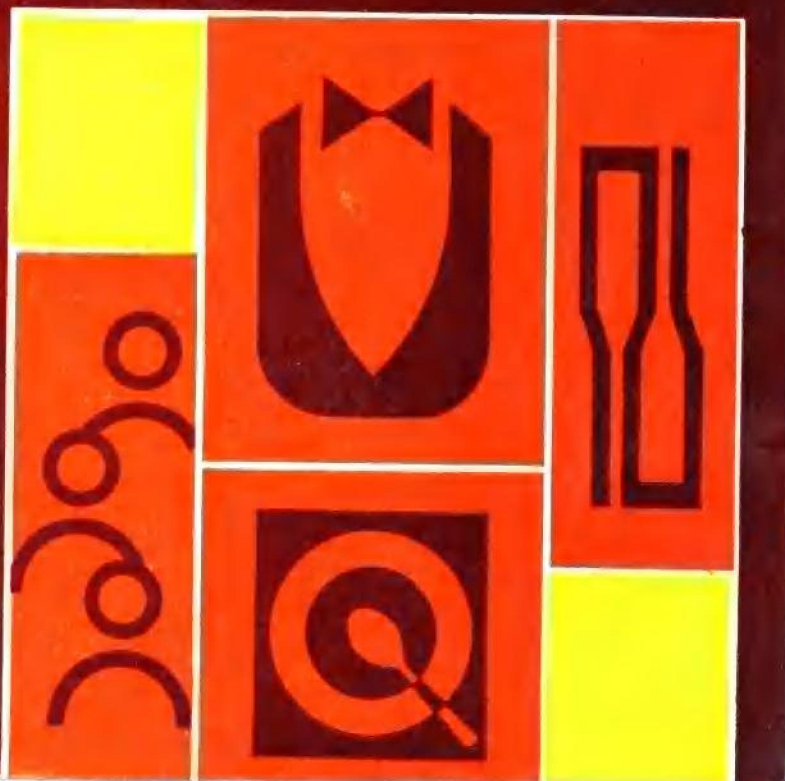


销售诀窍 和顾客心理

〔美〕罗 瑞·迪茨伯格 著
约 翰·基 德 尼



销售诀窍和顾客心理

〔美〕罗瑞·迪茨伯格 著
约翰·基德尼

孔凡军 译

中国人民大学出版社

SELLING

Roger Ditzenberger John Kidney
SOUTH-WESTERN PUBLISHING CO.

Cincinnati, Ohio, 1984

根据美国俄亥俄州辛辛那提市西南出版公司1984年版译出

销售诀窍和顾客心理

〔美〕罗瑞·迪茨伯格 著
约翰·基德尼

孔凡军 译

（中国人民大学出版社出版发行）

（北京西郊海淀路39号）

中国人民大学出版社印刷厂印刷

（北京鼓楼西大石桥胡同61号）

新华书店经销

开本：787×960毫米32开 印张：5.875

1990年12月第1版 1990年12月第1次印刷

字数：91 000 册数：1-9 000

ISBN 7-300-00993-X
F·288 定价：2.55元

F713
J57
320421-5-5

P.180

译者的话

销售也是一门科学，推销有术，能使死商品变活；推销无术，能使活商品变死。本书以研究顾客心理为主线，深入浅出地分析了售货员销售商品的每一个环节，细致探讨了吸引顾客的各种方法，详细介绍了销售的一般常识和技巧，是售货员和每个从事商业工作人员的必读书目，也是每个顾客选择商品的最好指南。

在翻译时我们对重复的部分进行了删节。孔腊荣、张健民二同志对译稿进行了部分校正和文字上的加工润色。

1990年9月

目 录

第一章	推销术·····	1
第二章	售货员·····	13
第三章	顾客购买动机·····	26
第四章	商品信息·····	37
第五章	买和卖的过程·····	48
第六章	吸引顾客的方法·····	61
第七章	观察方法和交谈艺术·····	71
第八章	如何预测市场走向·····	96
第九章	调动顾客感官的技巧·····	106
第十章	怎样对待顾客意见·····	116
第十一章	销售的尾声·····	141
第十二章	销售结束之后·····	164

