

杨涛鸣智慧系列

当你逐页阅读本书时，你仿佛与古今中外顶尖的说服大师会面，
听他们分享世界上最棒的**说服心理学**、**说服技巧**和**说服话术**。



说服智慧

◎ —— 瞬间成交的艺术 ◎

杨涛鸣◎著

一个人是成功还是失败，是快乐还是悲伤，
是富有还是贫穷，其所追求的生活状态如何，其自身的前途和命运如何，
这所有的一切皆源自于你影响和说服自己以及身边人的能力。

北京工业大学出版社

说服智慧

—— 瞬间成交的艺术

杨涛鸣◎著

北京工业大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

说服智慧：瞬间成交的艺术 / 杨涛鸣著. —北京：北京工业大学出版社，2013.11

(杨涛鸣智慧系列)

ISBN 978-7-5639-3676-2

I. ①说… II. ①杨… III. ①销售-语言艺术-通俗读物
IV. ①F713.3-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第231915号

说服智慧——瞬间成交的艺术

著 者：杨涛鸣

责任编辑：戴奇钰

封面设计：奇文堂

出版发行：北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园100号 100124)

010-67391722 (传真) bgdcbs@sina.com

出版人：郝 勇

经销单位：全国各地新华书店

承印单位：北京旺鹏印刷有限公司

开 本：710 mm × 1000 mm 1/16

印 张：18

字 数：223千字

版 次：2013年11月第1版

印 次：2013年11月第1次印刷

标准书号：ISBN 978-7-5639-3676-2

定 价：32.00 元

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题，请寄本社发行部调换 010-67391106)

序 言

19世纪中期，一个男人曾说：“如果我能说服他人，就能移动整个宇宙。”这个男人是位黑人，并且是个奴隶，那个时候没有人会听信一个黑人奴隶的话。他极力说服美国白人支持黑人奴隶获得自由，他的言论给美国政府及美国主流社会甚至美国总统，灌输了新的观念。美国总统亚伯拉罕·林肯在《解放黑人奴隶宣言》中指出，所有人都应被视为自由人。这位伟大的男人就是弗雷德里克·道格拉斯。

有人评价道格拉斯说，道格拉斯是一个善于在听众心里勾起蓝图的人，他能将自己的价值观灌输给听众，他具有转化听众信仰和信念的能力，他对自己的雄心壮志有着不可阻挡的信念。换句话说就是道格拉斯有超强的说服力。可见说服力有多么的重要。

华人成功学权威陈安之老师说：“学好说服力，就开法拉利”，这虽是一句广告词，却也代表着一种事实。

在生活 and 工作中，我们不难发现，影响他人和说服人们按照自己的方式思考和行动的力量，已经越来越成为获得成功最不可或缺的要害。人们常说，生活 and 工作中有两件最难的事，一是把自己的观念放进别人的脑袋，一是把别人的钱装进自己的口袋，要做好这



说服智慧——瞬间成交的艺术

两件事就需要具备强大的说服力。

很多人心中有梦想，渴望成功，也为成功设定了目标，谋划了计划，他们工作很勤奋很努力，但是仍然有很多人没有实现自己的梦想，没有达成目标，没能过上自己渴望的理想生活，原因就在于他们还没有向他人推销自己的产品、服务和观念的能力，换句话说就是他们还没有具备说服他人的能力。

我们不难发现，所有的国家领袖、商业领袖及各界深具影响力的领导者，他们都有一个长项，那就是擅长说服，他们善于说服别人，让别人信服他们的想法，信服他们指出来的道路，然后跟着他们的脚步，奔向未来。

世界潜能大师安东尼·罗宾说：“世界上没有一种力量会比你去影响和说服你身边的人的力量还要更能够影响你的生活品质。”成功或失败，快乐或悲伤，富有或贫穷，孩子的前途，住什么样的房子，驾驶什么样的车子，所追求的生活状态，这所有的一切皆源自于你影响自己以及身边人的力量。

安东尼·罗宾说：“短短12个月之内，我从一个身体肥胖、口袋空空、失去一切重要东西的倒霉人，变成一个身体健康、精力充沛以及银行户头拥有超过100万美金的幸运家伙。我实现了一些远大的目标，我说服了我的梦中情人嫁给我。我也从那间10平方米的单身公寓，搬到了加利福尼亚州占地达400平方米的城堡。这所有的一切都是因为我拥有了超强的说服力。”

