

一学就会的

销售心理学

把任何东西卖给任何人

李哲远◎著

活学妙用销售心理学
解决销售难题

资深销售经理20年
实战技巧全公开

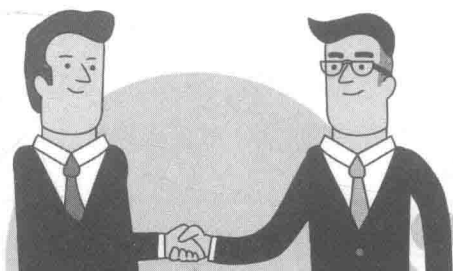
抓住客户消费心理
立竿见影提升业绩



一学就会的

销售心理学

李哲远◎著



中国出版集团



现代出版社

图书在版编目(CIP)数据

一学就会的销售心理学 / 李哲远著. —北京: 现代出版社, 2017.5

ISBN 978-7-5143-5913-8

I. ①一… II. ①李… 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066305号

一学就会的销售心理学

作 者 李哲远
责任编辑 魏 巍
出版发行 现代出版社
通讯地址 北京市安定门外安华里504号
邮政编码 100011
电 话 010-64267325 64245264 (传真)
网 址 www.1980xd.com
电子邮箱 xiandai@vip.sina.com
印 刷 三河市金泰源印务有限公司
开 本 710mm × 1000mm 1/16
印 张 19
版 次 2017年6月第1版 2017年6月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5143-5913-8
定 价 39.80元

版权所有, 翻印必究; 未经许可, 不得转载

前 言

作为一名销售人员，我们经常会有这样的困惑：

为什么自己费尽口舌说了一大堆，客户就是不买账？

为什么无论自己如何信誓旦旦地一再保证不会有问题，客户仍然持怀疑态度？

为什么有时虽然之前的沟通非常顺畅，但最后要成交时客户却突然反悔？

为什么一个自始至终看起来稳操胜券的大单，却一夜之间就被竞争对手无情地夺走？

世界权威销售培训师博恩崔西曾明确指出，销售的成功与销售人员对人心的把握有着密不可分的联系。在销售行业中有一句名言：“成功的推销员一定是一个伟大的心理学家。”销售人员在业内的地位如何，能取得什么样的销售业绩，在很大程度上取决于其对顾客与顾客心理的掌控能力。

销售是一门艺术，用最动人的语言敲开客户的心门；销售是一门科学，用最合理的逻辑消除客户的疑虑；销售是一门技巧，用最恰当的方式实现销售的目标。无论是此前时代成功的销售大师和精英原一平、乔·吉拉德等，还是商业时代的李嘉诚、马云等深具影响力的成功人士，都谙熟心理运用技巧，具备

一流的销售能力。

销售是一场心理博弈，成败之间，全在双方心理上的你来我往、斗智斗勇。在销售过程中，销售人员只有熟练应用心理学策略，才能从根本上化解销售中的难题，从而立于不败之地。销售人员不懂心理学，就犹如在茫茫的黑夜里行走，没有方向，就做不好销售工作。如果我们想成功地卖出产品，就必须读懂客户的内心，了解客户的心理需求，这样我们才能立于不败之地。所以说，销售精英往往都是心理学大师。

本书是结合销售实践和最新心理学研究成果的实用工具书，对销售人员销售过程中的不同阶段、消费者的不同心理以及销售人员应该如何面对顾客等方面都做了详细的介绍。以心理学知识作为理论基础，汇集了大量相关的销售实战案例，并提出应对建议和攻心策略，其中包括：销售洞察术、销售读心术、销售说服术、销售攻坚术、销售掌控术、销售迎合术、销售沟通术、销售博弈术、销售排异术、销售人脉术等十大销售心理学，从各个方面教你如何看透与掌控客户的心理，并告诉你作为一名优秀销售人员必备的心理素质和能力素养。让销售新人成功进入销售职场，让普通销售人员逐步成为销售冠军。

可以说，本书是一本非常实用的销售书籍。希望大家利用书中所给出的方式方法，将销售技巧和销售心理学进行完美结合，迅速达成交易，拿下订单。最后，祝愿大家都能实现自己的销售梦想，成为销售行业的佼佼者！

在编写过程中，本书借鉴了国内外一些广告营销学、心理学著作，参考了大量具有科学依据的文献资料，在此，向各位作者和编者表示感谢。限于编者水平，错误和不当之处在所难免，欢迎各位读者提出宝贵的意见。

