



XIAOSHOUBAIFANG DE XINLIPOJUSHU

俘获客户内心的心理秘籍

一本书让你破除客户的猜疑和顾忌，顺利打入客户的内心

了解客户心理，懂得从客户的角度思考问题，才能获得成功。

积极思考，调动智慧，才能打开顾客的心门。



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

ME
美 迪 亚

华通咨询
HUATONG
专注于管理实践

· 销售员 ·
实战心理训练丛书

销售拜访的 心理 破局术



XIAOSHOUBAIFANG DE
XINLIPOJUSHU

孙 健◎编著

电子工业出版社·

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

在销售过程中,拜访客户是最基础的工作。要想成功拜访客户,销售员必须学会了解和分析客户心理,破除客户的猜疑和顾忌,顺利打入客户的内心。

本书以心理学的各种原理和策略为基础,从六个方面展现了销售员成功拜访客户的破局之术:如何跨越从陌生到相识的心理过程;如何全面了解客户的各种购买心理,攻克客户的防卫心理;如何进行拜访前的心理排练;如何用心做好销售拜访的各项准备工作;如何在拜访中通过倾听、诱导等技巧识别客户的隐性需求和潜在心理;如何出奇制胜,俘获客户的心,为谈判和成交做好铺垫。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

销售拜访的心理破局术/孙健编著. —北京:电子工业出版社, 2011.1
(销售员实战心理训练丛书)
ISBN 978-7-121-12543-0

I. ①销… II. ①孙… 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 247169 号

责任编辑:杨 雯

印 刷:北京天竺颖华印刷厂

装 订:三河市鑫金马印装有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编:100036

北京市海淀区翠微东里甲 2 号 邮编:100036

开 本:720×980 1/16 印张:14 字数:174 千字

印 次:2011 年 1 月第 1 次印刷

定 价:30.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系。联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn,盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

前言·Foreword

在销售过程中，客户拜访是最基础的工作。很多销售员都有这样的感觉：只要客户拜访成功，产品销售的其他相关工作也会随之水到渠成。然而，还是有许多销售员觉得客户拜访工作无从下手，遭白眼、受冷遇、吃闭门羹的故事举不胜举。

其实，销售拜访的关键就是运用心理学，切入客户的内心世界，这时候，你会发现销售拜访原来可以这样简单。

古代两国之间进行大战之前，必有一个谋略的研究问题，所谓“运筹于帷幄之中，决胜于千里之外”，需要研究对方的心理，以便采取最佳的战术。拜访客户实际上也是一场战争，是一场心与心的较量。所以，拜访客户之前要从“攻心”开始，从“心”认识客户，即先从“心理”上认识客户，了解客户的心理需求，进而找到攻克客户之心的方法。

成功学家卡耐基有句名言：“我喜欢吃草莓，鱼喜欢吃蚯蚓，所以，垂钓的时候，我不以草莓而以蚯蚓为鱼饵。”这给我们销售人员的启示是，要想让客户购买你的产品，关键是要打动客户的心，而打动客户不仅要讲究方法和技巧，更要研究

客户的心理，练就一双“火眼金睛”，一眼就能看清客户的心理需求，这个需求点就是决定客户是否购买你的产品的“命门”。也就是说不管你自己多么喜欢吃草莓，也不要试图以草莓来引诱鱼，而应知道鱼最爱吃的是蚯蚓，只有以蚯蚓为诱饵，它才会上钩。

销售拜访的过程，实际上就是你与客户之间的一种心理博弈。“知己知彼，百战不殆。”在与客户对决的心理博弈中，如果销售员不了解客户心理，不能满足客户的消费心理，就不可能成功。销售员不仅要考虑自己的利益和心理需求，更要考虑客户的利益和客户的心理需求，懂得站在客户的角度想问题，懂得体会客户的心。

要知道，成功的客户拜访不仅仅需要依靠销售人员的艰苦努力，更需要智慧、需要动脑、需要思考。如何才能打开客户的心门，不是仅靠销售员几句简单的陈述就能够实现的。因为客户有着自己的想法和决定，因此，你必须要用“心”——真心、诚心、耐心、爱心、细心。用心拜访，你才能捕获客户的心，控制客户的情绪，化解客户的抵触，让客户的心变得畅通，拜访自然就会成功。

犹太商人极其精通攻心策略，他们认为：树怕剥皮，人怕攻心。运用心理学技巧影响客户心理活动，操纵对方情感，如同催眠一般，先瓦解对方坚固的防御心理，进而掌握客户的思维动向，使其轻易就范。所以说，在客户拜访中，谁能在心理上占据优势、俘获客户的心，谁能给客户在情感性利益方面更多的满足，谁就能赢得客户，谁就能达到自己销售拜访的目的。这就是本书要解决的问题。