第一章 推销术

阅读本章后可了解：

- 1.掌握推销术对每个人的生活具有重要意义；
- 2.推销商品实际上是在帮助顾客；
- 3.获利和赢得顾客信任是销售的两个目的；
- 4.顾客有三种不同的类型；
- 5.不同的顾客有不同的特点；
- 6.顾客是商业的主宰者；
- 7.顾客在购物时通常要考虑的五种因素。

在你的日常生活中掌握销售诀窍将会受益无穷。例如，你想借用一下别人的汽车，你就必须用一种技巧说服车主使他乐意借给你；当你在寻求一种职业时，就要想办法让老板相信你是一个好的雇员；当你在一个组织里竞选某一职务的时候，实际上就是在向公众推销自己，必须设法让

大家相信你具有一定思想水平和工作能力，能够肩负起领导该组织的重任。推销术实际上就是说服别人接受自己的观点和建议的一种技术。

很多工作都需要销售技巧。商店经理总想雇用那些遇事肯动脑子思考的人，在工作中能和同伴友好相处的人，也就是能使他的生意兴旺的人。在世界商业事务中，推销术也发挥着重要的功能。很多商店老板运用推销术，从顾客和雇员那里获得经营经验，制定经营决策和具体实施程序。一个成功的售货员也往往是使用销售技巧来帮助顾客在购物时做出明智的选择。

● 什么是销售？

销售实际上是一门有效地和别人交流的艺术，简单地说就是向顾客解释某件商品能够给他带来的好处，直到顾客发自内心地想购买这件东西。所以，作为一个售货员，就要耐心地向顾客解释商品、提出建议，并实实在在地从顾客的角度出发帮助他排忧解难。实际上，销售的最重要职能就是帮助顾客在购物时做出明智的选择。因而，我们可对销售作如下定义：

1. 为顾客提供服务；
2. 帮助顾客在购买商品时做出最佳选择。

（一）为顾客提供服务

今天，美国的商业竞争十分激烈。因为，在自由经济条件下，有许多商店同时在经销同一种类的商品。例如，你在百货商店、男女服装店、专卖商店都能买到牛仔裤。由于顾客能从许多商店买到同样的商品，所以售货员有礼貌地、友好地对待顾客就是十分重要的。假如顾客在一个商店受到不礼貌的接待，得不到有益的帮助，那么，他就会转向另外一个商店买东西。作为一个售货员，就应当尽自己最大的努力吸引住顾客，并满足顾客的各种需要。

（二）帮助顾客做出最佳选择

售货员最重要的职责就是帮助顾客在购物时做出最佳选择。许多顾客决定买一种商品就是因为他们曾经从购买这种商品中受益，这种受益叫做“买方利益”。买方利益通过顾客购买商品来获得，售货员的工作就是使顾客相信购买某种商品能使他获取最大的利益。

● 售货员对待顾客的态度

一个商店生意的好坏在很大程度上取决于同一顾客的多次光临，这种经常到他喜爱的商店去买东西的顾客。就是人们所说的“回头客”他之所以喜爱那个商店，就是因为那里的售货员热情友好、礼貌待客，使他愿意经常光顾。相比之下，

顾客很少到那些商品价格较高、品种单调，不给顾客以便利的商店，而售货员缺乏礼貌则是顾客不再光顾的主要原因。由此看来，每一个售货员都必须经过良好的训练。这一点至关重要，因为一个售货员代表着一个商店的店风，顾客把他们看作是某一方面的专家而经常求助于他们。

一个人成功的要素有两个：一是他的工作态度；二是他同周围的人的关系。最近的一个调查表明：有80%的新工人被解雇是因为他不能同周围的人友好相处。售货员必须掌握同脾气暴躁的人友好相处的技巧，这样才能够和同事、经理、顾客相互配合，使生意兴隆。

售货员应树立顾客至上的观点，这在销售中十分重要。不管是零售、批发，还是生产厂家都强调销售的动力在于顾客，“顾客即上帝”是他们的一句口头禅。以满足顾客的需要和愿望为第一要义的商业经营被称作“顾客指向”的经营，这种经营对售货员的要求就是要遵守“优质服务的11条规则”。