说服改变一切，安东尼·罗宾是这样，陈安之老师是这样，我也是这样。我从一位不知道如何销售，到打破行业亚洲销售记录，从没有自信、口齿不清到全国巡回演讲上千场，激励数万人的潜能激励大师；从骑着一辆破自行车在风雨中奔波到今天开着劳斯莱斯汽车；从默默无闻到今天多本热销书的作

者，这一切都是源自说服力。

我一直以来都在从事着销售工作，即使现在，我从事教育培训工作的同时仍然在做销售。销售就是说服，说服客户就成交，说服不了客户就无法成交。我曾卖过保健品、音像书籍等，到现在经营一家教育培训集团，我所做的每份工作都离不开说服，在这个过程中，我慢慢地总结、感悟、沉淀了很多说服观念、技巧以及策略，再经过自己多年来向世界顶尖大师学习，总结、感悟、沉淀而成的说服观念、技巧以及策略，到今天略成系统，如果用好了，真的可以创造千万，甚至上亿的价值。

说服是一门科学，也是一门艺术，学好说服力是一个系统的工程。说服的最大技巧就是洞悉人们的最大需求，并恰当地满足他们的需求，如此，世界上任何你想要的东西都可以轻而易举地得到。你只有帮助别人获得他们想要的东西，你才能得到自己想要的东西。希望你能百分之百、全心全意地学习并运用这本书的内容，如此一来你就可以得到你想要的一切。

祝福你们，谢谢！

杨涛鸣

目 录

第一章 说服心理学

- 第一节 说服就要了解人性 / 3
- 第二节 对比原理 / 14
- 第三节 互惠原理 / 18
- 第四节 价高等于品优的心理 / 22
- 第五节 高端客户的心态分析 / 24
- 第六节 顾客容易被额外的东西打动 / 27
- 第七节 顾客需要赢的感觉 / 32
- 第八节 客户害怕承担风险 / 36

第二章 说服的十大步骤

- 第一节 作好充分的准备 / 47



说服智慧——瞬间成交的艺术

- 第二节 让自己的情绪达到巅峰状态 / 51
- 第三节 与顾客建立信赖感 / 53
- 第四节 了解顾客的问题、需求和渴望 / 59
- 第五节 提出解决方案并塑造产品的价值 / 64
- 第六节 做竞争对手的分析 / 67
- 第七节 解除顾客反对意见 / 70
- 第八节 成交——踢好临门一脚 / 81
- 第九节 做好售后服务 / 91
- 第十节 要求客户转介绍 / 93

第三章 问问题说服力

- 第一节 问问题决定人生结果 / 97
- 第二节 说服的最高境界是问问题 / 102
- 第三节 问问题是说服的有效工具 / 108
- 第四节 问“是”的问题 / 112
- 第五节 问“二选一”的问题 / 118
- 第六节 问简单容易回答的问题 / 122
- 第七节 豪猪式问问题 / 126
- 第八节 “读心”问问题模式 / 129
- 第九节 “关心”问问题说服法 / 132
- 第十节 “潜意识”问问题 / 135

第四章 瞬间说服力

- 第一节 黑白脸说服法 / 139
- 第二节 站在客户的立场说服法 / 141
- 第三节 比较说服法 / 148
- 第四节 高姿态说服法 / 153
- 第五节 贩卖快乐与痛苦说服法 / 156
- 第六节 “地理式指令”说服法 / 161
- 第七节 “暗示”说服法 / 165
- 第八节 “催眠”说服法 / 172
- 第九节 “归类”说服法 / 175
- 第十节 “比喻”说服法 / 178
- 第十一节 勾画未来说服法 / 182
- 第十二节 假设说服法 / 186
- 第十三节 讲故事说服法 / 191
- 第十四节 “贩卖解决方案”说服法 / 195
- 第十五节 情感的力量说服法 / 199
- 第十六节 加减乘除说服法 / 203
- 第十七节 “一切都是为了爱”说服成交法 / 216
- 第十八节 医生式说服法 / 222
- 第十九节 四大步骤说服法 / 226
- 第二十节 体验式说服法 / 229
- 第二十一节 回马枪说服法 / 235