本书以客户拜访的心理技巧为核心理念逐步展开：从陌生到相识；从“心”认识客户；从进行有效的销售准备到接触客

户，运用心理技巧说服客户。向读者展示了一个完整的销售拜访过程，书中引用了大量案例和一些经典话术，目的在于让读者彻底从心理上认识客户，以便用心打动客户，进而获得拜访的成功。

本书在编写过程中参考了一些相关书籍、报刊及网上资料，未能一一列出，谨在此一并致谢！另外，书中如有不妥之处，还望您提出宝贵意见。

目录 · Contents

第一章 从陌生到相识的心理历程

第一节	心有多近，客户就有多近	2
	第一次，就打动客户	2
	主动为客户着想	5
	走进客户内心	7
第二节	既要亲近，又要保持距离	10
	客户拒绝时要学会“缓”	11
	对客户再好也要有“度”	12
	千万不要揭客户的“短”	15
第三节	像对待朋友一样对待客户	16
	以信任换取信任	16
	客户的朋友也是朋友	17
	精诚所至，金石为开	20

第二章 从“心”认识客户

第一节	全面了解客户的心理	24
	收集信息,认真分析客户需求	24
	打探难处,有效解决客户问题	29
	望闻问切,系统把握客户心理	31
第二节	动态掌握客户的心境	35
	从语气判断客户的情绪	35
	从身份判断客户的心态	38
	从对比中把握客户心态变化	41
第三节	横向了解客户需求	43
	掌握客户的常见需求心理	43
	了解不同类型客户的心理弱点	45

第三章 心理排练:让自己心中有底

第一节	角色预演,给自己热身	52
	自我心理预演	52
	角色模拟预演	56
第二节	锻造自己坚强的内心	58
	保持乐观心态	58
	控制不良情绪	61
	树立自信心理	65
	自我积极暗示	68

第四章 有备无患：让自己轻松出击

第一节	细心做好拜访准备	72
	储备相关知识，制定拜访计划	72
	备好拜访工具，做到百无一失	79
	根据客户身份，准备拜访台词	83
第二节	用心进行电话预约	85
	充分刺激客户的听觉器官	85
	拨动客户的心弦	87
	勇敢面对客户的拒绝	89
	让客户在电话里感受你的热情	92
第三节	用心抓住开场 30 秒	94
	展现良好的个人形象	95
	直入客户内心的开场白	101
	让客户感觉你是自己人	111
	把握主动权，主动才不会被动	116
	告辞也要讲技巧	118

第五章 以静制动：让客户无所遁形

第一节	明晰客户语言背后的心理	124
	用心倾听，解读客户语言中的隐秘	
	心理信息	124
	巧妙提问，用问题摸清客户的底牌	129
第二节	读懂客户的肢体语言	132
	面部表情会出卖客户的心理	133
	从手势动作了解客户心理	138

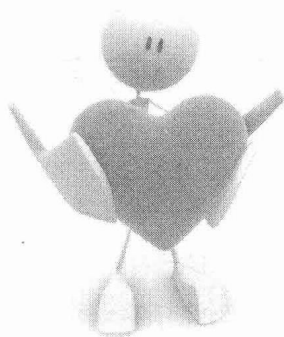
	从客户坐姿透视客户心理·····	140
	腿和脚的动作不会撒谎·····	143
	透过日常生活习惯了解客户心理·····	144
第二节	创造心理优势, 控制沟通格局·····	149
	“视线控制术”让客户无处可逃·····	149
	用肢体动作控制客户·····	151
	顺势诱导, 利用惯性思维引导客户·····	154
	让客户跟着你的思路走·····	156
	以退为进, 吸引客户的心·····	159
	利用环境条件, 进行暗示和诱导·····	160
	用气势“压住”客户·····	162

第六章 出奇制胜：让客户无从拒绝

第一节	判断客户购买心理, 让客户自愿上钩·····	168
	重视产品背后的情感价值·····	168
	体验式销售, 刺激客户感官系统·····	171
	欲取先予, 有付出才有回报·····	174
	利用客户害怕失去的心理诱惑客户·····	176
	反复刺激客户的购买兴趣点·····	178
	环环相扣, 介绍你的产品·····	180
	把痛苦说透, 把好处说够·····	182
第二节	掌握说服技巧, 成功打动客户·····	185
	让第三方替你说话·····	185
	用故事说服客户·····	187
	用数据增强说服力·····	190
	巧妙演示, 用产品说服客户·····	192

