

# 攻心销售

用兵之道，攻心为上，攻城为下，心战为上，兵战为下，得人心者得天下。  
不战而屈人之兵，是兵家的最高境界。

——销售是说服的艺术，研究客户的心理是销售成功的关键。

刘一秒 著

攻心

相信自己之心

相信产品之心

相信客户相信你的心

相信客户现在就需要的心

相信客户使用后感谢你的心



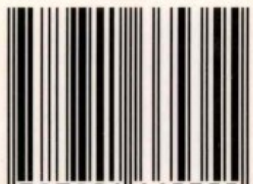
中国档案出版社

# 《攻心销售》

一书提出了

销售要从攻心开始的思想：销售要从攻心开始方能有所成，而在攻心的过程中，要特别把握好五颗心：相信自己的心、相信产品的心、相信顾客相信你的心、相信顾客现在就需要的心、相信顾客使用完后会感激你的心。这五颗心，贯穿于销售的全过程。在销售的过程中，不管是初次拜访阶段还是产品介绍阶段，或者是最后的成交阶段，都要以这五颗心为主导，牢牢抓住攻心的思想，再运用销售过程中的一些技巧，便可以很快获得客户的心，从而达成销售。

ISBN 7-80166-535-X



9 787801 665355 >

ISBN 7-80166-535-X

定价：23.90元

# 198187 攻心销售

用兵之道，攻心为上，攻城为下，心战为上，兵战为下，得人心者得天下。  
不战而屈人之兵，是兵家的最高境界。

——销售是说服的艺术，研究客户的心理是销售成功的关键。

一秒 著

攻心

相信自我之心

相信产品之心

相信客户相信你的心

相信客户现在就需要的心



中国档案出版社

责任编辑：李珂

封面设计：一鸣文化 朱辉

### 图书在版编目 (CIP) 数据

攻心销售/刘一秒 著. - 北京: 中国档案出版社,  
2005. 3

ISBN 7-80166-535-X

I. 攻... II. 刘... III. 销售 - 商业心理学  
IV. F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字 (2005) 第024651号

### 书名/GON GXIN XIAO SHOU

出版/中国档案出版社版 (北京西城丰盛胡同21号)

印刷/广东省肇庆市端州报社印刷厂

规格/142×210 1/32 印张/6 字数: 50千字

版次/2005年3月第1版 2005年3月第1次印刷

印刷: 5000册

定价: 23.90元



## 刘一秒

- ★ 深圳人力资源开发研究会执行秘书长；
- ★ 思八达教育训练集团主席；
- ★ 几年来，刘一秒足迹踏遍山东、广东、陕西、宁夏、安徽、河北、浙江、黑龙江等省市，为众多大中小型企业的成长与发展付出了心血与汗水；在数千场的演讲中，让无数的人和企业找到了发展的目标与方向。

责任编辑：李珂

执行策划：陶柱

封面设计：一鸣文化 朱辉



▼ 作者培训场景







作者培训场景 ▲

▼ 作者培训场景





作者  
培  
训  
场  
景  
▲

▼ 作者培训场景



# 序

## 总要懂点销售

与刘一秒先生相识是源于我的那本《感悟》。《感悟》出版后，当时还是刚出道的刘一秒先生找到我，要求做此书在内地的总代理。问及原因时，原来只是喜欢销售这个行业。原来如此，遂其愿，让他做了个总代理。

想不到这么多年后，刘一秒先生的书也即将付梓，作为他的好朋友，我是倍感欣慰的。因此，这次刘一秒先生再次找到我，要我为他的这本《攻心销售》做序时，我也像当年那样，遂了其愿。

《攻心销售》读来不过六万字左右，但是凝聚了刘一秒先生这么多年的心血与经验，特别是把销售从简单的技巧、行为层面上升到销售思想的高度，大有高屋建瓴之势，这在众多的销售类书籍中不能不说是一个飞跃。在此书中，刘一秒先生先从大局着眼，分析当今社会的形势，给当代年轻人的择业提供了很好的借鉴。刘一秒先生指出，销售能力、领导力、沟通能力、电脑、英语是21世纪最重要的五门课程和技能，也是立足于现代化社会的关键，任何人只要把这五门课程或者其中的部分课程学好，那么便能在竞争激烈的社会里主宰自己

的命运。而在这五门课程中，销售能力是最关键的，因为人的一生就是一个不断地销售自我的过程，销售能力贯穿于我们生命的全部。《感悟》出版后，正是因为刘一秒先生对销售这个行业的热爱与执着，才有了我的“遂其愿”，当然，也有了《感悟》一书被广大读者认可、接受的局面。

