



姜克戈/编著

Psychology and  
Life Series

心理学作为一门独特的学科，与我们生活中的各个领域息息相关。向顾客销售产品时掌握对方的心理，交易会变得更顺利；人际交往时掌握对方的心理，沟通会变得更轻松；管理员工时掌握下属的心理，事情自然会迎刃而解……

心理学 生活系列

# 销售心理学

问鼎销售冠军的心理指南



从心理学的角度为读者诠释销售的真谛与奥秘

顶级销售精英  
应该具备的

## “状态与素质”

突破销售事业瓶颈的训练课



内蒙古出版集团  
内蒙古人民出版社



1111111111

Psychology and

Life Series

1111111111

# 销售心理学

销售心理学



销售心理学





Psychology and Life Series

心理学与生活系列

# 销售

心理学

问鼎销售冠军的心理指南

姜克戈 / 编著

内蒙古出版集团  
内蒙古人民出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

销售心理学/姜克戈编著. —呼和浩特:内蒙古  
人民出版社,2010.4  
(心理学与生活系列)  
ISBN 978-7-204-10394-2

I. ①销… II. ①姜… III. ①销售—商业心理学—通  
俗读物 IV. ①F713.55-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第058449号

## 心理学与生活系列

---

编 著 姜克戈  
责任编辑 毅 鸣  
出版发行 内蒙古出版集团 内蒙古人民出版社  
地 址 呼和浩特市新城区新华大街祥泰大厦  
网 址 <http://www.nmgramcs.com>  
印 刷 河北省三河市华东印刷有限公司  
开 本 700×1000 1/16

---

印 张 168  
字 数 1500 千  
版 次 2010年4月第1版  
印 次 2010年5月第1次印刷  
印 数 1-10000套  
书 号 ISBN 978-7-204-10394-2/I·2176  
定 价 336.00 (全12册)

---

图书营销部联系电话:4972001 4972092

如发现印装质量问题,请与我社联系联系电话(0471)4971562 4971659

## 前言

心理学是 19 世纪中叶从哲学中分支出的一门学科，距今有百余年的历史。心理学是一门探索意识起源之谜的科学，因其较庞大而复杂的学科特征，而受到人们普遍的重视和推崇，也影响和改变着一代又一代人的生活。

心理学作为一门独特的学科，与我们生活中的各个领域息息相关。向顾客销售产品时掌握对方的心理，交易会变得更顺利；人际交往时掌握对方的心理，沟通会变得更轻松；管理员工时掌握下属的心理，难题自然会迎刃而解……

心理学也许是现代生活中人们最广泛涉及的主题，因为人的生活首先是由人的心理与行为支撑的。无论生活中的衣食住行，还是工作中的为人处世都离不开心理学，都需要心理学知识的帮助。

学习心理学知识有助于我们洞悉他人、认识自我，提升个人的修养。我们在生活中难免会遇到诸如恋爱、婚姻、人际关系以及焦虑等心理问题。掌握心理学知识，就能很好的进行自我分析和调节，从而避免陷入难以自拔的心理困惑之中。

每个人在社会中扮演的角色不尽相同，但无论你是怎样的角色，只要学习和掌握好心理学知识，就能够在处理错综复杂的人际关系时游刃有余；只要学习

和掌握好心理学知识，就能够在职场中左右逢缘、如鱼得水。

《心理学与生活系列》全套共12册，内容涉及到生活中的方方面面和工作中的诸多领域。编者摒弃概念化的说教方式，以通俗易懂的专业知识，具有实际借鉴意义的典故，加以要点概括的点睛之笔，娓娓道来，以求帮助读者正确、灵活的掌握和运用好心理学知识，获取人生的成功。

鉴于水平有限，书中难免有不妥之处，敬请广大读者批评指正。

编者

## 第一章 心理博弈——消除客户的心理抗拒

购买决定都是感情用事,如果能够打动客户的心,那么就能让客户的购买动机朝着倾向于成交的方向发展。做推销前先要和客户“谈恋爱”,让客户喜欢你、相信你,你的推销才能取得进一步的成功。

- 降低客户的逆反心理 / 13
- 处理客户拒绝的艺术 / 15
- 应对客户的反对意见 / 16
- 合理应对信任危机 / 19
- 成功打消客户的疑虑 / 22
- 对客户进行心理暗示 / 24
- 巧妙突破销售障碍 / 27
- 不要忽略客户身边的人 / 30
- 接近客户的六大心法 / 31
- 投诉是来自客户的礼物 / 34

## 第二章 洞悉根源——销售中客户购买因素剖析

每一次购买行为,客户都倾注了时间、精力和金钱,因此他们在决策的时候会考虑诸多方面的因素,如价格、质量、款式、颜色等。在众多的因素中。要知道哪些是决定性因素,只有知道了这些,销售人员的推销就能收到事半功倍的效果。