- 第二十二节 教育客户说服法 / 237
第二十三节 减到可笑的地步说服法 / 239

第五章 说服经典案例

- 第一节 商鞅的说服故事 / 245
第二节 刘备的说服力 / 247
第三节 刘备托孤时如何说服诸葛亮 / 250
第四节 诸葛亮如何说服黄忠 / 252
第五节 诸葛亮如何说服东吴群儒 / 255
第六节 张廖如何说服关羽归降 / 258
第七节 汤姆·霍普金斯如何说服爱斯基摩人 / 260
第八节 乔·吉拉德如何说服客户购买汽车 / 265
第九节 金克拉如何说服守财奴 / 269
第十节 如何说服和尚：把木梳卖给和尚 / 272
第十一节 如何说服总统：把斧头卖给总统 / 274

第一章



说服心理学

成功的销售都利用了人类行为的特性，也就是人性。在销售中，如果我们了解人的基本品质，善于把握人性，销售就会事半功倍。

第一节 说服就要了解人性

常言道，“箩里选瓜，越拣越差。”美国心理中心网近日报道，美国《决策与判断心理学》杂志刊登的一项最新研究显示，得到信息越多，选择结果越差。

美国得克萨斯大学研究人员表示，人们通常认为，掌握的相关信息越多，做出的决策就越好，而新研究却得出了相反的结论。研究人员要求参试者对电脑程序提供的250道题进行回答，并计算其累计得分。一部分人提前知道题目的数量和选项，一部分人不知道任何信息。结果发现，那些知道信息越多的人，得分越低。这说明，选择时，信息太多反而可能影响人们的决定。

稍微研究一下就会发现，成功的销售，或是各种各样的建议书都是利用了人类行为的特性，也就是人性。在销售中，如果我们了解人的基本品质，善于把握人性，销售就会事半功倍。

下面这个故事就是一个很好的关于人性销售的例子。

一天，我站在一个卖辣椒的妇女的三轮车旁，趁着眼前没有买主，我自作聪明地对她说：“你把辣椒分成两堆儿吧，有人要辣的就跟他说这堆儿是，要不辣的就跟他说那堆儿是。”



说服智慧——瞬间成交的艺术

没想到卖辣椒的妇女只笑了笑，轻声说：“用不着！”

说着就来了一个买主，问：“辣椒辣吗？”卖辣椒的妇女很肯定地告诉他：“颜色深的辣，颜色浅的不辣！”

买主信以为真，挑好辣椒付过钱，满意地走了。也不知道今天是怎么回事儿，大部分人都是买不辣的，不一会儿，颜色浅的辣椒就所剩无几了。我于是又说：“把剩下的辣椒分成两堆儿吧！不然就不好卖了！”

然而，卖辣椒的妇女仍是笑着摇摇头，说：“用不着！”

又一个买主来了，问：“辣椒辣吗？”卖辣椒的妇女看了一眼自己的辣椒，信口答道：“长的辣，短的不辣！”果然，买主就按照她的分类标准开始挑起来。这一轮的结果是，长辣椒很快告罄。

看着剩下的都是深颜色的短辣椒，我没有再说话，心想：这回看你还有什么说法？

没想到，当一个买主问“辣椒辣吗？”的时候，卖辣椒的妇女信心十足地回答：“硬皮的辣，软皮的不辣！”我暗暗佩服，可不是嘛，被太阳晒了半天，确实有很多辣椒因失水变得软绵绵了。

卖辣椒的妇女卖完辣椒，临走时对我说：“你说的那个办法卖辣椒的人都知道，而我的办法只有我自己知道！”

卖辣椒的妇女很懂得人的购买心理，是一位了解人性的专家。

在做销售时，我们总希望客户现在就采取行动，下订单，或留下他们的联系方式。我们做销售，只为一个目的：成交。

客户的心理特征

要完成成交的目的，我们首先要了解客户的心理特征：

1. 恐惧

人们之所以购买你的东西，是因为他们害怕变老，害怕发生意外，害怕落伍，害怕脱离这个世界，害怕生病，害怕死亡，害怕孤独。他们还害怕破产，或者害怕没有钱。他们害怕竞争对手获得优势。他们害怕生活没有意义。

他们担心自己的孩子没有能力，他们担心自己的孩子被人轻视。恐惧是一种强大的迫使人们做出购买行为的动力。

你知道汽车销售员如何阻止您走出展厅吗？

“另一个人也喜欢这款车，并说他今天晚些时候会带着首付款回来的。如果你不买的话，这款车今晚将是别人的了。”

