

BUDONG XINLIXUE
JIU CHENGBULE
XIAOSHOU JINGYING



刘振中◎编著

BUDONG XINLIXUE
JIU CHENGBULE
XIAOSHOU JINGYING

不懂心理学 就成不了 销售精英

运用销售冠军的性格优势
揭示用“心”成交的秘密
销售人员不可不做的 15 个心理测验



刘振中◎编著

BUDONG XINLIXUE
JIU CHENGBULE
XIAOSHOU JINGYING

不懂心理学 就成不了 销售精英

 华中科技大学出版社

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

不懂心理学,就成不了销售精英/刘振中 编著. —武汉:华中科技大学出版社,2009年11月

ISBN 978-7-5609-5748-7

I. 不… 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(2009)第 185094 号

不懂心理学,就成不了销售精英

刘振中 编著

责任编辑:姜茜 亢博剑

封面设计:久品轩

责任监印:张正林

责任校对:汪世红

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

地 址:武昌喻家山

邮政编码:430074

电 话:027-87556096 010-64155588-8005,8006

网 址:<http://www.hustp.com>

印 刷:河北固安保利达印务有限公司

开 本:670×960 1/16

印 张:13

字 数:200 000

版 次:2009年11月第1版

印 次:2009年11月第1版次印刷

ISBN 978-7-5609-5748-7/F·521

定 价:26.00 元

(本书若有印装质量问题,请向出版社发行部调换)