现在的社会和《感悟》出版时候的社会已经大变样了，激烈的社会竞争必然需要更优秀的人才来创造更高的经济价值与社会价值。但是，反观我们的大学生，出了校门却还像只未长角的羔羊，找不到工作，也因此而自怨自艾。其实，很多人还是上进的，他们在学校里的時候努力学习各种技能，并参加社会实践，提高自己的修养。但是，他们只考虑到内在的修养，而没有提升自己将这种修养展示为能力，这种能力就是销售自我的能力。

因此，我们每个人，不管是从事何种工作，在何种岗位，总是要懂点销售的。销售物品和销售自己都是隶属于销售这个大的范畴。《攻心销售》一书读完后，颇有感触，原来自己也可以从销售类书籍中获得很多，在此也由衷地感谢我的朋友刘一秒先生。也希望更多的人，能接触到这本书，能从此书地研究、阅读中获得一点感悟，那么也就有慰于刘一秒先生这么多年心血的付出，有慰于他对销售这一行业的热爱与执着了，有慰于当年和今天的“遂其愿”了。是为序。

苑云  
2005年春

## 销售在于攻心

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”。需要研究敌方的心理，他们会采用何种战略战术，采取何种战略战术才能最大化地取得胜利，以及最大化减少损失。在诸葛亮的武侯祠门前的楹柱上有一副这样的对联，人称“攻心联”：“能攻心则反侧自消，从古知兵非好战；不审势即宽严皆误，后来治蜀要深思”。联语字面大意是：能采取攻心办法服人的，会使那些疑虑不安、怀有二心的对立面自然消除，自古以来深知用兵之道的人并不喜欢用战争解决问题；不能审时度势的人，其处理政事无论宽或严都要出差错，后代治理蜀地的人应该深思。

现在的商业社会有一句话说：“商场就是战场、营销就是战争”；二千五百多年前，孙武说：“上兵伐谋，其次伐交，其次伐兵，其下攻城，攻城之法，为不得已。”其意思也就是说，用兵之道，攻心为上，攻城为下；心战为上，兵战为下。借用孙子的话，在现代的营销竞争中，同样是心战为上，兵战为下。统观现代的营销竞争，不仅仅是产品与产品，企业与企业之间的竞

争，而更多是对消费者的心理了解的竞争、对消费者心里想什么的了解的竞争。现在的市场早已由80年代的卖方市场过渡到买方市场，消费者买什么东西、以什么价格买、什么时候买是由消费者自己说了算，企业、销售人员只能做消费者的消费顾问。因此研究消费者的消费心理是很多企业需要做的事情，也是很多走在行业前列的企业已经做了的事情。

那么，企业和销售人员到底如何才能做好消费者的消费顾问一职呢？——研究消费的心理。

国内现在有上万种讲如何销售的书籍，有从细节层面讲技巧的，有从宏观角度把握销售的系统流程的。细节也好，系统也好，如果没有一种思想贯穿其中，那销售还只是销售层面上的销售，没有能把握其内核的东西，就像佛家所说的：得其形而忘其神。因此，就“销售”这个词来讲，不管是大营销战略还是销售人员与客户之间的面对面销售，都应该把握一种思想，在这种主导思想的指导下再运用其中的技巧——这种思想就是攻心。因此，也就有了刘一秒老师的这本《攻心销售》的横空出世。

《攻心销售》一书提出了销售要从攻心开始的思想，刘一秒老师提出：销售要从攻心开始方能有所成，而在攻心的过程中，要特别把握好五颗心：相信自己、相信产品、相信顾客相信你、相信顾客现在会需要、相信顾客使用完后会感激你。这五颗心，贯穿于销售的全过程当中。在销售的过程中，不管是初次拜访阶段还是产品介绍阶段，或者是最后的成交阶段，都要以这五颗



心为主导，牢牢抓住攻心的思想，再运用销售过程中的一些技巧，便可以很快获得客户的心，从而达成销售。

和刘老师的相识相知是一种缘分，而能够从他那里学到的很多知识更是一种莫大的收获，他关于销售的知识、执行力的知识，甚至还有有关孩子教育等方面的知识更让我受益匪浅。《攻心销售》一书能够出版，对于从事销售这一行的朋友来说，实在是一件幸事，也希望更多的读者能够把握其中的精髓，相信这不管是对于帮助销售人员提高业绩，或者是我们想要成功地进行个人销售，都是很有益处的。

是为序。

孙启鸣

2005.2.20