

销售圣经实战系列丛书
SALES BIBLE™ Practice Series

打赢攻心战，订单就是你的 解码客户心理，引导轻松成交！

工具化、实战化销售心理学 齐宏◎著

王牌销售 攻心术

成功拿单的6大攻心技巧



销售圣经实战系列丛书

SALES BIBLE™ Practice Series

攻心术 王牌销售

宏◎著

中华工商联合出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

王牌销售攻心术/齐宏著. —北京: 中华工商联合出版社, 2010.9

ISBN 978-7-80249-552-4

I. ①王… II. ①齐… III. ①销售 - 商业心理学
IV. ①F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 164102 号

王牌销售攻心术

作 者: 齐 宏

责任编辑: 卢 俊 韩 旭

选题策划: 卢 俊

营销企划: 卢 俊 韩 旭

责任审读: 海 鸿

责任印制: 迈致红

装帧设计: 水玉银文化

出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷: 三河市华丰印刷厂

版 次: 2010 年 9 月第 1 版

印 次: 2010 年 9 月第 1 次印刷

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

字 数: 190 千字

印 张: 14.75

书 号: ISBN 978-7-80249-552-4

定 价: 29.90 元

服务热线: 010-58301130

工商联版图书

团购热线: 010-58302813

版权所有 侵权必究

地址邮编: 北京市西城区西环广场 A 座

19-20 层, 100044

http: //www. chgsclbs. cn

凡本社图书出现印装质量问题,

E-mail: cicap1202@sina. com (营销中心)

请与印务部联系。

E-mail: gslzbs@sina. com (总编室)

联系电话: 010-58302915

前 言

销售既是一种职业，也是一门科学、一门艺术，但它更是一场心理战，是一场销售员与客户间心与心的互动与博弈。销售，不只是销售员与客户之间进行商品与金钱等价交换那么简单，它更需要对心理学的掌握与利用。销售员要想提高业绩，就必须成为这场心理战的赢家。

销售员与客户的共同参与，促使了销售活动的完成。客户在这场活动中不仅要使所购产品或服务满足其基本的生活所需，更主要是满足自己的心理需求。销售员则在为客户提供满意的产品和服务中获得了利益，也实现了其自身价值，从而达到双赢。

那么，作为一名销售员，你在与客户的交流沟通中，是否常常遭到客户的拒绝？是否与客户话不投机、产生争执与分歧？又是否在胜券在握时，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？

这些状况的出现都是有一定原因的。但是一个优秀的销售员不会去考虑谁来

为这些结果负责，而是积极地从正面采取补救措施。这场心理战的双方是客户与销售员，作为销售员，就是要努力想办法让自己始终占主导地位，这样才能牵着客户的鼻子走。

怎样才能知道客户是否对产品有兴趣，又如何读懂客户的暗示呢？这些都是销售中要解决的心理问题。销售员要在谈判过程中，练就察言观色、洞察人心的能力；善于从客户的衣着外表、言谈举止等细节上揣测客户的心理、分析客户的思想动态。然后从客户的心理需求出发，说客户喜欢听的话、推销客户需要的产品并为客户提供满意的服务，这样才能将客户引领到我们所期望的方向，最终实现自己的销售目的。

销售的博弈，攻心为上！本书针对销售员在销售实战中各个环节遇到的不同问题，从心理学的角度进行分析，告诉销售员如何巧妙地利用心理学的技巧促使销售成交。只有掌握必备的销售心理知识和技巧，才能在销售心理博弈中取胜，快速提高销售员的职业素质，进而取得非凡的销售业绩。

前 言 // 1

- 第一章**
最大的敌人是自己——
销售员心理素质修炼
1. 学会推销自己 // 3
 2. 自我暗示要积极自信 // 6
 3. 对客户的热情要真诚 // 9
 4. 心急吃不了“热豆腐” // 12
 5. 不必畏惧大人物 // 15
 6. 不抛弃、不放弃 // 18
 7. 拒绝是成交的开始 // 21
 8. 不给自己找借口 // 24
 9. 对待挫折要乐观 // 27
 10. 忍一时风平浪静 // 29
 11. 挖掘自己的心理潜能 // 32
 12. 用知识做心理的强大后盾 // 35
 13. 用口才展现自身的文化修养 // 38
- 第二章**
知己知彼才能成交——
客户心理全把握
1. 客户关心的总是自己的利益 // 43
 2. 客户需要安全感 // 46
 3. 巧用客户的怀旧心理 // 49
 4. 搞定“过而不入”的客户 // 52

5. 征服犹豫不决的客户 // 54
6. 巧妙利用客户的虚荣心 // 57
7. 机智应对客户的挑剔 // 60
8. 化冲动为行动 // 62
9. 以物超所值引导客户 // 65
10. 巧用客户的攀比心态 // 68
11. 善用客户“贪小便宜”的心理 // 70
12. 减少客户的逆反心理 // 73
13. 疏导客户的暴躁心理 // 76