■ 第一章 | 财富在你的“心”里 /1

成为销售精英的潜能开发心理学

基本销售素质:心态是“1”,技巧是“0” /1

潜意识:深藏在精神世界里的力量 /3

创意:让你的销售方式更见创造性 /6

心理测验 测测你的销售创造力 /8

利用信息:用“心”收集,用“脑”分析 /10

有效利用你的时间:事半功倍的心理技巧 /12

自信就会成功:相信自己,相信未来 /15

心理测验 测测你的自信力 /18

乐观决定命运:给自己写一张“激励卡片” /21

自我激励:战胜胆怯,勇敢去敲客户的门 /22

发挥社交潜力:让客户感到你对他很重要 /25

人生规划:了解自己成为销售精英的可能性 /28

心理测验 测测你的成功指数 /31

■ 第二章 | 发挥性格的优势 /34

成为销售精英的性格心理学

良好的习惯:你成功的最好保障 /34

心理测验 你有这样的习惯吗? /37

发挥性格中的成功倾向:寻找情感智慧 /38

控制情绪:别让情绪左右你 /41

心理测验 测测你的情绪控制能力 /44

做一个高尚的人:职业道德关乎你和公司的信誉 /46

你是哪种销售类型的人:发挥自己的销售优势 /50

成功的信念:最重要的自我驱动力之一 /65





心理测验 你有成功的信念吗? /68

了解顾客的性格:看对人,说对话,做对事 /70

■ **第三章 | 成交始于“攻心”** /77

成为销售精英的顾客心理学

开发客户:引起客户的兴趣,消除他的顾虑,然后接近他 /77

心理测验 测测你的客户开发能力 /81

开发潜在客户:先做对,再做好 /82

解读顾客心理:不可不知,不可不察,不可不行 /86

捕捉成交信号:客户下决心购买的时机只有那么一瞬间 /89

关注顾客的需求与发展:从顾客的角度看问题 /93

心理测验 你关注你的顾客吗? /95

吸引顾客要用心:把“头回客”变成“回头客” /97

顾客满意才会买:加码理论与交叉销售 /100

消除客户的顾虑:“六步”法让你成功 /103

提高服务质量:销售长盛不衰的秘笈 /106

心理测验 客户服务调查问卷 /108

挖掘客户的需求:显性需求、隐性需求与需求层次 /109

网上销售:吸引眼球——互联网心理学 /115

电话销售:打动电话线另一端的陌生人 /119

心理测验 你会电话销售吗? /123

■ **第四章 | 先交朋友后做生意** /125

成为销售精英的人脉心理学

人缘好,销售才会好:处处受人欢迎的秘密 /125

完美的沟通:会说、会听、会微笑 /128

心理测验 沟通技巧调查问卷 /132

学会察言观色:价值百万的身体语言 /133

第一印象很重要:与顾客见面开始的几分钟 /137

促使洽谈顺利进行:如果常常和客户“谈崩”,就要
反思一下 /141

处理分歧的心理策略:分清“具体事务上的分歧”与
“心理上的分歧” /144

心理测验 测测你的分歧处理能力 /148

说服顾客的心理技巧:让对方心甘情愿说“YES” /150

把握关注顾客的“度”:你关注顾客,顾客才会关注
你;你过度关注顾客,顾客就会害怕你 /154

■ 第五章 | 每天提升业绩 1% /158

成为销售精英的精神武器

提高自己的销售实力:后天的努力胜过先天的条件,善
于学习胜过拼命流汗 /158

心理测验 测测你的销售实力 /163

有欲望才会有行动:对成就的强烈渴望,能激发潜在
的能量 /164

目标是你前进的灯塔:构建你的目标实现系统 /169

克服成功路上的心理障碍:只有战胜自己,才能战胜
别人 /173

心理测验 你克服障碍的能力如何? /177

掌握销售高手的精神武器:七步让你达到顶峰状态 /177

让销售倦怠远离你:减轻压力,拥抱快乐 /182

成为优秀销售经理:从销售精英到管理精英的跨越 /186

激励销售团队的发展:马儿马儿向前冲 /190

心理测验 你能成为销售精英吗? /196





第一章 财富在你的“心”里

成为销售精英的潜能开发心理学

作为销售人员,应该不断提高自己的业务水平和心理素质,充分挖掘自己的销售潜力,使自己成为企业的销售领军人物,这样才不会被企业和社会所淘汰。

基本销售素质:心态是“1”,技巧是“0”

良好的心态、必胜的信心以及掌握必要的技巧和方法是成为优秀的销售人员必备的基本素质。此外,不惧怕失败、勤奋努力也是销售成功的重要因素。

◇ 良好的心态

良好的心态是成为一名优秀的销售人员的必备条件。保证积极向上的工作热情,保证努力进取的工作态度;具备承受挫折和打击的能力,能够及时进行自我情绪调整。“胜不骄、败不馁”,永远保持良好的心态,及时调整自己的心态,这是成为一名优秀的销售人员必须具备的最基本的条件。如果将销售人员的基本素质比喻成一串数字,那么心态就是“1”,其余的是“0”。有了这个“1”,后面的“0”越多,数字才越大;否则,再多的“0”相加也毫无价值。



◇ 必胜的信心

要使自己成为一名优秀的销售人员,还必须对销售事业充满必胜的信心,相信自己有能力胜任销售工作,相信自己能够战胜销售过程中的各种困难。培养坚定的自信心,是销售人员迈向成功的第一步。有句名言:“自信则人信之。”销售人员只有对自己充满信心,才能感染顾客、影响顾客。相反,如果缺乏自信,就会在销售工作中缩手缩脚、知难而退,最终导致销售失败。

◇ 掌握必要的方法和技巧

“工欲善其事,必先利其器”,要想销售成功,必要的销售方法和技巧也是非常重要的。只有掌握了销售的方法和技巧,才能少走弯路,及早取得工作的成功。不管书本上介绍的还是培训师所传授的销售方法,都是营销前辈们总结的营销经验,是智慧的结晶,没有必要再浪费时间自己去摸索和总结,只需要认真学习、加以运用就行了。

◇ 不惧怕失败

在销售工作中,就算是高手,也会经历失败。作为销售人员,只有把失败当做一种学习的经历才能走向成功的彼岸。美国著名的发明家爱迪生在发明白炽灯时曾遭遇上千次的失败,但他仍能保持良好的心态满怀信心地去继续他的下一次试验,他说:“我没有失败千次,我只是知道了有千种达不到目的的方法。”做销售工作就需要这种精神。

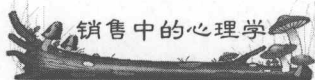
◇ 勤奋努力

勤奋努力是成为一个优秀的销售人员的必要条件。我们不能否认有极少具有天赋的销售人员,他们不用非常勤奋和努力,就能够做出很好的业绩。但大多数都是平常的人,智商相差不大,唯一不同的就是各自的勤奋程度。

