

一分钟读懂

销售中的心理学

实现顶级销售的必备技能

一个成功的销售人员，
必定是一个了解客户心理的人，
一个业绩辉煌的销售人员，
必定是一个在极短时间内掌控客户心理的人。

张立辉 / 编者

金牌销售员瞬间掌控客户心理的最佳读本



塑造成功的销售心态
客户惯常的消费心理
客户背后的心理玄机
不同客户的心理弱点
成功销售的心理效应
销售高手的心理诡计
打动客户的攻心话术
影响销售的心理误区



黑龙江科学技术出版社

一分钟读懂 销售中的 心理学

张立辉 / 编著



黑龙江科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

一分钟读懂销售中的心理学 / 张立辉编著. -- 哈尔滨: 黑龙江科学技术出版社, 2012.9

ISBN 978-7-5388-7324-5

I. ①—… II. ①张… III. ①销售—商业心理学
IV. ①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第216078号

一分钟读懂销售中的心理学

YIFENZHONG DUDONG XIAOSHOUZHONG DE XINLIXUE

作 者 张立辉
责任编辑 赵春雁 李玄梅
封面设计 白冰设计
出 版 黑龙江科学技术出版社
地址: 哈尔滨市南岗区建设街41号 邮编: 150001
电话: (0451) 53642106 传真: (0451) 53642143
网址: www.lkcbs.cn www.lkpub.cn
发 行 全国新华书店
印 刷 三河市明华印装厂
开 本 710 mm × 1000 mm 1/16
印 张 14.5
字 数 220千字
版 次 2012年12月第1版 2012年12月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5388-7324-5/F · 54
定 价 29.80元

【版权所有, 请勿翻印、转载】



| 前言 |

一个成功的销售人员，必定是一个了解客户心理的人；一个业绩辉煌的销售人员，必定是一个在极短时间内掌控客户心理的人。

作为销售人员，我们会遇到各种各样的客户，如何才能打动他们，让他们来购买产品呢？答案就是了解客户的心理，掌控客户的心理。

虽然客户是形形色色的，他们的心理也变化无常，但只要我们要善于观察和总结，还是能找到一些规律的。例如，客户对销售人员往往都有抵触心理，对产品的质量会有怀疑心理，对价格都有嫌贵的心理，在成交时都难免会犹豫……同时，客户都希望得到我们的重视与尊重，都希望自己享受最好的服务等。

如果我们不了解客户的这些心理，只是一味拼命地预约客户，见到客户就迫不及待地介绍产品，催促客户成交，无论我们怎样讨好客户，即使“跑断腿、磨破嘴”，也很难让客户买自己的产品。所以，要想成为优秀的销售人员，获得非凡的业绩，我们就必须掌握客户的心理，灵活运用一些销售策略。

不幸的是，在面对一个客户时，时间往往是有限的，很可能我们还没来得及了解客户的心理，对方就已经不耐烦了。的确，客户不会有太多的时间留给

我们去了解他们。他们不可能为了一件产品听我们唠叨一整天，一旦客户失去耐心，很可能就会选择去别家购买产品。而且，作为销售人员，我们的时间也毕竟有限，不可能为了一个客户浪费太多时间。因此，在短时间内了解客户的心理、掌控客户的心理，就变得十分必要。

时间对销售人员来说就是金钱。只有在最短的时间内猜透客户的心思、赢得客户的信任、抓住客户的软肋、引导客户跟着自己的思路走，我们才能用最短的时间取得更多的订单，获得更高的业绩。

本书总结了优秀销售人员在实践中得出的最具实效的销售心理策略，能让销售新手和销售“低手”在最短的时间内读懂“营造成功的销售心态”、“客户惯常的消费心理”、“客户背后的心理玄机”、“不同客户的心理弱点”、“成功销售的心理效应”、“销售高手的心理诡计”、“打动客户的攻心话术”和“影响销售的心理误区”。阅读本书，对所有销售人员来说，能够在最短的时间内获得最实用的销售心得。