- 以合理定价抓住客户心理 / 41

- 让对方无法拒绝的“感情投资” / 44
- 找对购买团体中的关键角色 / 45
- 给予客户足够的安全感 / 47
- 以商品陈列吸引客户 / 49
- 注重培养销售中的创意 / 52
- 激发客户的攀比心理 / 54
- 时尚对客户消费心理的影响 / 56
- 瞄准客户的购买兴趣点 / 57
- 抓住客户的怀旧心理 / 59

### 第三章 互惠双赢——让客户主动来回报和承诺

当别人给我们提供了帮助和支持,我们往往会尽量通过各种方式来报答他。“有来无往非礼也”,当销售员借机会巧妙地施恩于客户,那么客户就会在这种压力下主动地来报答销售员,很难无动于衷,否则于心难安。

- 拿人家的手软 / 63
- 让客户无法拒绝你的要求 / 66
- 让客户内心自觉让步 / 69
- 天下没有免费的午餐 / 72
- 答应别人的就要努力做到 / 75
- 承诺是对人们行为的巨大约束力 / 79
- 写下来的承诺会更加有效 / 82
- 让客户自觉履行承诺 / 86



## 第四章 心理满足——迎合客户的心理要求

不同的客户由于在年龄、性别、经历、文化程度、兴趣爱好、心理状态等方面存在着巨大的差异，销售员在对待客户时就不能以一成不变的方式来应对。即使再难应付的客户也存在着某些容易被攻破的心理弱点。

适当给随和型的客户压力 / 91

应对行事果断的客户 / 93

面对虚荣心强的客户 / 96

用真诚打动精明的客户 / 98

为外向型的客户创造新鲜感 / 100

用温柔敲开内敛型客户的心门 / 103

巧妙应对标新立异的客户 / 105

物美价廉吸引墨守成规的客户 / 108

用恭维打动炫耀型的客户 / 111

面对分析型客户要注意细节 / 114

## 第五章 动机激发——引导客户产生强烈的购买欲望

销售人员的工作是推而销之，“推”就是要推动客户来购买，只有引导客户产生强烈的购买动机，才会使其购买决定和行为变得果断而积极。商品不能是销售人员强加给客户的，而应该激发其购买动机，使其主动选择购买。

销售人员用信心激发动力 / 119

自信心是获取成功的基石 / 122

动机来自客户内心满足感的获得 / 125

客户总是愿意为喜欢的事情而努力 / 129

让客户产生购买欲望 / 132

用热情堵住客户的借口 / 135

销售人员要多为客户着想 / 138

避免和客户发生争论 / 141

帮助客户消除心中的顾虑 / 144

像朋友一样同客户谈生意 / 148

## 第六章 心理标杆——销售中的金科玉律

销售中,那些看似随机产生的、成功的销售结果,其实都是有规律可循的;遵循一些原则、规定,你就能避免失败;而触犯它们就极有可能一无所获。本章会向你介绍这些决定销售成败的规则,以方便你更加游刃有余地进行销售。

销售人员的成功源自目标 / 153

尽一切努力让自己成功一次 / 155

销售中没有一劳永逸 / 157

把主动权掌握在自己手中 / 159

为自己设一个栏杆 / 161

敢于冒险,销售才能成功 / 163

凡事超前一步更易成功 / 165

抓住客户的注意力 / 167

让客户帮你推荐客户 / 169

勤于思考才能创造佳绩 / 172

## 第七章 赢在心态——销售高手必备的成交策略

客户的行为是受其心理活动驱动的,这种心理活动有的是理性的,有的是感性的。如果销售人员掌握客户心理活动的规律,并有针对性地采取灵活的销售策略,就会赢得客户的芳心和青睐。

用信心影响客户 / 177

获得成功从被拒绝时开始 / 180

热情促成交易成功 / 183

保持积极乐观的心态 / 187

以最良好的状态面对客户 / 189

真诚比技巧更重要 / 192

由内心激励自我 / 196

制订明确的目标 / 199

迎合客户的爱好和兴趣 / 205

## 第八章 情绪引导——销售人员巧妙突破成交瓶颈

在推销过程中,客户的情绪是变化无常的,销售员一个很小的动作或语言就会使客户放弃购买,致使销售功亏一篑。因此,销售员要善于控制客户的情绪,巧妙地利用心理技巧,化解客户的不良情绪,从而使销售工作进行下去。

