE DIYIBEN XIAOSHOUXINLIXUE

文明德

编著



江西美术出版社
全国百佳出版单位

图书在版编目 (C I P) 数据

你的第一本销售心理学 / 文明德编著. -- 南昌 :
江西美术出版社, 2017.7
ISBN 978-7-5480-5429-0

I. ①你… 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112572号

你的第一本销售心理学

文明德 编著

出 版：江西美术出版社

社 址：南昌市子安路66号 邮编：330025

电 话：0791-86566329

发 行：010-88893001

印 刷：三河市万龙印装有限公司

版 次：2017年10月第1版

印 次：2017年10月第1次印刷

开 本：880mm×1230mm 1/32

印 张：10

ISBN：978-7-5480-5429-0

定 价：38.00元

本书由江西美术出版社出版。未经出版者书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书的任何部分。
本书法律顾问：江西豫章律师事务所 晏辉律师
版权所有，侵权必究

前言

不懂销售心理学就做不好销售。消费者做出购买决定的时候，他的内心一定是被某种动机支配着，这种动机就叫作购买动机。购买动机是顾客的购买意愿和冲动，是驱使或引导顾客向着已定的购买目标去实现或完成购买活动的一种内在动力。它是购买行为的直接出发点。消费者正是在购买动机的支配下才会做出购买的决定。研究顾客的购买动机对销售工作的重要性，显而易见。

销售是一场心理博弈战，谁能够掌控顾客的心理，谁就能成为销售的王者！销售员不懂销售心理学，就犹如在茫茫的黑夜里行走，永远只能误打误撞。而优秀的销售员往往就像一位心理学家，最明白顾客的心声，善于了解顾客的真实想法，懂得运用最积极有效的心理影响力，让顾客觉得如果不从他这里购买产品就会后悔。不管是潜移默化的影响，善意的引导，平等的交谈，还是巧妙的敦促，优秀的销售员总是能用自己的能力和魅力，为顾客搭建一个愉悦和谐的平台，让销售变得顺其自然。

但是打开顾客的心门，不是仅靠几句简单的陈述就能够实现的。顾客的消费心理需要引导，因为顾客所做出的任何购买行为都是由他的心理来决定的。这就要求销售员要懂得察言、观色、攻心。只要学会观察，学会换位思考，销售员就能轻易地洞察顾客的心理，赢得顾客的信任，达到销售的目的。

世界权威销售培训师博恩·崔西曾明确指出，销售的成功与销售员对人心的把握有着密不可分的联系。在销售的过程中，恰当的心理策略能够帮助销售员取得成功。销售的最高境界不是把产品“推”出去，而是把顾客“引”进来！所谓“引”进来，就是让顾客主动来购买。掌握了销售心理学，你就可以判断出顾客的性格类型、洞察顾客的心理需求、突破顾客的心理防线、解除顾客的心理包袱、赢得顾客的心理认同，使顾客快速做

出购买决定。

为什么顾客会对你的产品产生兴趣，并最终做出购买产品的决定？在这个过程中，顾客的内心是怎么想的？为什么顾客会相信你这位陌生人，接纳你的建议？为什么顾客会被你说服，改变了自己先前的看法，进而做出有益于你的决定？为什么你的顾客会变成别人的顾客，这其中顾客会有一个怎样的心理变化过程……这些问题都是销售中要解决的心理问题。顾客所做出的任何购买行为都是由他的心理来决定的，如果你可以洞察并影响顾客心理的话，就可以引领顾客的行为朝你期望的方向前进，进而最终实现自己的销售目的。所以，每一位销售员要让销售获得成功，就得研究顾客的心理，寻找顾客的心理突破点。

每一位顾客都会有自己的软肋，而这种软肋就是他们的心理突破点，销售员应该做的就是抓住他们的这些突破点。爱慕虚荣型的顾客需要你的赞美、节俭朴素型的顾客需要你给一点优惠、干练型的顾客怕啰唆、情感型的顾客需要你去感动他们……各种各样的顾客心理各不一样，你要做的就是针对不同类型的顾客采取不同的销售方法，从他们的心理突破点出发，你就能在销售中取得事半功倍的效果。

《你的第一本销售心理学》从消费者的心理分析、如何抓住消费者的心理需求、销售中的心理策略、销售员的自我心理修炼等方面深入浅出地对销售心理学作了缜密的逻辑分析和介绍，并汇集了大量相关的销售实战案例，旨在通过这些案例来揭示现实销售活动中的心理规律，让你能够轻松掌握并应对顾客的心理变化，赢得顾客的心理认同，提升你的销售业绩，使你成为销售高手。