| 目录 |

第1章

读懂营造成功的销售心态..... 001

——向着目标勇敢迈进，全世界都会为你让路

心态保持好，销售没烦恼..... 002

摆脱虚荣心：销售并不卑微..... 004

克服畏惧心理，练就“脸皮厚”..... 005

把拒绝当做一种“财富”..... 008

拥有好脾气，成就好业绩..... 010

练就豁达心态，凡事一笑了之..... 011

自信，成功销售的第一要诀..... 013

遇到挫折，绝不轻言放弃..... 015

只要激情在，业绩不会坏..... 017

把目光放长远，切忌贪婪..... 019

正视失败，不为失败找借口..... 021

别让敷衍心理毁了自己..... 023

接受客户，客户才会接受产品..... 025



第2章

读懂客户惯常的消费心理 027

——想钓到鱼，就要像鱼儿那样思考

客户需要“占便宜”的感觉	028
客户信任你，才会光顾你	030
客户更喜欢自己想要的产品	031
客户想要的不仅仅是产品	033
客户都希望成为“焦点”	035
大多数客户都“随大流”	037
每个客户都想自己做主	039
客户更愿意听权威的话	041
客户都需要合适的赞美	043
客户往往都有“逆反心理”	044
男女不同的消费心理	046
不同年龄段的消费心理	048
最常见的八种消费心理	051

第3章

读懂客户背后的心理玄机 054

——掌握了音乐的节奏，才能跳出华丽的舞姿

客户越挑剔，成交越有戏	055
服饰表明客户的购买力	057
从言行中发现“当家人”	060
听出客户的“弦外之音”	062

语速透露客户的内心	064
识破客户“笑语”中的玄机	066
客户的眼睛会“说话”	068
客户也会“眉目传情”	070
点头“YES”，摇头“NO”	072
坐姿暴露客户的想法	074
由吸烟判断客户的性格	076
酒的选择泄露客户性格	078
客户释放的购买信号	080

第4章

读懂不同客户的心理弱点

——牵住牛的鼻子，牛就会乖乖地跟你走

好辩型客户，满足其优越感	084
节俭型客户，强调物有所值	086
暴躁型客户，让其尽情发泄	088
犹豫型客户，要适度去逼迫	090
贪心型客户，用便宜诱惑他	092
谨慎型客户，尽量让他放心	094
沉默型客户，引导对方开口	096
惜时型客户，为他节省时间	098
唠叨型客户，让他把话说完	100
世故型客户，对他开门见山	102
顽固型客户，与他商量着来	104
虚荣型客户，多说些奉承话	106
冲动型客户，顺其心意推销	108



第5章

读懂成功销售的心理效应 111

——方向搞不清楚，就看一看指南针

- 首因效应：第一印象价值百“单” 112
- 稀缺效应：越是稀少，客户越想要 114
- 退让效应：欲得寸，先进尺 116
- 互惠效应：与客户“礼尚往来” 118
- 攀比效应：有攀比才有生意 120
- 沉锚效应：让客户无法拒绝 122
- 情感效应：对客户多点感情投资 124
- 登门槛效应：就是要得寸进尺 126
- 光环效应：让客户“爱屋及乌” 128
- 凡勃伦效应：定价越高越畅销 130
- 蝴蝶效应：细节关乎销售成败 132
- 沸腾效应：别让销售功亏一篑 134

第6章

读懂销售高手的心理诡计 136

——你能主宰的，永远大过你想象的

- 恰当的称呼，让客户倍感亲切 137
- 寻找相似性，拉近与客户的距离 139
- 多见几次面，生意便好办 141
- 客户饱了，生意就成了 143
- 施加心理负担，让客户不忍拒绝 145

激到客户心里的“将”	147
适当透露产品的缺陷	149
承诺约束，让客户不得不履行	151
适时表达“不卖”，吊起客户胃口	153
给客户一些善意的“威胁”	155
先给一个苹果，再咬回一口	157
做好“人情生意”，销售更顺畅	159
白脸与黑脸交替，对客户软硬兼施	161

第7章

读懂打动客户的攻心话术	164
-------------------	-----

——买卖不成话不到，话语一到卖三俏

善用攻心话术，成功预约客户	165
不可不知的攻心开场白	168
巧妙牵引客户的思路	170
先谈价值，后谈价格	173
诱导客户说出更多的“是”	175
少说“我”，多说“我们”	178
找到突破口，堵住客户的借口	179
有意地重复客户的需求	182
给客户“身份”，买才符合“身份”	184
灵活应对客户的不合理出价	186
及时排除客户的成交疑义	189
倾听是一种动听的“语言”	192



第8章

读懂影响销售的心理误区 196

——聪明过了头，就会被聪明误

热情过度，“吓”跑客户	197
开“空头支票”，如饮鸩止渴	199
别让赞美走了“调”	201
逼迫客户买单，往往适得其反	203
与客户争辩，没好果子吃	205
死缠烂打，毫无技巧惹人烦	207
急于求成，让客户难以放心	209
以貌取人，可能会判断失误	211
别说失去一个客户无所谓	213
自贬身价，会遭受更多失败	216
贬低对手产品，难得客户信赖	218
销售不是“一锤子”的买卖	220