第二节

善意“威胁”助你成功·····	194
适当示弱，诱惑客户的同情心·····	197
形象化的比喻说服客户·····	199
满足客户，客户才能满足你·····	201
迎合客户的内心喜好·····	201
记住客户的名字·····	202
洞察客户个性需要，提供个性服务·····	204
互惠双赢，客户更容易接受·····	205
谁都需要赞美，客户也不例外·····	206



第一章

从陌生到相识的心理历程

销售拜访的过程，实际上就是一个你与客户从陌生到熟悉的过程。在这个过程中，最关键的一步就是拉近与客户的心里距离，走进客户的内心，取得客户的信任，做到这一点，一切就变得容易多了。但是，亲近不等于亲密，“距离产生美”，保持适当的距离才是最安全的。

第一节 心有多近，客户就有多近

第一次拜访客户时，最关键的一步就是拉近与客户心理距离。有一句话说得好：“要打动客户的心而不是脑袋，因为心离客户装钱包的口袋最近。”所以，你的心离客户有多近，客户就有多近。如果销售员能够专注于客户，能够进入客户的内心世界，那么，之后的拜访就会变得容易很多。

第一次，就打动客户

有相亲经历的人都知道，初次见面时，若一方感觉不满意，往往会表现得较为冷淡，甚至出现冷场，在这种情况下并不想有第二次见面。同样，对于销售员来说，如果你不能在第一次拜访过程中就打动客户，没有表现出强烈的再访意识与欲望，那么下一次的拜访就会难上加难。

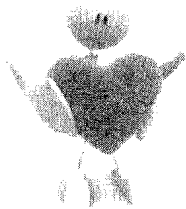
所以，第一次拜访客户时，你不一定要让客户购买你的产品，但你必须要打动客户，也就是说你必须让客户在第一次就喜欢上你、记住你，千万不要寄希望于下一次。

用形象打动客户

一位销售员成功地拜访了一位客户。当时，与他竞争的还有一位实力更强、所在公司规模更大的销售员。但是，客户最后却与他签订了合同。事后，这个销售员问客户为什么选择了他们公司。客户说：“你第一次来拜访我的时候，我看见你和你的同伴西装革履、手提电脑、精神抖擞、自信满满。一看就

DE XIN LI PO JU SHU
XIAOSHOU BAIFANG

销售拜访的心理破局术



是一个可信任的、具有很强战斗力的团队。而且，你与我谈话的时候，态度很诚恳，不像别的销售员一副盛气凌人的样子（暗指竞争对手）。与我约定见面时间后，从来不迟到。这样为客户着想的人，一定能把客户关系管理做好。”这就是形象的作用。

由此可见第一次拜访时销售人员自身形象的重要性。因此，你必须要记住：要打动客户，自身形象是关键的一招。

◇ 外部形象

服装整洁，行止端正，精力充沛，仪容、言谈举止乃至表情动作自然大方。外部形象也要由心而发，要将你的内在美全部展示出来。

◇ 情绪控制

销售员的情绪会影响到客户的情绪。因此，你必须控制消极情绪，以微笑见人，让客户产生愉快情绪，这样更容易获得客户的好感。

◇ 态度诚恳

积极的态度会给客户留下深刻的印象，而“老实人”形象更容易捕获客户的心。所以，应避免慌乱、卑屈、傲慢、冷漠、随便等不良态度。

◇ 自信心

自信心可以“威慑”客户，感染客户，让客户欣赏你、信任你。从而让你控制拜访的节奏，使客户觉得他可以拒绝你的产品，但不能拒绝你这个朋友。

用情感打动客户

长于推销的日本人有一句极经典的话：买卖是爱。所以，销售员要从客户的感觉出发，采用情感策略打动客户。美国销售大王乔·坎多尔福也曾说过：“销售工作 98% 是感

情工作，2%是对产品的了解”。可见，拜访客户，特别是第一次拜访，由于双方从没有打过交道，彼此之间会有隔阂，若想打动客户，就必须注入情感，令客户感动了，你就是最大的赢家。

◇ 考虑问题要以客户为中心

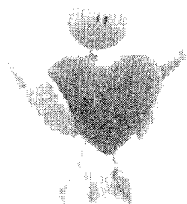
现在，客户的心理已越来越成熟，他们反感那些只关心如何把产品卖到他们手里的人。试想，谁会喜欢一个随时向自己“要钱”的人呢？所以，你要学会站在客户的角度想问题，以真正能帮助到客户为目的，而不是“忽悠”客户掏钱。

