

瞬间读懂顾客心理 快速成为销售精英

成交的秘密

销售就是一场心理博弈

LI HAO XUAN

李昊轩 / 著



销售业绩比你多**100**倍的人，真的比你聪明**100**倍吗？
绝不！他们只是比你多知道一些销售心理学！

在销售领域，有98%的知识是理解人的心理和行为，2%的知识是产品知识。
如果你懂一些销售心理学，你的销售业绩将会超越95%的人，成为那5%，甚至是0.5%的销售精英！

成交的秘密

瞬间读懂顾客心理 快速成为精英销售

LI HAO XUAN

李昊轩 / 著



图书在版编目(CIP)数据

成交的秘密 / 李昊轩著. — 南昌 : 江西教育出版社, 2017.5

ISBN 978-7-5392-9410-0

I. ①成… II. ①李… III. ①销售—商业心理学
IV. ①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第068983号

成交的秘密

CHENGJIAODEMIMI

李昊轩 著

江西教育出版社出版

(南昌市抚河北路291号 邮编: 330008)

各地新华书店经销

三河市华润印刷有限公司印刷

720mm×1000mm 16开本 17.5印张

2017年8月第1版 2017年8月第1次印刷

ISBN 978-7-5392-9410-0

定价: 38.00元

赣教版图书如有印制质量问题, 请向我社调换 电话: 0791-86710427

投稿邮箱: JXJYCBS@163.com 电话: 0791-86705643

网址: <http://www.jxeph.com>

赣版权登字-02-2017-383

版权所有 侵权必究

前 言

销售的奥秘，就在销售心理学

为什么客户会对他的产品产生兴趣？
为什么客户会最终相信那个陌生人？
为什么客户会改变初衷而被他说服？
为什么客户会改变主意选择其他产品？
……知人难，知人心更难。

世间万象，一切皆由心起！“成功的推销员一定是一个伟大的心理学家。”这是销售行业的一句名言。销售作为一项伟大的事业，是一门科学，也是一门艺术；更是一场心理战。

事实上，每个销售员从一开始接触客户到完成交易，他所需要的不仅仅是细致的安排和周密的计划，更需要和客户进行心理上的交战，从这个角度讲，销售不仅仅是销售员与客户之间进行商品与金钱等价交换那么简单，更是一场销售员与客户之间心与心的互动与博弈，需要销售员对心理学的有效掌握与利用，销售员要想赢得订单，就必须成为这场心理战的赢家。

生活中，我们都知道这样一个事实：你要想钓到鱼，其中最重要的东

西就是鱼饵了，因为，不同种类的鱼对于鱼饵的喜好也不相同。由此，你就必须得站在鱼的立场上去思考它们喜欢吃什么，这样你才有可能钓得上鱼来。

同样，作为一名销售员，你要想赢得你的客户，就要站在客户的角度思考问题，弄清客户的心里到底在思考些什么，这样你才能更好地提升你的业绩。美国一项调查表明，那些顶尖销售员的业绩通常是一般销售员的300倍之多，而那些人也并非个个都是俊男靓女，也并非个个都能言善辩，唯一相同的是他们都拥有通往成功的方法，尽管他们所拥有的那些方法可能不完全相同，但却有一个共同之处，那就是洞悉客户的心理。

可见，销售绝不是“卖东西”那么简单，销售也不光是“要会说”的嘴上功夫——因为能言善辩与能说会道不等于能够让客户从心理上对你信服。美国著名图书推销员比恩·崔西曾经说过：“我能让任何人买我的图书。”他之所以这么说，是因为他明白一个道理：要想让一个人心甘情愿地去做一件事情，首先就必须让这个人心情愉悦，而让对方产生愉悦的唯一途径就是了解对方心理。掌握客户心理，才能在迅速变化的市场中占有一席之地。遗憾的是，在实际销售当中，很多销售员却常常忽略了心理销售这一重要环节。

销售是一场心理战！销售是心与心的较量！不懂销售技巧，就好比在茫茫的黑夜里行走，只能误打误撞。事实上，销售高手往往都是心理学研究高手。本书以心理学知识作为理论基础，引证了许多经过科学验证的心理实验，汇集了大量相关的销售实战案例，提炼出在销售中卓有成效的各种心理策略，并提供行动建议，相信会对销售员的工作有很强的指导作用。

通过阅读本书，您不仅可以领略到阅读的乐趣，还可以了解销售心理学方面的专业知识，在轻松愉快的氛围中掌握销售技巧。

将本书献给正在销售第一线奋斗中的人们！希望书中所列出的方式方法能真正伴随你们成长！

最后，祝大家都能实现自己的销售梦想，成为行业的销售冠军！

目 录

上 篇

一切与成交无关 ——销售就是一场心理博弈

第一章

心态是 1，技巧是 0——销售赢在心态

战胜怯场，销售是勇敢者的职业	004
自信，方能赢得客户信任	009
客户会为你的“热情”买单	013
拒绝悲观，积极面对	016
用幽默拉近彼此的距离	020
“好脾气”创造好业绩	023
磨炼恒心，绝不半途而废	027