● 优质服务的11条规则

- 顾客是商业经营中最重要的人；
- 顾客是售货员、商店经理和业主薪水的来源；

- 顾客是我们各种经营活动的血液；
- 顾客是商店的一个组成部分——不是局外人；
- 顾客不会无事登门——而是为“买”而来；
- 顾客不是有求于我们——而是我们有求于顾客；
- 顾客会给我们带来利益——我们不会给顾客带来利益；
- 顾客不是冷血动物——他们是有七情六欲的人类普通一员；
- 顾客不是我们与之争论或与之斗智的人；
- 满足顾客的需要就是我们的工作；
- 顾客是我们应当给予最高礼遇的人。

销售是帮助顾客购买商品的一个过程。在这个过程中，售货员是问题的解决者，难题的答疑者。顾客能否买到合适的商品很大程度上取决于售货员。售货员的职业是一个崇高的职业。业务娴熟、服务热情的售货员是商店经营成功的法宝。售货员在为顾客的真诚服务中能够体会到自己工作的价值而感到其乐无穷。

● 怎样迎接顾客

顾客是销售活动中最重要的人。作为一个售

货员，应当使前来的顾客有宾至如归之感。一个机敏的售货员，往往能迅速地对顾客作出有礼貌的反应。当售货员遇到一个潜在的顾客时，应当采取最好的方法向他推销商品。

顾客作为一个群体是可以预测的。顾客大致上可分为三种类型：已决定要买某种东西的顾客；未决定买某种东西的顾客和随意浏览的顾客。

（一）决定要买某种东西的顾客

这种顾客知道他们要买什么东西。你可以通过他们走路的方式、眼神、面部表情、说话的声音来辨别这种顾客。一般来说，他们的外在表现是很明显的，在购物时大都会很痛快地做出决定。

在进入商店之前，这种顾客对他们要买的东西的性能、质量等就已经心中有数。或许一位可靠的朋友向他推荐了这种商品，或许其他的顾客已使用过这种商品，效果很好。有的顾客买的可能是一种特殊的商品，但是在决定要买之前他已经转了很多商店，并且看了许多与此相关的广告，对此种产品的优点他已经心中有数。

这种顾客进入商店之后马上开始寻找他想要买的东西，他们通常会询问售货员这种商品放在什么地方。一般来说，他们喜欢到自选商场或者是到售货员比较清闲的商店买东西。因为他们知

道要买什么，所以希望赶快把这种东西买回家。

当售货员把商品拿给顾客时，顾客可能问几个问题，然后就会付款。作为售货员，对此种产品应当比顾客有更详细的了解，以便解答顾客提出的问题。不过，售货员一般不需要对此种产品作全面的介绍，除非顾客提出要求。要注意倾听顾客在说什么，但是，一定要注意，不要把你的思想推销给他们，对他们的意见要有赞同的表示，因为这类顾客都喜欢售货员能耐心地听完他们对商品的评价。作为售货员，要像小学生聆听老师讲课那样认真听，以便从中吸取有用的东西，或许在下次销售中就能派上用场。

还要注意一点，不要催促顾客作出决定，这种顾客不喜欢那种强制性的意见，他们要在考虑了此种商品的全部因素之后再做出决定。

（二）未决定要买某种东西的顾客

此类顾客还没定下决心要买什么东西，所以，售货员有责任帮助他们作出选择。这种顾客耽心买错东西，在选择商品时犹豫不决，往往要花很长时间。在这种情况下，售货员可以向他们推荐几种样式。但一定要注意，推荐的商品不要过多。售货员常犯的一个错误就是：不停地给顾客介绍一种又一种商品，给他们提供越来越多的此类产品的信息，他们本来希望顾客最后能选定

一件满意的东西，没想到这样反而会使顾客眼花缭乱，更难以做出决定。遇到这种情况，售货员应先问清顾客对商品的要求、用途，喜欢什么样式、颜色等等，然后，你就可以选择一至两种可能使他们满意的商品。这样可以帮助顾客做出选择，避免他们思想的混乱。

售货员可以向顾客作简短的商品介绍，以便帮助他们下决心，但是，决心要顾客自己下，不要逼迫顾客做选择。例如，你可以对顾客说：

“白衬衣在各个场合都是最好看的颜色”，而不要说：“你喜欢蓝衬衣呢，还是喜欢白衬衣呢”？应当说：“明天早上立体音响可以供货”，而不要说：“明天你要立体音响吗？”这样可以使顾客能有进一步选择的余地，以免使顾客陷于窘境。假如顾客不喜欢你推荐的商品，那么你应当继续帮助他们挑选，直到顾客满意为止。