第1章 读懂营造成功的销售心态

——向着目标勇敢迈进，全世界都会为你让路

销售员A和B都遭遇了坏天气。面对大雨，A想，雨这么大，就算去客户那儿也可能找不到他，不如等明天再去；而B则想，雨这么大，别人可能都不会去，客户肯定有时间。结果，B获得了成功。可见，销售能否成功，在很大程度上取决于销售人员的心态。



❧ 心态保持好，销售没烦恼

俗话说：“心态决定命运。”做销售，心态是重中之重。有关研究表明，销售人员的心态与想法在对整个销售工作中的影响占到了80%，而其他有关产品知识、培训、时间管理等技巧的影响则仅占20%。

能否做好一件事情，能力很重要，但心态更为重要，做销售也是如此。良好的心态是销售人员的必备条件。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”。只有有了这个“1”，后面的“0”越多，数字才会越大；否则，后面有再多的“0”也毫无意义。

在销售过程中，我们会遇到很多难题，也会遇到很多失败和挫折。面对困难和挫折，如果我们只去关注它们的阴暗面，那就很容易因此而消沉；相反，如果我们以积极和乐观的心态去应对，则能够最终克服这些困难和挫折，最终走向辉煌。

日本“推销之神”原一平，从一开始做销售工作就具有良好的心态。据说，在刚刚开始其销售之旅时，原一平并没有想到会那样艰难，竟然连续七个月没有一单业务。当时他因交不起房租，被房东赶了出去，最后只能在公园的长椅上过夜。他自我解嘲道：“虽然今天很凄惨，不过公园也蛮不错的，安静又清凉。”

大多数时候，原一平会鼓励自己：“只要你的精神还站立着，就没有什么能让你倒下！”每天清晨5点，他从公园的长椅上“起床”后徒步上班。一路上，他精神抖擞，丝毫没有睡不好的倦态；有时还吹吹口哨，热情地与路人打招呼。

一天，常到公园散步的一个大老板，看到原一平身处这样的困境竟然还能

“笑傲”生活，便好奇地与他攀谈起来。后来，他渐渐被原一平的积极和乐观的心态所感染，并愉快地买了一份保单。这是原一平从事保险销售以来的第一笔业务。后来，这位大老板又给原一平介绍了许多朋友。原一平的良好心态感染了越来越多的人，业务也做得越来越好。

作为销售人员，我们应该常怀积极和乐观的心态，尤其是当销售工作不顺利时，越是糟糕的情况，越要积极乐观地去应对。凡事往好处想，朝着乐观的方向走，希望、幸福、成功和快乐将会变得无穷无尽。

那么，如何拥有积极乐观的心态呢？我们不妨尝试这样几种方法：以幽默的态度来接受现实中的失败；相信凡事都会有解决的办法，永远不要放弃取得微小胜利的机会；偶尔也要屈服，放弃该放弃的东西，你会发现，其实一切并没有那么难；闲暇之余，多接近乐观的人，培养自己乐观的态度；要意识到自己是幸福的，而不要在烦恼袭来时，认为自己是最不幸的人。

立即行动起来吧！让积极乐观的心态助我们消除工作中的一切烦恼，伴随我们进行快乐、顺心的销售之旅。

..... 销售心经

销售人员所遇到的问题中，有80%来自于自身心态，因此纵使解决了销售技巧的欠缺也只是“治标不治本”。唯有具备良好的心态，我们才能直面困难、抵抗压力、不断进取，最终取得成功。要记住这样一句话：“心态好的人，运气都坏不到哪里去！”



➤ 摆脱虚荣心：销售并不卑微

在现实中，不乏有一些销售人员，平时谈笑风生，但在与客户打交道时，不是语无伦次就是坐立不安、手足无措，甚至在看到业务大势已去时，常为了拿到一份订单而降格以求，向客户请求说：“请您帮个忙吧，我要养家糊口。而且，如果我拿不到这个订单，我都不知道该如何面对我的老板。”

为什么会出现这样的现象呢？原因只有一个，那就是他们从内心深处认为销售是一种卑微的职业，于是在虚荣心的作用下变得卑躬屈膝，在客户面前自觉低人一等。

他们可能并没有意识到，这样的销售方式不但对销售员本身有害，也是销售行业的“致命伤”。销售行业最忌讳的就是在客户面前卑躬屈膝，因为低三下四的销售姿态，不但会使商品贬值，还会使公司的声誉和销售人员自己的人格贬值。