第一章 销售洞察术：微行为隐藏着大玄机

从外表观察客户类型 003

从服饰特点折射客户偏好 008

从言谈中洞悉客户特点 013

从微表情判断客户内心 017

从举止透视客户的心态 022

从语言习惯分析客户软肋 026

从手脚姿势读懂客户的心 030

第二章 心理读心术：阅人有术，掌握客户的购买心理

VIP 心理：人人都喜欢被恭维 037

从众心理：人有我也要有 041

逆反心理：越不卖越要买 044

顾虑心理：害怕上当受骗 047

趋利心理：不管是否真便宜，只需感觉占便宜 050

好奇心理：想要揭开神秘的购买欲 053

戒备心理：让客户卸下武装 057

权威心理：客户往往喜欢跟着“行家”走 061

第三章 心理迎合术：投其所好，轻松搞定你的客户

- 发现客户兴趣点，投其所好 067
- 化解客户疑虑，让客户收获放心 070
- 用微笑拉近彼此间的心理距离 073
- 寻找聊天话题，客户喜好什么你就说什么 076
- 说好客套话，帮助会很大 079
- 多替客户着想，多体谅客户的难处 082
- 感情投资花费最少，回报最高 085
- 你给客户留面子，客户给你签单子 089

第四章 心理沟通术：让陌生成为熟悉的“快熟”法则

- 消除陌生，把任何人变成客户 095
- 尊重客户，才能让客户信任你 099
- 牢记客户姓名，换得客户心理好感 102
- 适当幽默，让自己成为有趣之人 105
- 倾听客户的心声，满足客户的需求 108
- 有效提问，让谈判沟通更见成效 111

第五章 心理说服术：把话说到客户心坎儿上，一句顶一千句

- 话不在多，“攻心”最重要 117
- 巧用提问来说服客户 121
- 超级说服力：完美的30秒自我介绍 124
- 巧妙回答，化解客户不合理的要求 128
- 雄辩是说服力，沉默更是说服力 132
- 一语中的，把话说到点子上 135
- 巧用激将法说服客户 139

消除客户异议，轻松说服客户 144

第六章 心理掌控术：真正了解客户的心，才能留住他们的人

揣摩客户心理，捕捉购买信号 151

开动脑筋，用创意的点子拿下客户 155

少说多听，从潜移默化中去影响客户 159

打赢讨价还价心理拉锯战，让客户心甘情愿掏腰包 163

给客户讲故事，用故事感动客户 168

掌握说话主动权，让客户听你的 171

抓住客户的心，造势攻心为上计 174

第七章 心理博弈术：善用心理学的“诡计”

开价高于实价，给自己预留谈判空间 181

先抑后扬，事先向客户渲染“最坏的情况” 184

瑕不掩瑜，大胆暴露自己产品的缺陷 187

永远不要泄露自己的底牌 192

价格谈判，有时要欲擒故纵 197

摸清客户的底线，在博弈中占据优势 202

“以柔克刚”，应付客户挑战 206

在销售中制造一种紧迫感 209

第八章 心理攻坚术：瞄准心理弱点，抓住客户软肋

采取试用的方式，减少客户对风险的担忧 217

客户犹豫不决时，要帮助客户消除疑虑 220

让客户“货比三家”，还愿意回头下订单 224

巧妙利用客户的冲动心理促进成交 229

使用有说服力的案例，能大幅提高成交率 233

给客户一个台阶，给自己留有成交余地 236

巧妙让客户占便宜而不是图便宜 240

第九章 心理排异术：消除客户心理异议，快速成交

平常心对待拒绝，弄清客户真正想法 245

正确对待客户异议，刁难之中暗藏商机 250

站在客户的立场上，真诚化解客户的异议 253

采取有效应对策略，消除客户价格异议 256

寻找最佳发力点，把握处理客户异议的黄金时机 260

巧妙应对客户的不同反应，异议调解中的说话术 263

化解客户负面情绪，消除客户心理异议 267

第十章 心理人脉术：不做一锤子买卖，让客户带来更多客户

销售有形，售后服务却无形 273

充分重视客户的不满与投诉 277

打造完善的售后服务体系，提升客户满意度 282

定时回访客户，让客户记住你 286

掌握维护、留住老客户的技巧 290

想客户之所想，超出客户期望 294

第一章 销售洞察术：

微行为隐藏着大玄机

生活中的每个人都是不一样的，有着不一样的需求，不一样的行为举止，不一样的生活习惯。销售员要有效地激发顾客的购买欲望，就应学会如何从客户的外表形象、言谈举止、生活习惯等与销售密切相关的事物中看出客户的性格，判断客户的心理需求，并根据客户的具体情况做出具体的应对策略，做到知己知彼，百战不殆。