“耐克”在打开女性市场时，其广告的创意方案就是采用自我审视的方法，以女性客户为中心，来揭示女性的内心世界。作品采用对比强烈的黑白画面，背景之上突出展现的是一个个交织在一起的“不”字。广告文字似乎不像是一个体育用品商的销售诉求，而更像一则呼之欲出的女性内心告白：在女性的一生中，有人总认为你这不能干，那也不能干；有人总说你不够优秀，不够强健，不够有天赋；还有人会说你身高不行，体重不行，体质不行，不会有所作为……这太多太多的“不”字伴随了女性的一生。现在，你要大声说：“不，我能行！”女性要以行动证明自己的价值和自尊。

这则广告深深打动了广大女性，许多女性顾客打电话来倾诉说：“耐克广告改变了我的一生”、“我从今以后只买耐克，因为你们理解我。”此后，“耐克”女性市场的销售业绩蒸蒸日上。

◇ 真诚赞美客户

真诚地赞美客户是打动客户的一剂良药。多对客户的优点加以赞美，会让他们的自尊心得到极大的满足，进而取得他们的信任。但要注意赞美不是夸张的恭维，赞美要得体。



◇ 让客户觉得你很有趣

第一次拜访时一定要让客户觉得你很有趣，进而对你的东西产生兴趣，这样就很容易安排下一次见面。而且让客户产生兴趣，对以后的销售工作很重要。因此，在拜访过程中介绍自己时，要抛出一些有吸引力的东西，比如行业背景、资历，等等，让客户有一种如见知音的感觉，才能打动客户。

◇ 问候并感谢客户

初次拜访，亲切地问候能迅速拉近你与客户的距离。同时，对客户怀有感恩之心，也能打动客户。目前，销售员普遍忽视的一个细节就是未向客户表示感谢。实际上，第一次拜访，给客户留下一个客气、礼貌的形象更有利于客户对你迅速产生好感。

礼貌地问候和感谢：“陈总，您好！我是××公司的销售经理李骏，非常感谢您能抽出宝贵时间接受我的拜访。”

◇ 营造轻松和谐的开场氛围

为营造出比较轻松、融洽的开场氛围，在进入正题之前，应迅速提出一些寒暄话题，博得客户的好感，如谈论足球赛、天气、娱乐新闻、对拜访客户的公司的感受等。当然，寒暄的话题应经过精心准备，要能迎合客户的兴趣和爱好。

主动为客户着想

销售员都会有这样的体会：当你用心对待客户，你也会得到客户用心的回报。将心比心，主动为客户着想，你就能与客户走得更近。其实，任何一位客户都期待着你能主动为他们提供真诚的、贴心的产品或服务，就像对待自己的亲人一样，主动地为客户着想，就是“永远比客户先一步想到结果，永远

比客户晚一步拥抱结果”。但如果你只是把钱放在心中，而不用真心，只去忽悠，你就会伤害客户的心，进而失去客户。

想客户所想、急客户所急

主动地为客户着想就是要做到想客户所想、急客户所急。如果你认为将冰箱卖给爱斯基摩人、将电灯卖给盲人的人就是一个好销售员，那就彻底错了。那样做只是单纯地在考虑自己的利益，而完全忽略了客户的实际需要。

你拜访客户的前提是帮助客户而不是伤害他们，是帮助客户寻找解决实际困难的方案而不是欺骗他们。你若想与客户走得更近一点，你就必须让客户感受到你的诚意，感受到你是在为他着想，而不是让客户掏钱买回一堆麻烦。

著名销售员陈品蚊，曾经只是一名柜台销售员，但后来曾连续七年拿到中国人寿松柏荣誉会长（业绩第一名）头衔，同时还是2002年百万圆桌协会（MDRT）的TOT会员（top of the table 顶尖会员；业绩为一般MDRT会员的六倍）。

陈品蚊总是能主动为客户着想，她认为自己在生活上遇到的困难，客户也一定会遇到，所以她把客户的一切问题当成自己的问题。向银行借钱有困难？陈品蚊帮客户和银行打交道。儿女要出国留学？代办留学、安顿、注册，陈品蚊帮助客户一手搞定。客户要出国旅游，陈品蚊也能统统包办，找旅行社、规划行程。她的做法让客户非常感动，为她带来了很大单。

一次，陈品蚊和同为业务员的丈夫吴进旺在拜访陌生客户时，恰好遇到客户的工厂出货，所有员工忙得不可开交，夫妻两人二话不说、卷起衣袖帮忙出货，别人当他们是老板找来帮忙的人，也不以为意。没想到他们也就这样跟着工作到天黑，直到吃饭时，老板才注意到，怎么多出两个陌生人？这时他们才自我介绍说是业务员，老板很感动，虽然他说自己最讨厌的

DE XIN LI PO JU SHU
XIAOSHOUBAIFANG
销售拜访的心理突破术