第二章

要钓鱼，先当鱼——解读客户消费心理

“从众”心理，是所有人的通病	032
我是顾客，我就是上帝	035
为客户提供体现“面子”的机会	040
客户要的就是“占便宜”的感觉	044
客户最关注的是自己的利益	048
客户都有追求名牌的心理	051
客户都有怕被骗的心理	054

第三章

先交朋友，再做生意——拉近双方的心理距离

塑造良好的第一印象	060
用微笑征服你的客户	064
用专业知识打动客户	069
把客户的名字记在心中	072
赞美越具体，客户离你就越近	077
适当使用激将法	081
不要轻视每一位客户	085
商品报价要给对方留余地	088

第四章

一把钥匙开一把锁——寻找不同客户的心理突破点

- 专断型客户：要谨言慎行 094
- 随和型客户：最忌狂轰滥炸 097
- 虚荣型客户：要奉承 100
- 炫耀型客户：要恭维 103
- 精明型客户：要让其觉得“花得值” 106
- 内向型客户：要激发其购买欲 109
- 犹豫不决型客户：要营造危机感 113
- 标新立异型客户：要显示其个性 117

下 篇

销售就是要搞定心理学 ——心理学在销售实践中的运用

第五章

识别客户身体语言——小动作“出卖”客户大心理

眼睛就是客户赤裸裸的内心	124
眉语是客户的第二张嘴	127
头部动作往往先于决策	130
注意与手相关的小动作	133
脚部动作泄露的小秘密	138
坐姿中蕴藏的玄机	143
从吸烟姿态看性格特征	146

第六章

运用语言艺术——让开场白不再尴尬

成功销售离不开好口才	152
好的开场白，是成功的一半	156
少说“我”，多说“我们”	159

用有效话题打破冷场	164
谨慎使用专业术语	168
巧妙滋润枯燥话题	171
不做滔滔不绝的“独白者”	175

第七章

把异议当作突破口——销售就是消除心理异议的过程

嫌货才是买货人	180
声东击西，先说产品再说价格	184
多让客户说肯定的话	187
成功消除客户的疑虑	191
学会倾听客户，受益无穷	194
有技巧性地表达赞美之词	198
激起客户心理需求要多提示	202

第八章

踢好临门一脚——在与客户的攻防中顺利成交

视客户的拒绝为成交机会	208
讨价还价，妥协中促进生意成交	212
根据特定环境创造购买需求	216

快速找到客户的兴趣点	219
让客户的借口说不出口	222
让客户说出他的诉求	225
适当给客户一点儿“威胁”	229
避免和客户发生争论	233

第九章

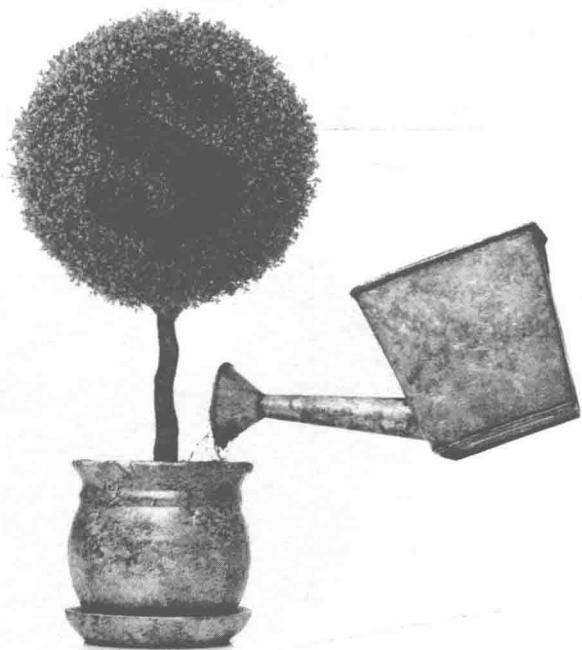
真正的销售始于售后——客户要买的是不让他操心的产品

用人情留住老客户的心	238
站在客户的立场思考问题	242
在服务细节上下功夫	246
勇于承认错误	249
积极回应客户的抱怨	252
用正确的态度对待客户的投诉	256
周到的售后服务是最好的推销	260

附录	265
----------	-----

上 篇

一切与成交无关
——销售就是一场心理博弈



销售是一场心理战！销售是心与心的较量！不懂销售技巧，就好比在茫茫的黑夜里行走，只能误打误撞。事实上，销售高手往往都是心理学研究高手。

第一章

心态是 1，技巧是 0 ——销售赢在心态

对于销售员来说，
心理素质的好坏往往直接影响其事业的发展。
多数销售员缺乏自我批评、自我反省的勇气，
这是一种缺乏信心的表现，
同时也反映了其心理素质脆弱的一面。
乔·吉拉德曾说过：“信心是推销员胜利的法宝。”
当然，这也仅仅是优秀销售员必须具备的其中一项心理素质而已。