此外，千万不要认为向客户鞠躬作揖才能成交一笔生意，如果有这样的想法，那就大错特错了。当一个销售员提出那样的要求时，只能让客户看不起他。试想，如果我们连自己都看不起，别人又怎么能看得起我们呢？这种懦弱的表现不仅不能赢得客户的好感，反而会令客户大失所望，并产生一种厌恶情绪，这种厌恶情绪甚至会波及其他销售人员。

其实，销售并非卑微的职业，它与其他职业一样，只是具体内容不同罢了。做销售不是把产品或服务强加给客户，而是帮助客户解决问题。面对客户时，无论对方怎么说、说什么，我们都必须要对自己所从事的职业有一个较为理性的认识，认识到自己工作的价值和意义。

进一步来说，销售人员与其他人一样，都是用自己的努力实现自我价值。

每个人都希望发挥自己的才能，为自己的梦想而努力，这既是人们实现自我的一种心理需要，也是一种对人生价值的追求。任何一种工作，都是一种自我价值的体现。销售是一种服务性的职业，可以给客户带来方便，同时销售人员也在销售中获得客户的认可和尊重。我们与客户是平等的，根本没必要在客户面前低三下四。

不仅如此，我们还应该以作为销售员为荣，因为它是值得人们尊敬及会使人有成就感的职业。有关研究表明，一名普通的销售人员能够为30位工厂的员工提供稳定的工作机会。这样的工作，怎么能说它不重要？

总之，做销售并不是一件丢面子的事，它只是一种职业，只要我们放下架子和面子，摆脱虚荣心理的束缚，自然就能在不远的将来品尝到成功销售的喜悦。而作为一名刚刚开始做销售的新人，在面对客户时，更应该保持不卑不亢的态度，与客户平等相待，唯有如此，才能从根本上赢得客户。

销售心经

世界上最伟大的销售员乔·吉拉德说：“每一名销售员都应以自己的职业为骄傲，因为销售员推动了整个世界。如果我们不把货物从货架上和仓库里面运出来，整个社会体系的钟就要停摆了。”

➤ 克服畏惧心理，练就“脸皮厚”

在销售人员尤其是销售新人中，普遍存在一种心理——畏惧心理：害怕在公共场合讲话，不愿意接触人，不愿意拜访客户，不敢对客户推销。据统计，由于畏惧心理而遭到淘汰的销售人员高达40%以上，他们大多在入职后不久就暴露出这样的问题。



在面对一个陌生客户时，有些销售人员会心跳加速，或将原本准备好的开场白忘得一干二净。下面的小G就是这样的例子。

小G是某公司的一名新销售员。一次，他要去拜访一位新客户。同事跟他说，这个客户是一个大老板，为人很严肃，于是小G心里便开始担心起来。他害怕客户为难自己，甚至担心客户把自己骂出来。他越想越害怕，甚至想要放弃，但因为已经约好时间，所以只能硬着头皮去见客户。

一路上，小G忐忑不安，甚至到了客户的门口都不敢去敲门。不过恰好门自己开了，开门的正是那个大老板。他对小G很客气，请小G进了屋。然而，客户越是客气和热情，小G就越紧张，最后变得语无伦次。客户对小G的表现很不满意，于是就找了个理由让他离开了。

从这个例子可以看出，畏惧对销售工作的影响是致命的。销售人员在客户面前面红耳赤、语无伦次的表现，会给客户留下负面的印象，客户会因此认为销售人员不诚实、不干练，从而降低对销售人员的信任度。此时，即使我们的产品再好，他们也会失去购买的兴趣。

威名远扬的英国首相丘吉尔曾说：“一个人绝对不可在遇到危险的威胁时，背过身去试图逃避。若是这样做，只会使危险加倍；但是，如果立刻面对它，毫不退缩，危险便会减半。”销售工作也是如此。只有我们鼓起勇气，勇敢地迈出第一步，才能期待客户给我们满意的答复。

为了更好地克服畏惧心理，我们可以参考以下几点：

1. 相信自己

要克服畏惧心理，首先要拥有自信。只要我们足够自信，就意味着我们相信自己能战胜一切困难。只要树立了这种职业的自信心与自豪感，我们就能勇敢地面对陌生人。此外，我们还可通过不断地暗示自己“我是最好的”、“天生我材必有用”，来增加自信心。

2. 评价对方

如果我们特别在意客户对自己的评价，就会产生压力，使自己紧张无措。与其如此，不如暂时忘记自己，反过来评价对方：对方未必比我们高明，或许他们也很羞怯，也有一定的弱点。知道了这些，我们的压力便会减小，渐渐变