“该交易会在本月底结束，也就是今天。这个价格我们实际上是在赔钱卖。我们只在今天提供这个价格，这样我们就可以满足我们的月度目标，因为如果我们达到了我们的业绩目标的话，我们就会得到来自通用汽车公司的奖金。”我相信你听说过这些或类似的话吧。

销售员利用恐惧的方式来说服你立即作出决定（因为你会害怕失去这个机会）。人们购买不是为了获得更多，而是害怕如果现在不买，就会失去重要的东西。

2. 渴望被认可

人们之所以购买，因为他们想要荣誉和威望，想要得到人们的认可。他们希望与众不同。他们想成为一个重要人物，成为一个比别人高明的人。在销售中，如果你能给客户足够的认可、尊重和荣誉，他们做出购买决定的速度就会快一些。

3. 贪婪

几乎每个人都想要更多的钱。无论是多么富有的人，他们总是想要更多的钱。即使是亿万富翁也想要更多，并不是因为他们需要



说服智慧——瞬间成交的艺术

钱。他们希望有比其他的亿万富翁拥有更多的钱。巴菲特并没有停止努力赚更多的钱，即使他是世界上第二个最富有的人。比尔·盖茨仍然需要更多的钱，因为他想保留最富有的头衔。

4. 爱

爱是一种强大的购买动力。人们为什么会给自己的孩子买保险呢？那是因为人们希望他们的孩子受到保护，是他们对孩子的关心和爱。情人节的时候，鲜花的销量为什么那么大呢？因为男朋友要用鲜花表示对女朋友的爱。在销售中，如果你能按下顾客爱的按钮，顾客就有可能购买。

5. 自我完善

人们总是希望提高自己，希望自己变得越来越好。他们到健身房锻炼是为了有个好身材，他们参加研讨会，是为了学到一些新东西，以帮助他们获得成功。如果你的朋友能够让顾客身体更健康，生活更快乐，工作更高效，他们就不容易拒绝你的销售请求。

6. 想要赢

大多数人都有着强大的竞争本能。人们竭尽全力要赢得比赛，不管是在体育比赛上，还是在业务上，在爱情和生活方面都一样。没有人愿意被称为“失败者”。

人们希望自己是最好的。所以他们会不断地追求进步，让自己变得更完美更优秀。

泰格·伍兹成为了世界上最好的高尔夫球员，但是他现在希望成为有史以来最优秀的球员。难道他之所以这样想是因为他想赢得更多的名誉或更多的钱吗？我不这么认为。我想他是给自己树立了一个目标，然后只是想要实现这个目标。他是个完美主义者，他觉得自己可以做得更好。

获胜的欲望会导致人们购买对他们实现这个愿望有帮助的产品，只要你的产品确实可以帮助他们，他们就一定会购买。

7. 享受

人们都希望过得舒服点。他们希望有一个舒适的床、舒适的椅子、舒适的汽车、舒适的鞋及舒适的衣服。我们希望生活过得完美，即使是最轻微缺憾也是不允许的。人们似乎是在追求永无止境的舒适。

8. 懒惰

人是懒惰的。很多人有拖延的习惯，一件事情不到最后时刻，他们不会去做，他们希望不工作就能得到想要的结果。

9. 追求美好的经历

人们想要一些美好的令人愉快的经历，并且希望记住这些美好的回忆。他们希望拥有激动人心的经历和放松的体验。

10. 渴望关系

人们希望能交朋友，希望拥有浪漫。人们希望去约会，人们希望结婚。人们希望与其他人建立链接，建立关系。

人们希望自己是一个团体的一部分。这也就是社交网站是互联网上最流行的网站的重要原因之一。人们希望改善与子女和配偶的关系。当关系破裂时，他们会很痛苦。当与某人建立友谊的时候，是令人激动的时刻，大多数人并不想独自生活在这个世界上。

11. 愤怒

愤怒可以是一个非常强大的动力。人们把钱拿给追债的人，是因为他们对欠自己钱的人愤怒。雇佣律师起诉别人，是因为他们感到愤怒。

12. 渴望改变

人们想要自己的生活更美好，就会做出改变。

竞选职位是为了改变，并不只是希望得到承认。人们锻炼身体是为了健康而做的改变。人们自愿做出改变，这种渴望是一个强大的动力。