了解销售心理学，洞察客户心理；学习销售心理学，提升销售技巧；掌握销售心理学，赢得客户青睐；善用销售心理学，增加成功筹码。

目录

CONTENTS

你的第一本销售心理学

第一篇 成功销售从了解客户心理开始

PART 01	下足功夫，把握客户心理特征	002
	了解顾客购买动机	002
	影响购买行为的个人因素	005
	具体购买行为的影响因素	007
PART 02	掌握客户的消费心理	009
	顾客很看重精神需要	009
	爱占便宜的消费心理	011
	让顾客感觉物超所值	012

第二篇 对客户心理弱点进行击破

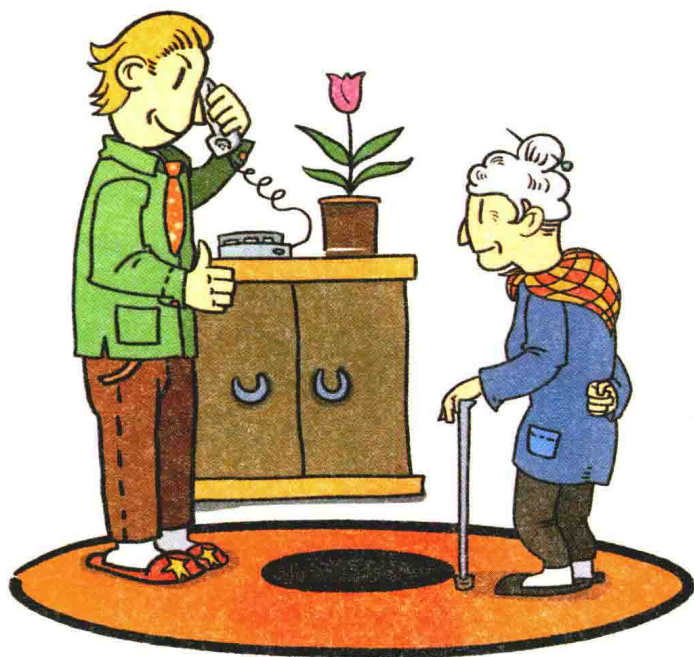
PART 01	根据不同的客户制定不同的销售策略	016
	从客户的弱点处突破	016
	让客户觉得你是他的朋友	018
	帮摇摆不定的客户决策	021
	学会与不同的人做生意	022
	照顾好客户的面子	024
	客户的忠诚度会写在脸上	026
PART 02	不可不知的 7 个心理学效应	028
	首因效应：建立有利的第一印象	028

	关怀效应：重视每一个客户	030
	存异效应：尊重客户的意见	032
	权威效应：以精确数据说服客户	034
	从众效应：顾客喜欢随大流	036
	剧场效应：将消费者带入剧情之中	039
	互惠效应：先付出一点给客户	041
PART 03	读懂客户话语背后的心理潜台词	044
	莫被“考虑一下”所欺骗	044
	正确理解客户的异议	046
	消除顾客对自己的“奸商”评价	048
	洞穿客户的隐含期望	050
	及时领会客户的每一句话	051
PART 04	身体语言藏着的心理学	054
	读懂客户的肢体语言	054
	决策者是可以被观察出来的	056
	找到你的关键客户	058
	敏锐地发现成交信号	061

第三篇 催眠术、博弈术应用

PART 01	和借口说“不”，彻底解除客户心理防线	066
	客户拒绝时怎么办	066
	客户嫌贵时怎么办	068
	客户心存疑虑怎么办	069
	转变客户的需求标准	072
	不放弃未成交的客户	074
	以过硬的专业知识赢得信任	075

化僵局为妙棋的心理对策	077
为销售付出最完美的服务	080
让客户意识到高成本意味着高收益	082
为促进成交准备多种方案	084
PART 02 迅速拉近心理距离的“小花招”	086
打造无敌亲和力	086
直击推销语言艺术	088
倾听让你更受欢迎	090
推销中的幽默规则	092
与客户思维保持同步	093
别因为穿着而被拒绝	095
从有益于客户的构想出发	097
微笑是你的第一张名片	098
记住客户的名字	100



PART 03	良好的现场互动能达到好的效果.....	102
	让客户“动”起来	102
	在报价上吸引住顾客	104
	送给客户适当的小礼物	106
	成交时要牢记的金律	108
PART 04	多赢的博弈销售心理.....	110
	学会制造悬念.....	110
	告诉客户你将带给他的利益	112
	在行家面前报价不可太高	113
	等待客户决策时要有信心	115
	以优质服务区分对手	116
	信任是成交的基础	117



PART 05	掌控心理操控术.....	120
	首先要赢得顾客的信任	120
	承诺的事情一定要做到	123
	明确拒绝不合理的要求	124
	善于制造紧张气氛	127