第三章 初见客户把握机会—— 初见客户攻心术

1. 见面之前做好全面准备 // 83
2. 用开场白吸引客户注意 // 86
3. 用有效话题打破冷场 // 89
4. 幽默感会让客户更轻松 // 92
5. 投其所好拉近彼此距离 // 95
6. 用人或物产生移情效应 // 97
7. 产品介绍要满足客户心理 // 100
8. 灵活应对不同性格的客户 // 103
9. 挖掘出买方的决策者 // 106
10. 用最有效的证明征服客户 // 108
11. 制造与客户不期而遇的机会 // 111

第四章 有效倾听高效沟通—— 与客户交流攻心术

1. 倾听攻心术 // 117
2. 准确把握直言与婉言 // 120
3. 永远不与客户发生争执 // 124
4. 让客户亲身感受产品 // 127
5. 沟通时和客户交朋友 // 130
6. 与客户保持同一阵营 // 133
7. 了解你的竞争对手 // 137
8. 引导客户说“是” // 140
9. 用效仿获得客户的好感 // 143
10. 谨慎使用专业术语 // 146
11. 巧妙滋润枯燥话题 // 149

第五章 签单之前提高警觉—— 成交攻心术

1. 帮助客户早做决定 // 155
2. 让步要让得有价值 // 158
3. 谈判要重价值轻价格 // 162
4. 适度运用善意的“威胁” // 165
5. 给客户最需要的而不是最贵的 // 168
6. 许给客户的承诺要兑现 // 172
7. 肢体语言透露成交信息 // 175
8. 运用成交策略攻破心理防线 // 178
9. 沉着应对成交最后一刻 // 182
10. 掩饰你的成交喜悦 // 185
11. 放长线才能钓大鱼 // 188

第六章 有效学习事半功倍—— 销售心理定律全收录

1. 沸腾效应：客户离购买只差1℃ // 195
2. 多看效应：找理由多与客户面谈 // 198
3. 250定律：1个客户会带来250个潜在客户 // 201
4. 跨栏定律：每天都有一点进步 // 204
5. 定式思维效应：用客户的经验说服客户 // 207
6. 名牌效应：用名牌才有面子 // 209
7. 权威效应：客户依靠专家式的销售员 // 212
8. 禁果效应：激发客户的好奇心和逆反心理 // 215
9. 登门槛效应：销售员就要得寸进尺 // 218
10. 首因效应：形象是销售员的第一张名片 // 221

参考书目 // 225

Psychology For the Top Seller

第一章

最大的敌人是自己—— 销售员心理素质修炼

学会推销自己

心理学家曾指出：客户首先是通过认知销售员从而认知产品。只有当客户认可了销售员的人品和内涵，他们才会愿意与销售员做生意。所以，作为销售员，在你销售产品之前，必须时刻提醒自己：“推销自己比推销产品更重要。”

张小姐是某公司的汽车销售员，一次她应某公司部门经理李先生之约，前去洽谈购车事宜。面谈前，张小姐已经全面掌握了这位部门经理的详细资料。在约定见面的当天，张小姐早早就来到了李先生的办公室外面，和其他应约而来的汽车销售员们一起等候与李先生的面谈。等候期间，张小姐不失时机地和公司的工作人员闲聊，互留名片。

当轮到张小姐面谈时。她轻叩门后问：“我可以进来吗？”李先生说“请进”，她才进入办公室。张小姐首先递上自己的名片，然后优雅地坐下。此时李先生看上去略显疲惫、稍露烦躁。张小姐见到李先生办公室的墙上挂着一幅字，

她便充分利用自己在书法方面的知识与李先生开始了攀谈。随着李先生的情绪逐渐好转，也开始对张小姐赞赏有加。聊到代步工具时，张小姐递上了本公司的产品简介。

李先生说：“这款车造型还可以，不过不知道性能和价格如何？”

张小姐微笑着回答说：“您真是好眼力，这款汽车的车型设计曾经获得过××设计比赛的大奖呢！它的性能也非常优异……更重要的是……”

于是，李先生向陈小姐购买了他看中的那款汽车，尽管那款汽车的价格要比他的预算要高一些。

市场上功能不相上下的产品很多，有时候吸引客户的不只是产品，更是销售员的个人魅力。在销售活动中，不论是销售员还是产品，都要让客户感到满意。但是，销售员应该首先把自己成功地推销给客户，客户只有在认同了销售员本身之后，才有可能接受并认同他所推销的产品以及提出的意见。如果销售员能够使客户认同自己、接受自己，那么整个销售就已经成功了一半。作为销售员，我们怎样才能成功地将自己推销出去呢？