（三）随意浏览的顾客

你可能经常听到售货员问顾客：“你要买点什么？”，顾客往往会回答：“我只是随便看看。”向这种顾客推销商品是最困难的。他们可能是一个已决定要买某种东西的顾客，也可能是一个犹豫不定的顾客。他们并不要求售货员提供什么服务。在今天，这类人越来越多。这些顾客

不想告诉售货员他们正在看什么，尽管如此，我们也不应忽视这一类顾客。

当“只是看看”的顾客进入商店时，不要问他们：“你想买什么东西？”而要热情友好地打个招呼，然后再随便找个话题。比如，你可以问他们：“这里有你感兴趣的东西吗？”或许这句话就能够刺激那些犹豫不决的顾客的购物欲望。他们可能会问：“羊毛衫在什么地方？”，或者说：“我正在物色一种便宜的结婚礼品”，也可能说：“我对那种新式的高尔夫球棒感兴趣”。

这一种顾客也许到商店的目的就是随便逛逛，在进入商店时，他自己也不知道要买什么。也许他很长时间没有逛商场了，想看看新鲜。但不管怎样，他们是不会无缘无故地跑到商店去的。所以，不要不理睬那些“随便看看”的顾客，要欢迎他们到商店里转转，还可以介绍一些他们感兴趣的东西，使他们觉得有宾至如归之感。切记：在一个商店受到欢迎的顾客肯定会再次光顾这个商店的。今天他只是随便看看，明天也许就会买东西。

在和顾客打过招呼之后，不要去处理存货和忙别的事情而把顾客忘记了，顾客在想买东西时如果售货员不在跟前会很恼火的。假如看到一个“观看”的顾客停下来打量一种商品，不要马上

向他作商品推销介绍，那样他会生气的，因为他的目的只是想看一看。所以，机灵的售货员应该学会认真地观察顾客。假如某个顾客拿起某种商品，对它显示出兴趣，并且四处寻找售货员，这时你应该赶快接近他，对此种产品作简明的介绍，这种介绍实际上就是在推销商品了。

● 顾客如何做出购物决定？

每一个顾客在买东西时都要考虑到五种因素，这五种因素是：

- 1.要买什么东西？
- 2.到什么地方去买？
- 3.什么样的价格最适中？
- 4.什么时间买？
- 5.买多少？

在买东西之前，所有的顾客都必须考虑这几种因素，不管他们自己意识到了与否。而自觉地考虑到这五种情况，可以更好地做出购物选择。

（一）要买什么东西？

“我应该买什么样的东西？”买哪种牌子？实用性如何？是否名牌？以及商品的尺寸、型号、颜色、质量、样式等等，在买东西时都必须考虑到。今天有许多同类产品都可以满足顾客的不同需要和要求。

（二）到什么地方去买？

应该到什么地方去买东西？顾客在选择购物的商店时，一般都要考虑到商店的设施、售货员的服务态度、商品的花色品种等。对一些顾客来说，到什么商店买东西是非常重要的，这时，他以前对商店的印象就开始起作用了。

（三）什么样的价格最适中？

“买这件东西我应该付多少钱？”每一个顾客在买东西时都肯定要考虑到价格因素。他们希望要买的商品从价值上与付出的货币相等，或者叫“合算”，不花冤枉钱。

（四）什么时间买？

什么时间买最好？这是顾客必须考虑的另一个问题。有些急需的东西应当马上买，有些东西则可以缓一缓再买。得了普通牙病的人可以推迟看医生的时间，而牙疼则需要马上予以治疗。

（五）购买的数量？

应该买多少？通常具有单一用途的商品只需买一件：一架照相机，一套高尔夫球棒，一副乒乓球拍，一部电视机。然而，有许多商品需要别的东西来配套。例如，照相机需要胶卷，假如商店有胶卷在出售，那么顾客就要决定买多少胶卷。在大多数情况下，买多少东西通常要由花多少钱来决定，售货员经常建议顾客买配套的东西，

以增加销售量。

购物时要考虑的这五种因素并不是每次都起着均等的作用。例如，一个人在汽油即将用尽而考虑买汽油的时候，时间和地点对他来说是最重要的，至于什么牌号、价钱多高、应该买多少都是次要的。对这位顾客来说，尽快地买到汽油，使汽车开动起来才是当务之急。