战胜怯场，销售是勇敢者的职业

从心理学上来讲，人们在面对一些陌生事物的时候，总是会在内心形成一种心理暗示，比如把一块宽 30 厘米、长 10 米的木板放在地上，人们可以轻易地从上面走过去，但如果把这块木板放在高空中，很多人就会因为害怕而不敢迈步。这时候人们往往会形成一种自我暗示：我会掉下去的。在这样的暗示作用下，人们就会感到恐惧，害怕自己真的掉下去，虽然事实上并没有发生。

销售工作，在一开始恰恰也会遭遇类似情形。现实中，几乎没有一个客户见到销售员上门来推销商品时，会笑容可掬地出门相迎说：“欢迎欢迎，您来得正好”“真是雪中送炭”，随后便主动付款成交。事实上，销售员从举手敲门、客户开门、与客户的应对，一直到成交、告辞，每一关都是荆棘丛生，没有平坦之路可走。

从这个意义上来说，销售工作绝不是一些懦弱的人所能承受的，它是一份勇敢者才能从事的职业，只有勇敢者才有希望在销售行业中建功立业，成就辉煌人生。下面，让我们来看一下日本保险业连续 15 年全国业绩第一的“推销之神”原一平的销售故事吧。

一次，原一平去拜见一家商社的总务科长，向其推销生命保险。但对方听完后直接回绝说：“在我们商社有许多干部反对加入这样的保险，所

以我们决定，无论谁来推销都一律回绝。”

“为什么？能否将其中的原因说给我听呢？”原一平问道。

“其实也没有什么特别的理由，只不过商社的管理层有这样的共识，所以我也没有办法改变。”总务科长表示无能为力。

“哦，是这样，不过，我想针对这些问题制定一个具体方案，并请您过目。请您给我两周的时间吧！”原一平问道，“如果您看了我的方案感到满意的话，能否予以采纳呢？”

“好吧，如果方案真的可行的话，我争取向商社上层汇报。”

原一平结束拜访赶回公司，和同事们讨论了这个问题，在接下来的几天里他又接连奔波于上野图书馆和日比谷图书馆之间，查阅了大量相关的书籍，终于制定了一份完美的方案，并附有图表加以说明。

两周后，他再去拜见那位总务科长。总务科长对他的方案非常满意，把它推荐给总务部长和经营管理部长。最终，原一平赢得了这家商社全体员工生命保险的保单。

原一平深有感触地说：“推销就是初次遭到客户拒绝之后的坚持不懈。也许你也像我那样，连续几十次、几百次地遭到拒绝。然而，就在这几十次、几百次的拒绝之后，总有一次，客户将同意采纳你的建议。为了这仅有一次的机会，推销员在做着殊死的努力。推销员的意志与信念就显现于此。”

有调查显示：一次成功的推销通常要面对50次以上的“不需要”“没预算”“不喜欢”“太贵”等理由的拒绝后，才会产生一个准客户，身为推销员若是没有坚强的意志，是很容易被击垮的，虽然销售技巧能提高部分成功率，但却仍然是远低于棒球选手30%的胜率。销售之艰难可见一斑！

工作中，有些销售员对于产品、技能的掌握都没有问题，他们非常勤奋，甚至也赢得了客户的尊重，但当他们在销售产品的过程中遭到客户拒绝后，往往会产生一种心理障碍——推销的恐惧心理，害怕在公共场合讲话，不愿意拜访客户，不敢向陌生人推销。而当他们产生恐惧心理后，在下一次的销售过程中就会表现得更差。在这一点上，销售新人表现得尤为明显，由于缺乏人际勇气而遭到淘汰的高达40%以上，这些人多半是在入职后不长的时间就暴露出这样的问题。

厄尔·南丁格尔曾经说过：“无论是什么，只要我们将它植入自己的潜意识中，不断想象并注入情感，都会在某一天成为现实。”你在想什么，你就会得到什么，这可以作为每一位销售员的座右铭。

优秀的销售员应具备的心理素质就是不畏惧。因为在销售职业生涯中，头号杀手既不是商品的价格，也不是宏观的经济萧条，甚至不是竞争对手的策略或拒绝见面的客户，而是拜访客户时的胆怯心理。

纵观那些在销售领域取得巨大成就的销售员，他们之所以能够创造出比普通销售员更高的业绩，并不是因为他们比其他人更少遭遇客户的拒绝，恰恰是他们会认为被拒绝是常事，他们会时常抱着被拒绝的心理准备，并且怀着征服客户的自信。

可见，对于销售员来说，既然你有勇气接受销售这一职业，就应该敢于面对销售过程中的各种挫折。销售员必须敢于推销自己，同时更要愿意自我推销，最大限度地争取到客户的认可。

威名远扬的英国前首相丘吉尔曾说过：“一个人绝对不可在遇到危险时，背过身去试图逃避。若是这样做，只会使危险加倍。但是，如果立刻面对它，毫不退缩，危险便会减半。绝不要逃避任何事物，绝不！”因此，如果你害怕拜访陌生人，克服害怕的方法就是不断地面对陌生人，直到这种害怕完全消失为止。这是一种自我激励的技巧，更是建立自信心和勇气