勤奋努力就是每天比别人多动脑筋,多跑几家客户,多说几句话。

在今天这个经济高度发达的社会,缺乏的是发现机会的眼光和把握机会的能力。勤奋努力自然会增多几分发现和把握机会。

“天道酬勤”“勤能补拙”,足以说明勤奋在成功中的重要作用。



销售中的心理学

要想成为销售领域的精英,不仅要有良好的心理素质,还要有实现成功销售的技巧与方法,更要有不怕失败、刻苦勤奋的拼搏精神。

潜意识:深藏在精神世界里的力量

潜意识是深藏在人的精神世界里的一种力量。潜意识与销售工作关系密切,它是通向销售成功的大门,潜意识是一种比知识、外部环境或情况更能推动销售能力的力量。

研究表明:成功销售包括 15%的知识、专业技能或其他理论因素,也包括另外 85%的潜意识因素,如态度、自我认识、价值观念,以及其他来自精神和情感的影响。

◇ 影响销售能力的因素

潜意识比知识和外部环境更能推动你的销售能力,它是一种内在的力量,每个人都可以得到,但是迄今为止很少有人真正发现并运用它。事实上,除非你理解并从这种无穷的能量之源里汲取力量,否则你的销售水平就很难得到提高。

◇ 潜意识在销售中的作用

如果潜意识里认为,你最近应该销售某种产品,这种潜在的自我意识就会发出命令,你的习惯和态度便毫不犹豫地唯命是从。



潜意识总是会受到很多因素的影响,比如父母、早期教育、曾经的美好爱情或情感挫折,你会评价这些生活经历并形成牢固的内在看法。

真正的你拥有一种内在力量,可以实现自己潜意识里接纳为“可能”的任何一个目标。

◇ 潜意识的作用

心灵中的无意识部分在人内心的众多不同层面发挥着作用,它包括以下七个方面。

✱ 自我形象——关于潜意识的无意识观念,以及对自我“可能成就”的认知。

✱ 价值——人的生活准则、判断是非的依据。

✱ 创造性机制——形成新主意的能力;可以解决无意识的问题。

✱ 目标寻求机制——目的论或自我引导机制可以激励人们实现目标,并向意识型基本意识提供各种选择和机会。

✱ 生命力——身体和情绪的温度计,控制人的心跳、脉搏和体温。

✱ 心灵——人的内在智慧,从灵魂而非自我或人类的角度来看待问题。

✱ 记忆——人们内心深处所储藏的、曾经经历过的所有情绪、思想、经验和生活积累。

人们有了潜在的目标后,就会有意识地寻找支持潜意识信念和价值的力量。如果认为自己只能完成某个销售额,那么人们就会无意识地搜寻符合这个购买水平的潜在顾客。同时,人们也会使自己的活动与能够完成的销售额相适应。

美国知名学者奥图博士说:“人脑好像一个沉睡的巨人,我们均只用了不到1%的脑力。”一个正常的大脑记忆容量有大约6亿本书的知识总量,相当于一部大型电脑储存量的120万倍。如果人类发挥一小半潜能,就可以轻易学会40种语言,记忆整套百科

全书,获得12个博士学位。

根据研究,即使世界上记忆力最好的人,大脑的使用也没有达到其功能的1%,人类的智慧和知识,至今仍是“低度开发”!人的大脑真是个无尽的宝藏,可惜的是每个人终其一生,都忽略了如何有效地发挥它的潜能——从潜意识中激发出来的力量。

◇ 行为指南

当你有意识地利用以下几点行为指南时,你就会获得强大的力量。你将会体验到源源不绝的个人能量和成功,并把自己的生活推向新的高度。

● 外部环境

你对别人的反应大部分都是出于潜意识。比如,遇见一个人,即使一句话没谈,你也会立刻对他有种正面或负面的反应,这就是潜意识。原因是以前与许多人打交道的经历存储在潜意识思维中,并成为你永久记忆库的一部分。

销售过程中你对客户的反应是潜意识的,客户对你的反应也是潜意识的。

● 自身表现

客户是很依赖视觉的。

当你穿着得体,装束整齐时,客户就会无意识地认为你来自于一家好公司,而且你的产品或服务的质量也很好。同客户交谈时的身体语言会对客户的潜意识形成很大的影响。当你坐直,微向前倾,并关注周边的事情时,你就会使客户更感兴趣、更加关注,他会密切注意你并更加关心你的销售信息。在无意识中,客户会认定你要传递的信息很重要和有价值。

● 展示产品

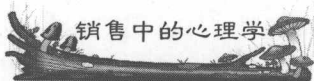
你的产品干净、整齐地摆放在适宜的灯光下,颜色鲜亮,就会强烈地吸引客户的眼球,从而给人以正面的暗示。相反,如果产品肮脏、凌乱地随便堆在某个地方,客户会受到负面的影响。