引发客户的情感共鸣 / 211

商品短缺激起购买热情 / 214

用激将法促成产品成交 / 217

为客户提供需要的产品 / 220



Psychology and Life Series

心理学与生活系列

# 销售

心理学

问鼎销售冠军的心理指南

姜克戈 / 编著

内蒙古出版集团  
内蒙古人民出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

销售心理学/姜克戈编著. —呼和浩特:内蒙古  
人民出版社,2010.4  
(心理学与生活系列)  
ISBN 978-7-204-10394-2

I. ①销… II. ①姜… III. ①销售—商业心理学—通  
俗读物 IV. ①F713.55-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第058449号

## 心理学与生活系列

---

编 著 姜克戈

责任编辑 毅 鸣

出版发行 内蒙古出版集团 内蒙古人民出版社

地 址 呼和浩特市新城区新华大街祥泰大厦

网 址 <http://www.nmgramcs.com>

印 刷 河北省三河市华东印刷有限公司

开 本 700×1000 1/16

---

印 张 168

字 数 1500千

版 次 2010年4月第1版

印 次 2010年5月第1次印刷

印 数 1-10000套

书 号 ISBN 978-7-204-10394-2/I·2176

定 价 336.00 (全12册)

---

图书营销部联系电话:4972001 4972092

如发现印装质量问题,请与我社联系联系电话(0471)4971562 4971659

## 前言

心理学是19世纪中叶从哲学中分支出的一门学科，距今有百余年的历史。心理学是一门探索意识起源之谜的科学，因其较庞大而复杂的学科特征，而受到人们普遍的重视和推崇，也影响和改变着一代又一代人的生活。

心理学作为一门独特的学科，与我们生活中的各个领域息息相关。向顾客销售产品时掌握对方的心理，交易会变得更顺利；人际交往时掌握对方的心理，沟通会变得更轻松；管理员工时掌握下属的心理，难题自然会迎刃而解……

心理学也许是现代生活中人们最广泛涉及的主题，因为人的生活首先是由人的心理与行为支撑的。无论生活中的衣食住行，还是工作中的为人处世都离不开心理学，都需要心理学知识的帮助。

学习心理学知识有助于我们洞悉他人、认识自我，提升个人的修养。我们在生活中难免会遇到诸如恋爱、婚姻、人际关系以及焦虑等心理问题。掌握心理学知识，就能很好的进行自我分析和调节，从而避免陷入难以自拔的心理困惑之中。

每个人在社会中扮演的角色不尽相同，但无论你是怎样的角色，只要学习和掌握好心理学知识，就能够在处理错综复杂的人际关系时游刃有余；只要学习

和掌握好心理学知识，就能够在职场中左右逢缘、如鱼得水。

《心理学与生活系列》全套共12册，内容涉及到生活中的方方面面和工作中的诸多领域。编者摒弃概念化的说教方式，以通俗易懂的专业知识，具有实际借鉴意义的典故，加以要点概括的点睛之笔，娓娓道来，以求帮助读者正确、灵活的掌握和运用好心理学知识，获取人生的成功。

鉴于水平有限，书中难免有不妥之处，敬请广大读者批评指正。

编者

## 第一章 心理博弈——消除客户的心理抗拒

购买决定都是感情用事,如果能够打动客户的心,那么就能让客户的购买动机朝着倾向于成交的方向发展。做推销前先要和客户“谈恋爱”,让客户喜欢你、相信你,你的推销才能取得进一步的成功。

- 降低客户的逆反心理 / 13
- 处理客户拒绝的艺术 / 15
- 应对客户的反对意见 / 16
- 合理应对信任危机 / 19
- 成功打消客户的疑虑 / 22
- 对客户进行心理暗示 / 24
- 巧妙突破销售障碍 / 27
- 不要忽略客户身边的人 / 30
- 接近客户的六大心法 / 31
- 投诉是来自客户的礼物 / 34

## 第二章 洞悉根源——销售中客户购买因素剖析

每一次购买行为,客户都倾注了时间、精力和金钱,因此他们在决策的时候会考虑诸多方面的因素,如价格、质量、款式、颜色等。在众多的因素中。要知道哪些是决定性因素,只有知道了这些,销售人员的推销就能收到事半功倍的效果。

- 以合理定价抓住客户心理 / 41



- 让对方无法拒绝的“感情投资” / 44
- 找对购买团体中的关键角色 / 45
- 给予客户足够的安全感 / 47
- 以商品陈列吸引客户 / 49
- 注重培养销售中的创意 / 52
- 激发客户的攀比心理 / 54
- 时尚对客户消费心理的影响 / 56
- 瞄准客户的购买兴趣点 / 57
- 抓住客户的怀旧心理 / 59

### 第三章 互惠双赢——让客户主动来回报和承诺

当别人给我们提供了帮助和支持,我们往往会尽量通过各种方式来报答他。“有来无往非礼也”,当销售员借机会巧妙地施恩于客户,那么客户就会在这种压力下主动地来报答销售员,很难无动于衷,否则于心难安。

- 拿人家的手软 / 63
- 让客户无法拒绝你的要求 / 66
- 让客户内心自觉让步 / 69
- 天下没有免费的午餐 / 72
- 答应别人的就要努力做到 / 75
- 承诺是对人们行为的巨大约束力 / 79
- 写下来的承诺会更加有效 / 82
- 让客户自觉履行承诺 / 86