(1) 自我认同

其实我们从出生就一直在从事着销售工作，为了得到父母、老师、同学的喜欢，我们会积极地表现自己。同理，销售员成功推销自己的目的就是得到客户的认同。而要想让客户认同自己，首先要肯定自己。销售员只有对自己有了积极的定位，才能在与客户的沟通交流中表现出自信的一面，从而得到客户积极的回应。一个对自己和自己所销售的产品都不认同的销售员，又怎能得到客户的认同？更不用说完成销售了。

(2) 打造完美的职业形象

俗话说，人靠衣装，佛靠金装。销售员的外在形象是递给客户的第一张名片，对职业影响至关重要。从一个人的穿着打扮、言谈举止中还能窥探出一个人

的内在素质和修养。

职业形象是与客户交流的一种无声语言。整洁的着装与优雅大方的举止会为销售员赢得客户的好感与尊重，缩短彼此之间的距离，有利于销售工作朝着自己设定的方向发展。我们不妨从以下几个方面着手，打造完美的销售员形象：

- * 选择与自己的职业、身材、年龄、工作场合相符的着装。
- * 仪表要干净整洁。出门前注意自己是否有脏指甲、头皮屑、汗渍等。
- * 言谈文明、举止大方。保持稳重端庄的站姿与坐姿，服务态度要自然不做作，礼貌用语时常挂在嘴边，面带微笑、注意眼神的交流。同时避免信口开河、花言巧语。

(3) 让自己与众不同

销售员要想赢得更多的客户，就要让更多的客户认识你、记住你。只有让自己在众多的销售员当中脱颖而出，才能吸引客户的眼球，最终让客户只埋你的单。

与众不同不是靠奇装异服、滑稽搞怪来完成的。销售员要从自身素质上多做文章：具备别人所不具备的品质，回答别人难以回答的问题，解决别人解决不了的突发情况。客户一定会对这样的销售员刮目相看，从而产生信任感。

(4) 把每个人都当做自己的潜在客户

在面对第一次见面的客户时，销售员大多会有这样的心理：这个客户要是能买我的产品，我就多下点工夫；不买，我就不和他浪费时间了！这虽然不失为一种高效率成交的方法，但从长远来看，却有可能断送一些潜在客户。

不论成交与否，销售员都应真诚地对待自己的每一位客户。今天不一定能成交，也许明天能成；A 客户不一定需要你的产品，但 B 客户需要，而 A 可能是 B 的好友。

(5) 让自己的名片满天飞

世界上最伟大的销售员乔·吉拉德曾说过：“生意的机会遍布每一个细节。”

谁都说不准客户会在哪里出现，可能是街边的音像店，也可能是五星级酒店的大厅里。而名片是对一个人最直接的介绍。从名片中我们可以了解一个人的身份、地位、职业、联系方式。作为销售员，更应该随身携带自己的名片，不放过任何一个争取客户的机会。

我们不妨学学乔·吉拉德：只要碰到人，就立即从口袋里取出名片；每次去餐厅吃饭，在给付的小费旁附带两张名片；带1万张名片去观看体育比赛，在人们欢呼时把名片扔出去，将人们的注意力转移到名片上。长此以往，对你感兴趣的人会越来越多。而成功推销了自己之后，再推销产品便会容易得多。

攻心经验：

- ▷ 在推销产品之前，先要成功地推销自己。客户只有在认同了销售员之后才会认同他所销售的产品。
- ✧ 销售员要想得到客户的认同，必须先认同自我。
- ▷ 推销要靠外在形象，更要靠内在修养。
- ✧ 销售员要善于把自己最好的形象和品质展现给客户，用自己的魅力赢得客户的喜欢和信任。

自我暗示要积极自信

自我暗示是销售员在进行自我心理修炼时，最有效调节身心机能的方法。销售员通过语言或想象，使内心具备自己欠缺的某种特质。当面对客户时，才会产生积极的自我暗示，关键是要调整好心态，时刻保持积极自信。

小张和小王都是某营销管理专业毕业的高才生。小张性格开朗，在学校里做

过学生会主席，人缘颇好。小王在校时学习刻苦，成绩优异，但是心理素质稍差。二人毕业后共同去应聘某知名公司销售主管一职。通过层层选拔，最后一轮测试要求他们向指定公司推销一款签字笔。

小张心中窃喜：凭我的能力，一定能推销很多！小王则有些担忧：客户已经有签字笔了怎么办？完不成任务怎么办？

小张事先做好了充分准备，见到某公司采购部的主管后很高兴地说：“您好，非常荣幸能见到您。我们公司生产的签字笔目前在北京各大企事业单位都有使用，质优价廉，还获得了多个全国科技奖。我看贵公司用的笔已经很落伍了，不用我们的产品太说不过去了……”