从外表观察客户类型

虽说人不可貌相，但人的“外在表现”能够在一定程度上反映“内在自我”。而做销售，有一个最重要的奥秘，就是要看“脸”，什么是看“脸”，就是顾客的衣着打扮、气质、反映出来的社会地位等。所以，作为销售员，如何琢磨顾客的购买能力，怎样观察顾客，也是一种能力。说得直白些，就是用“以貌取人”的方法来判断客户类型，或是判断客户的购买力。

对于销售人员，善于通过衣着打扮、察言观色来判断顾客的购买力，这是一个销售人员应具备的基本能力，更重要的是，要会以不同微笑，在不伤害别人的前提下，细分和过滤你的客户。

销售人员想要提高业务能力，首先要练“眼”，其实就是要学会从客户的衣着上准确地判断出客户的经济实力。从衣着上看，是国产名牌还是世界名牌，哪个牌子，属第几等级，搭配得如何？从言谈举止上看，还可根据顾客的“坐骑”判断他的身份和购买力。

如果你看过《福尔摩斯探案全集》就知道，在这部书中提到大侦探福尔摩斯第一次与华生见面时的情景，福尔摩斯立刻辨别出华生是一名去过阿富汗的军医。那么，福尔摩斯是如何辨别出来的呢？答案就是通过观察，敏锐的观察力使福尔摩斯快速地获取对他有用的信息，成功地侦破各种案件。

同样的道理，观察力也是一个销售员必须具备的素质，这是因为只有拥有敏锐的观察力才能尽可能多地掌握客户没有直接告诉我们的信息，初步了解客户的需求，从而为成交开路。所以，在与客户谈话前，销售员要通过细心的观察来尽可能多地了解客户，为谈话做好准备。

当销售员第一眼见到客户时，销售员就要发挥你的观察力，首先你要对客户整体外表进行一番观察，比如客户的衣着打扮如何，对人的态度如何，同时也要注意一些细节的地方，如头发、鞋子、帽子、手上戴的戒指和手表等。当然，观察客户的动作不能太明显，以免让客户觉察到，引起他们的反感。

例如，当一位衣着光鲜、珠光宝气的客户走进汽车展销厅时，我们就知道他可能更喜欢那些豪华、享受型的车；如果我们发现在客户的办公室或家里摆放着一些工艺品或小玩意儿的话，我们就可以猜测到他在购买汽车后对汽车的饰品可能也会感兴趣；简单朴实的梳妆台、不加装饰的办公室则意味着客户可能偏爱简练实用的车型。

由此，林岚判断出对方对生活品质有超高的要求，在随后的产品介绍中，她着重强调了产品优良的品质，以及到位的服务。她的介绍让“海归”很快心动，没有几天就下了订单。

从表面上看，王玲莉和林岚的营销方法似乎没有什么不同，都是通过介绍产品打动客户，不过林岚比王玲莉多了一道程序——从外表判断客户的类型。

在与客户交流之前，林岚努力收集资料，了解客户最基本的信息。遇见客户后，通过观察客户的服饰、气质、身体语言以及行为态度，判断客户属于哪种类型，然后对号入座，看人上菜。

林岚的营销手段，用一则对联就能完美形容——“请坐请坐请上坐，上茶上茶上香茶”。贩夫走卒，我们用梅花上的雪水烹一杯香茶，没准他都会嫌不解渴。若是十足风雅的人，我们用粗瓷杯装白开水，他又嫌我们粗鄙。

由此可见，判断和区分客户类型是多么的重要。

所以，经常有销售员抱怨说：“现在的顾客真是难伺候，一点也不配合，

问他需要什么，他们不肯说，要么根本不说话，要么说‘随便看看’，要了解他们的具体需求，很难。”

实际上，正是销售难度的存在，才体现出销售员的存在价值。一名出色的销售员，总是能从销售的瓶颈中找到突破口，他们通常都具备敏锐的观察力，顾客一进门，他就能通过观察，大致判断出顾客的身份、地位、性格等信息，因为人的内在会或多或少地外显于众。然后，他们会进行一些有针对性的推荐和试探，满足顾客的购买需求，进而达成交易。

有一天，某手机卖场来了一位穿着时髦的年轻女顾客，她一头彩色头发，服装打扮也很另类。导购员对其上下打量了一下之后，就主动走过去，先进行了一番礼貌的问候，然后，这名导购员出于好奇，就询问顾客：“您爱上网聊天吧？”