你的销售演示应该好好地组织、练习和完成,并关注所有的细节。对你的客户而言,你的产品或服务 80% 的价值隐含在你的演示质量上。如果你的销售演示干脆利落、结构清晰,客户会认为你的产品、服务以及你的公司同样也秩序良好、具有高效率。

◇ 注意自己的行为举止

要想获得成功,你必须把自己看成是举手投足间都完全职业化的人。对待自己以及客户,就像是所在行业里受过最高教育、最有学问的人一样。



潜意识对购买行为的影响是明显的。你在销售过程中越多地使用暗示元素,你就会变得越优秀、越积极和越自信,你的销售业绩也会越好。

创意:让你的销售方式更见创造性

创造性的活动无处不在。安排一次与众不同的聚会或设计一次不同以往的销售活动,都是创造性的活动;利用一种新颖的方式引起人们对产品的兴趣,也是一项创造性的活动。

你可以通过一次次的成功销售来锻炼创造性思维,通过有效的练习和训练提升自己的创造力水平。在销售领域,创造力越强,销售业绩就会越好,挣的钱也就越多。

◇ 发现产品的新功能

发现产品的新功能本身就是一种创造性的活动,它对销售的成功非常重要,你应该运用自己的创造力去发现你所推销的产品的新

功能。创意销售始于对产品的深刻了解。你对自己所卖的产品了解得越清楚,就会发现它更多的新功能,也就会产生更多的创造性销售方法。

◇ 发现你的竞争优势

了解你的产品或服务与竞争对手的有何差异很重要。产品或服务在什么方面具有领先于竞争对手的优势?好在哪里?为什么好?正如通用电气的杰克·韦尔奇(Jack·Welch)说:“如果你没有竞争优势,就别竞争!”

你的竞争优势永远是让客户选择你而非竞争对手产品的最重要原因,完全掌握自己竞争优势的本质是形成既有效又有创造性销售推介的关键。神舟电脑之所以销售全国,低价是它的优势;而联想电脑则是以品质上乘、售后服务好而占领电脑市场的高端。

◇ 给客户留下好印象

有创意的销售就是要保证你的产品给客户带来的利益优于竞争对手,这是广告、客户开发和销售等活动的关键要素。在销售的过程中,如果客户真心需要只有你的产品才具有的特别功能时,完成销售就容易多了。

大公司往往花费大量的时间和金钱为自己的独特销售主张建立知名度。中国著名的白色家电大户——海尔,从一街道小厂发展成为著名的跨国公司,把工厂开到欧洲和美国,就是因为其售后服务方面的突出表现。完善的售后服务给客户留下了良好的印象,消除了客户的后顾之忧,海尔产品也因此销向全世界。

◇ 开发潜在市场

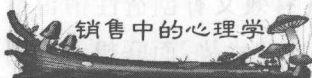
哪个地方你的产品还没有铺货到位,哪些人适合使用你的产品,也许这些地方和这些人不曾在市场上出现。对你的产品或服务来说,这些都可能是最大的潜在市场。如果能加以开发,就能在这片没有销



售、没有竞争或价格排斥的地方,创造出销售奇迹。

◇ 做好售后调查

使客户满意是重复销售和推荐客户的最好资源。如果肯花时间询问他们为什么买你的产品或服务而不是买别人的,他们一定会告诉你购买理由。如果知道了客户购买产品的真实原因,你就可以在发展新客户时提高针对性。打电话或当面拜访客户时,询问他们对产品的感觉,包括满意和不满意的方面、改进意见等。将客户的意见记在心里,他们的意见会为你的销售工作和产品改进提供很大的帮助。做好售后调查也是体现你销售创造力的一个重要方面。