而小王见到采购部的主管则有些唯唯诺诺：“您好，感谢您在百忙之中给我时间，打扰您了！我是某某公司的销售员，我这次来主要是想借此机会让您看一下我们的产品。其实我们在北京销售签字笔已经很久了，使用过的公司反馈都说不错，您看什么时候有机会能试用一下……”

经过一番谈判，小张得到了一张预定两万支笔的订单，小王则被主管婉言拒绝了。最终，小张获得了销售主管的职位。显而易见，小张是怀着必胜的信心积极主动地去推销，而小王却抱着“硬着头皮试试看”的心理。一个做事不积极、对自己没有信心的人，又怎么能感染别人，让别人相信呢？

在与客户联系之前，销售员若有消极悲观的心理，认为客户可能会拒绝你的推销，那么你的消极态度必定会在你的言谈举止中体现出来，从而留给客户不可靠、不真诚的感觉。如果销售员能在推销前就进行积极的自我暗示，告诉自己“我一定会成功！”那么就可以充分发挥自身的潜力去有效地与客户沟通交流，最终达到成功销售的目的。所以，掌控好自我暗示非常重要。

(1) 永远保持自信心

要让别人相信你，首先你必须相信你自己。以积极、肯定的态度时刻保持自信心，是每个销售员成功销售的前提。我们不仅要有自信的心态，还要自信地说

话、自信地做事。自信虽然不是成功的充要条件，却是成功的必备因素。如果一个人失去了自信就会没有动力，分析问题时就会产生消极的想法。试试用下面的方法提升自信心：

- ④ 参加讲座或是会议时，挑前面的位子坐。
- ④ 同客户讲话时，正视对方的眼睛。
- ④ 争取每一次当众发言的机会。
- ④ 多做自己擅长的事情。
- ④ 帮助身边每一个需要帮助的客户。
- ④ 每一天都告诉自己：“我是最优秀的，我一定会成功！”

(2) 爱自己的公司及产品

客户在购买商品之前，肯定要对这件商品以及它的销售商做全面的了解，有了兴趣之后才会购买。另一方面，客户对销售员推荐的产品或服务是否感兴趣，很多时候源于销售者对产品或服务的态度。销售员把自己对公司及产品的信念传递给客户，会比理性的说明更加有效。

很多销售员把不出业绩的原因推卸到产品不好上。每个行业都有销售冠军，同样的产品，为什么有的大卖，有的滞销呢？关键在于销售员的心态。所以，当你想说服客户购买你的产品之前，要先说服自己爱上你所在的公司和你所销售的产品。

(3) 结交积极乐观的朋友

孔子曰：“与善人居，如入芝兰之室，久而不闻其香，即与之化矣；与不善人居，如入鲍鱼之肆，久而不闻其臭，亦与之化矣。”这句话足以说明结交朋友的重要性。消极悲观的朋友会传染我们，积极自信的朋友会感染我们。长期与什么样的人相处，就会不自觉地与什么样的人相似。销售员要想树立正确的人生态度，让自己的内心变得积极起来，就一定要结交那些有益于自己发展的朋友，学习他们身上的优点和长处。

总之，销售员看待问题的态度至关重要，它会直接决定交易的结果。

攻心经验：

- ※ 在拜访客户之前，大声对自己说：我是最优秀的，我一定会成功！
- ※ 相信自己，相信自己所在的公司，相信自己所销售的产品。
- ※ 结交积极自信的朋友，他们会感染我们，帮助我们增强自信乐观的人生态度。
- ※ 用积极乐观的态度去说服客户，带给客户一个愉快的心情。
- ※ 通过你的言行，让客户感受到我们周到的服务。

对客户的热情要真诚

热情，可以使消极的人变得积极，使悲观的人变得乐观，使懒惰的人变得勤奋，使懦弱的人变得有责任感。同样，热情也可以使一个失败的销售员走向成功。热情不光能够鼓舞和激励一个人对工作和生活充满希望，同时，一个人的热情还可以感染他身边的许多人。客户都不会喜欢冷漠的销售员，而销售员发自内心的热情一定能融化客户冷漠拒绝的坚冰。

在美国有一个叫布莱姆的出租车司机，很多人都不相信，他每年收到的小费高达14000美元。同样的出租车司机工作，为什么他的收入高于所有的人呢？下面就是布莱姆平凡的一天当中发生的一件最平凡的事。

早上，布莱姆在希尔顿酒店门口接到了准备赶往机场的史密斯先生。

“尊敬的先生，您好！很高兴为您服务。”客人上车后布莱姆礼貌地问候，并递给史密斯一张名片，上面写着：“您好，我是布莱姆。我是您的司机。请放心，我会让您舒服、安全、及时地到达目的地。为了您的旅途愉快，有什么需要敬请提出。我会竭诚为您服务。”