顾客：“是的，你有可以用QQ软件聊天的手机吗？我就是要买这样的手机。”

导购员：“当然有，我们现在推出了几款最新的4G智能手机，运用QQ聊天很方便。”

顾客：“那都给我看看吧。”

最后，这位着装怪异的顾客购买了该卖场最贵的一款时尚手机。

这个销售案例中，导购员问对了问题，根据顾客时髦的装扮，他便推测顾客有上网聊天的爱好，于是，他便从这一点入手，找到顾客的购买兴趣所在，成功地销售出了产品。

一般来说，我们根据顾客的外表，可以大致判断出顾客的个性特点：

1. 实力型顾客

这类顾客目标明确、干劲十足，勇于迎接挑战，具有坚强的意志和决断能

力。他们重视效率，喜欢控制场面，能够坦诚地表达自己的意见，并在交流中占据主导地位，不爱受规则的约束。这类顾客大多打扮干净、利落，不喜欢过多地修饰。购物目的明确，不喜欢拖泥带水。与导购员或促销员见面后，一般很快提出他们的期望，并指出你应该提供的服务。

2. 活泼型顾客

活泼型顾客极为享受生活的乐趣。性格活泼开朗、热情奔放、豁达直率，乐于接受新事物，创造力强，可以说是朋友圈中的“开心果”。但他们缺乏耐性。这类顾客外表看上去很时尚，着装色调多以暖色为主。初次见面，他们就会与你谈论兴趣爱好，并讲一些自己的经历或朋友的故事。

3. 完美型顾客

完美型顾客很重视逻辑思维，他们善于分析，喜欢透过事物的表象发掘其内涵和真相，乐于自己动手寻求问题的答案。这类顾客在穿着打扮上多注重细节，比如，他们的每一件配饰都完美无瑕，且搭配得天衣无缝。他们在交谈时不喜欢与导购员目光对视，回答提问有时会停顿较长的时间。

4. 和平型顾客

和平型顾客是最易相处的“老好人”。他们性格低调、随和，与世无争，善于倾听，具有超然的处事风度，能够知足常乐。但和平型顾客的态度和行为大多较懒散，安于现状，不喜变革，缺乏创造性和热情，不愿做出自我改变。穿着上一般没有太多花哨。当导购员介绍产品时，他们非常友好，很少提关于产品的问题。

针对以上四种类型的顾客，销售员要做到：

1. 正视顾客性格的差异性，针对不同类型的顾客提供有差异性的销售服务，切忌机械地套用一种方法去与所有顾客沟通。
2. 尊重顾客的个性需求，适应和满足他们的需要，而不是企图将自己的意志强加于人，或者对顾客横加指责。
3. 掌握顾客购买决策的常见心理和个性心理特征，巧妙沟通，力求根据顾

客的心理特点来销售，引导顾客做出正确的购买决策。

可见，销售员想要最快地打开局面，当务之急是判断和区分客户的类型，之后再看人上菜，基本能大致了解顾客的个性心理特征，根据这些不同点进行试探，并推荐适用于不同顾客需求的产品，促进销售的成功！

从服饰特点折射客户偏好

从客户的穿衣打扮偏好上，往往可以折射出客户的心理，这一点在女性客户身上体现得尤为明显。例如，女性客户对于服装的选择，就隐藏了很多个性化的心理特点。今天，绝大多数的女性，都会选择裤装，认为裤装更中性化、更沉稳，符合职场女性追求男女平等，不分高下的态势。这一点从超女的女性着装就可体现出来。但以往，很多女性却会选择裙装，认为裙装更为柔美，更能体现女性的妩媚。

通常来说，衣饰艳丽多彩的人，性格会更外向开朗，但内心充满不安，正是为了弥补这种不安，这些顾客在购买服装时，常会选择高色调的衣饰。他们对个人的性格和能力怀有强烈的不确定感，对工作待遇等问题也常感到不满意。和外表的亮丽多彩完全不同，他们其实有着畏缩不前的个性，容易受外界的影响。

一个顾客走进你的店铺，销售人员从他的一言一行、穿着打扮以及手中拿的东西，马上就要设计你的导购程序。试想一下，一个男顾客拿着宝马钥匙来地摊买衣服，这种可能性太小了。要知道，所有顾客的穿着打扮都代表着商机。

一般情况下，人们的收入状况和经济水平，一定程度上是可以从其穿着打扮上看出来的。穿着服饰质地优良、式样别致的客户，应该有较高的购买能力。而服饰面料普通、式样过时的客户多是购买力水平较低、正处于温饱水平的人。