富有创意的销售才是最具生命力的。



心理测验

测测你的销售创造力

阅读下面每一项陈述,用“√”勾出你选择的答案。

1. 当遇见难题解决不了时,我会抛弃原有思路,再从一个新的全新的角度去考虑解决的办法。

☐ 是

☐ 否

2. 我不喜欢领导对工作提出过细的要求,因为我有我的解决问题的办法。

☐ 是

☐ 否

3. 我经常被他人一种全新的解决问题方法所激励。

☐是

☐否

4. 我很少因循别人的工作方法,总想加以改进。

☐是

☐否

5. 我解决问题的方法通常和大多数人不一样。

☐是

☐否

6. 我考虑问题的角度总是和别人不一样。

☐是

☐否

7. 在我看来,要想销售成功,必须有一些创造性的销售方法。

☐是

☐否

8. 我认为优秀的销售人员必须具有非凡的创造力。

☐是

☐否

9. 我认为一次成功的销售必然伴随着许多创造性的活动。

☐是

☐否

10. 不同的产品和服务必然有其不同的销售方法。

☐是

☐否

测验成绩统计

以上题目选“是”得1分,选“否”得0分,你的得分是_____。

创造力评价

8~10分,你是一个创造力很强的人。你不按常规做事,喜欢创新。你会经常提出一些创造性的销售策略。

5~7分,你有较好的创造潜能,但你的创新活动不够大胆主动。你有时产生一些很好的想法,但不能大胆说出来或在销售过程中去使用。

0~4分,你的创造能力较差,你认为创新有风险,更愿意因循过去的方法去工作。



利用信息:用“心”收集,用“脑”分析

某铸锅厂原来主要生产农村烧柴草的大铁锅,随着农村生活水平的提高,使用电力和石油液化气做饭越来越普遍,农村烧柴草的土灶大铁锅逐渐被淘汰,大铁锅逐渐失去了市场,企业面临倒闭。一次偶然的机会,企业老板发现网络上某电磁炉厂求购电磁炉专用平底生铁锅的信息,凭着敏锐的商业意识,他立刻同该厂联系。经过一段时间的沟通,终于同电磁炉厂家达成协议,为该厂生产电磁炉配套的专用生铁平底锅。经过进一步开拓市场,该铸锅厂又与多家电磁炉生产厂达成生产配套铁锅的协议,铸锅厂也因此起死回生。可以说,一条信息救活了一个厂。

随着信息时代的到来,信息的收集、加工和利用越来越受到人们的重视,销售活动也不例外。那些令人羡慕的销售精英往往都是信息收集利用的高手,“销售人员也是信息员”的说法并不为过。

◇ 多渠道收集信息

销售人员要想成功实现销售,必须善于收集信息。要善于用眼睛、耳朵积极主动地收集信息,同时还要明白每位顾客都有不同的价值观,要因人而异、因地制宜地使用每一条信息。

信息的收集可以通过多个渠道进行。比如,与顾客会面时通过感官直接获取,通过报纸、杂志获取,通过广播电视获取,通过因特网获取等。有时候单纯从一个角度出发收集的信息可能是片面的、不切实际的,但从多个渠道获取的信息可以互相验证,使收集的信息更加准确无误。

◇ 信息记录与整理

要注意信息的记录和整理。当你感到某些信息对销售有帮助时,将内容记录下来,“好记性不如烂笔头”,对获取的信息进行记录并加以

整理,便于在销售时使用,这样既便于查阅,又不容易忘记,使收集的信息发挥应有的作用。

收集信息并不是目的,信息只是促进销售活动的手段。在收集信息的过程中,要注意哪些信息是有用的,哪些信息是没有用的。收集有用的信息,而无用的信息则没有必要收集。不加区别地收集信息只能增加人们的工作量,并不能对销售工作带来益处。

了解顾客怎样才能向我们购买更多的产品和服务,首先需要了解清楚他们是怎样决定向我们购买产品和服务的。让我们仔细回忆最近一次较大数额的交易。对于所有价位的交易而言,相同的销售规律都是管用的,但是如果我们具体到较大数额的交易上,就会便于分析和总结。

对于销售人员来说,如何了解顾客的需求信息并加以收集是突破销售的关键。收集你所需要的信息,找出产品的需要者,你的销售便成功了一半。

◇ 用你的信息帮助客户

从一位销售人员的角度出发,顾客认为购买某件产品是非常有意义的,这是一件非常好的事情。但是,销售人员所期待的这种事情并不会经常发生,因此必须主动出击来促使某些事情发生。销售人员必须抢在竞争对手之前,使整个过程朝自己能够控制的方向发展,否则销售就只能失败。

作为销售人员,你要让准客户和潜在客户都钟情于你,你所要做的事情就是成为他们感兴趣的信息的源头。利用行业杂志、报纸和邮件、广播电视以及因特网,寻找对客户有价值的信息。不要假定他们看到过这些信息,因为太多信息蜂拥而来,任何人都没办法全部记住它们。向客户提供一份信息的复印件、一份笔记和复制的一些战略信息,这些都向客户表明你真正在用心帮助他们、满足他们的需要。

销售人员应当具有发现顾客感兴趣的東西的神奇本领。从他的一张明信片,到顾客喜欢的一篇文章,以及对未来的预测,你都要比别人先行一步。打开顾客发来的信件或者电子邮件,留意他们提出的各种