第四篇 成交前后，心理学护航

PART 01	关键时刻这样攻克心理壁垒.....	132
	适时强化顾客的兴趣	132
	用第三者搭建信任桥梁	133
	让客户没机会拒绝	135
	关键时可允许先试后买	138
	学会妥善处理客户异议	140
	只给客户三个选择的妙处	142
	采用先价值后价格的技巧	144
PART 02	排除异议，化解抱怨.....	147
	找到客户异议的症结	147
	灌输“一分钱一分货”的价值理念	149
	让顾客享受砍价乐趣	151
	采取因人而异的跟进策略	154
	准时地把握住成交时机	155
	用广博的知识抓住机会	157
PART 03	培养长期忠诚度的心理满足感	159
	千万不能怠慢了老顾客	159
	别忘记打售后跟踪电话	160
	用持续沟通实现二次销售	161

记录与客户的交流信息	163
防止大客户叛离的方法	164
将客户放在心里	166

第五篇 销售口才中的心理引导术

PART 01	问话术中的心理运用	170
	用问题来控制节奏	170
	多提积极的问题	172
	恰到好处地发问善于在提问中倾听	174
	巧妙提问探寻客户的真正需求	176
	不要问答案未知的问题	178
	迂回提问消除对方的戒备之心	180
PART 02	不能忽略的说话技巧与倾听艺术	182
	发挥听的功效	182
	精彩的开场白	183
	把话说到点子上	185
	使用最专业的用语	186
	认真倾听客户的心声	187
	用垫子法解答挑衅性追问	190
	赞美客户要有分寸	192
PART 03	不能触犯的话误区	195
	切勿片面地评价竞争对手	195
	切忌与客户争辩	197
	谨记9句不该说的话	199
	不要轻易许诺	201
	这样说服客户最有效	202

第六篇 销售员成功的方法和秘诀

PART 01	借助心理学的销售方式	206
	利用你的满意客户群	206
	利用赞助赢得客户信赖	207
	善借第三者的影响力	209
	活动促销吸引顾客的注意力	210
PART 02	巧拿订单的销售方法	212
	善于运用暗示法成交	212
	互补产品要放一起卖	214
	客户强硬时不妨以退为进	216
	要敢于主动提出成交要求	217

第七篇 销售员要懂点实用营销心理学

PART 01	定价心理学	222
	巨大利润藏在缝隙里	222
	价格还是由你说了算	223
	价格与价值必须相符	225
	定价时以消费者的需求为导向	226
	以折扣定价来培养忠诚顾客	228
PART 02	广告与品牌心理学	230
	让消费者先爱上广告	230
	选择最适合的传播方式	232
	借助名人会让你声名远播	234
	一定要赋予品牌以灵魂	236

PART 03 谈判心理学.....239

 要留心“无声语言”239

 眼神的巧妙运用.....241

 让对方只能回答“是”243

 主动提出可行性提议245

 把握让步的原则与尺度246

 将心理战进行到底248

 利用竞争优势压制对方250

 对谈判对手进行归类、分析253

 以退为进能让对手束手就擒256

第八篇 杰出销售员的心理修炼课

PART 01 修炼一颗百炼成钢的心.....260

 为你的工作而骄傲260

 努力克服怯场心理262

 坚持不懈才能成功263

 当好时间的主人.....265

 自信的人一定会赢267

 烦恼是看不见的瘟疫270

 善于规划才能高效271

 积极的人才能成功275

 决心是制胜的法宝278

 克服恐惧心理促成交279

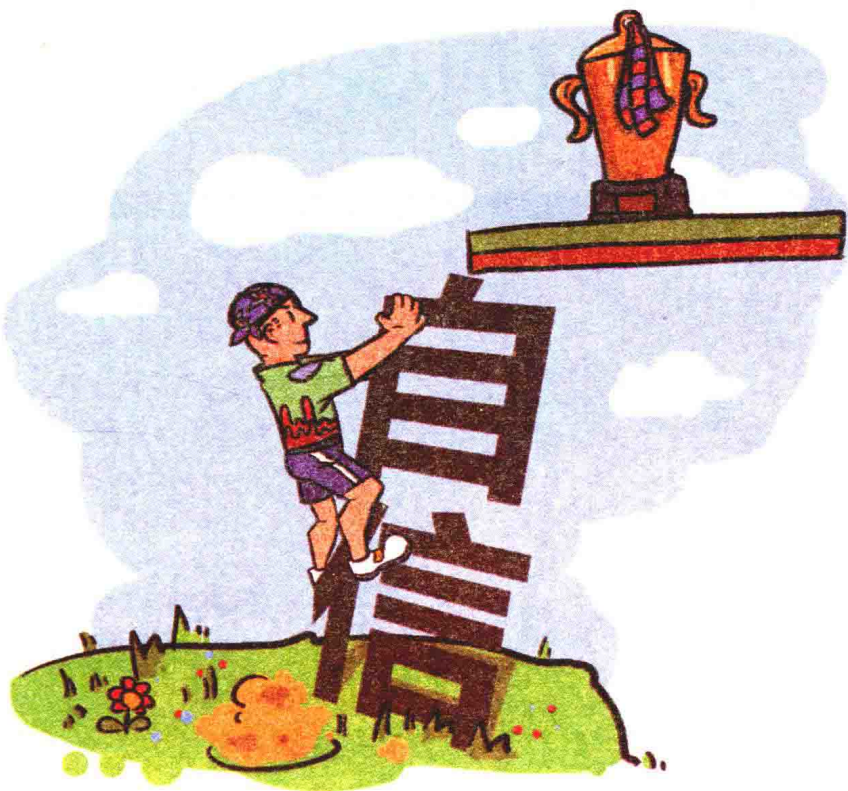
 谦虚让你有求必得281

 推销员一定要勤奋282

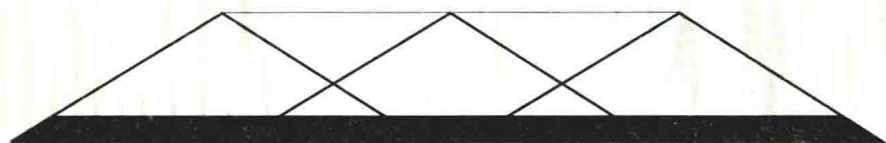
 学习应成为你的信仰283

 懂得在反省中获得进步286

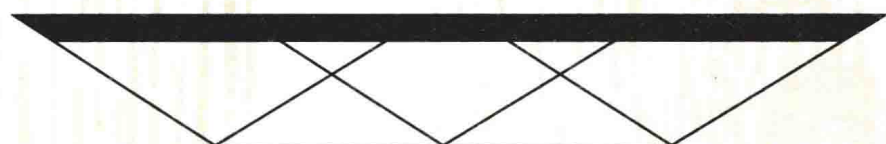
PART 02 金牌销售员要铭记的九条心理定律	288
二八定律：抓住重要客户	288
跨栏定律：勇于跨越缺陷	290
360 法则：管好客户档案	292
因果定律：比别人多做一些	293
斯通定律：态度决定结果	296
把斧头卖给总统	298
两个报童	299
假“竞争”	300
价值永恒	301



第一篇



成功销售从了解 客户心理开始



PART 01

下足功夫，把握客户心理特征

了解顾客购买动机

销售心理学一点通：要懂得顾客为什么会购买，就必须充分认识顾客的购买动机。

购买动机是顾客的购买意愿和冲动。这种购买意愿和冲动是十分复杂、捉摸不透的心理活动。因此，销售者必须善于识别顾客的购买动机，以把握机遇促成交易。

动机是代表无法直观的内在力量的一种构成。这里所说的内在力量，是指某一项迫切的需求、愿望、需要或感情。这种内在力量也就是人们通常所说的动力。这种动力激发和强迫主体获得某一行为反应，并规定该反应的具体方向。

购买动机是指为了满足顾客需求而驱使或引导顾客向着已定的购买目标去实现或完成购买活动的一种内在动力。它是购买行为的直接出发点。需求与欲望是购买动机形成的基础，而购买动机则是购买行为发生的驱动力。

虽然顾客的购买动机是复杂多变的，但是经过长期的调查分析和理论研究，人们总结出一些典型的购买动机模式。

1.生理性购买动机

生理性购买动机是指消费者为维持和延续生命、改善生活的需要所产生

的购买动机。根据需要发展的不同层次,生理性购买动机可以分为以下三种:

(1) 生存性购买动机。

为了维持和延续生命,人们必须满足自身生理机体的一系列需要。在现实中,消费者的某些购买活动,很大程度上是受生存购买动机的支配。特别是在收入水平较低的人群中,其购买力一般都投向基本的生活资料,即首先满足生存的需要。例如,为了充饥,需要购买食品;为了御寒,需要购买服装;为了遮蔽风雨,需要住房;为了治病,需要购买药品。

(2) 享受性购买动机。

人们的基本生活需求得到满足后,就会进一步产生享受的需求。例如,饮食不仅为了充饥,还讲究营养和味道;服装不仅为了遮体,还要求合体与美观;房屋不仅为了栖身,还要求宽敞舒适……为了改善生活条件,人们购买了电视机、组合音响、空调等;为了减少家务劳动,增加闲暇时间,人们购买了洗衣机、电冰箱、微波炉、吸尘器等。

(3) 发展性购买动机。

发展性购买动机是指由于个体的发展需要而引起的

购买动机。人的发展需要,分为体力发展需要和智力发展需要两方面。在体力发展方面,为增强体质的需要,消费者购买体育用品及健身器材等;在智力发展方面,为提高智力水平,消费者购买书籍、订阅报刊、学习技术、进修外语等。

2. 心理性购买动机

心理性购买动机是指因消费者的心理活动而引起的

