

YIBENSHU
DUDONGGUKEKEXINLIXUE

如果你想钓到鱼，就得像鱼儿那样思考！

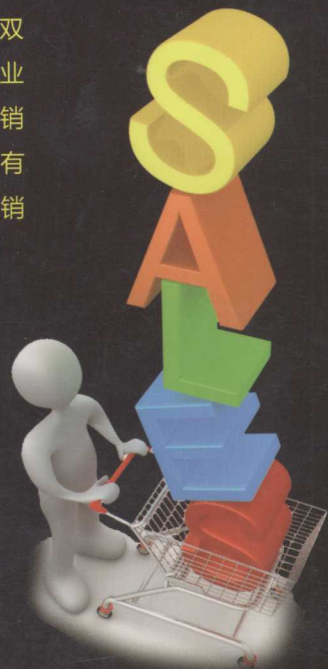
销售是一场心理博弈战，如果你想成功卖出产品，就必须读懂客户内心和了解客户需求。

张汇通◎著

一本书读懂 顾客心理学

世界销售大师秘而不宣的高效读心术

销售就是一场心理战！销售就是心与心的较量！心理战的双方就是顾客和销售人员。在销售中，你要想提升你的销售业绩，就一定要懂得察言、观色、攻心，真正明白心理学对销售工作的重要性。只有学会读心，通过诱导顾客的心理，有效激发顾客的购买欲望，才能顺利成交，从而让自己成为销售行业中的一佼佼者。



中国商业出版社

013367879

F713.55
155

YIBENSHU
DUDONGGUOKEXINLIXUE

张汇通◎著

一本书读懂 顾客心理学

世界销售大师秘而不宣的高效读心术



北航

C1675537

F713.55
155

中国商业出版社

013387873

图书在版编目 (CIP) 数据

一本书读懂顾客心理学 / 张汇通著. —北京: 中国商业出版社,
2013.7

ISBN 978-7-5044-8166-5

I. ①一… II. ①张… III. ①商业心理学 IV. ①F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 152215 号

责任编辑: 张振学

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c-cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京毅峰迅捷印刷有限公司

*

710×1000 毫米 16 开 16 印张 220 千字

2013 年 10 月第 1 版 2013 年 10 月第 1 次印刷

定价: 32.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

P 前言

REFACE

做生意、做销售往往会有这样的困惑：为什么一个看起来稳操胜券的单子，一夜之间就被竞争对手夺走了？为什么无论自己怎么说，客户都不买你的账？为什么先期都沟通得很顺畅，一到要成交时就会遭到拒绝？为什么无论你怎样一再保证，客户始终对你持怀疑态度？

“卖家”——一个成功的销售员或买卖人，必定是一个懂得顾客心理的人；一个业绩辉煌的销售人员，甚至成功的生意人，必定是一个在极短时间内掌控顾客心理的人。

20世纪40年代美国的八大财团中，摩根财团是名列前茅的“金融大家族”。可老摩根从欧洲漂泊到美国时，却穷得只有一条裤子。后来夫妻俩好不容易才开了一家小杂货店。当顾客买鸡蛋时，老摩根由于手指粗大，就让自己的妻子用纤细的小手去抓蛋，鸡蛋被纤细的小手一衬托后就显得大些，摩根杂货店的鸡蛋生意也因此兴旺起来。

老摩根针对购买者追求价廉的购买动机，利用人的视觉误差，巧妙地满足了顾客的心理需求。其后代子承父业，也深谙经营之道，终于逐步发家，成为富甲天下的“金融大家族”。



我们会经常看到有的店铺开张没几天，但是门庭若市，财源滚滚来，而有的店铺却是门可罗雀。这往往不是他们的商品不好，也不是他们的服务态度不好，而是没有把握住顾客的心理。

作为一名“卖家”，一定要了解顾客在想什么。好的“卖家”在与顾客初步交谈之后，就能判断出顾客心理处于哪个阶段，知道顾客对于该产品到底会不会买，如果买可能什么时候买，“卖家”要依据顾客心理所处阶段的不同而作出相应的反应。如果对顾客心理所处环节把握失控，很可能是在这一环节上出现了一些不恰当的行为，那么下一环节的活动就很难进行。作为“卖家”，关键是要把握在什么阶段、什么样的情况下采取什么样的方式和行为。对此一定要心中有数。只有对顾客的购买心理把握到位，才能促使销售行为按照自己的设置顺利完成。

实际上，“卖家”从一开始找到一个客户直到完成交易，他所需要的不仅仅是细致的安排和周密的计划，更需要和顾客进行心理上的交战，所以从这个角度看，“卖家”也必须要懂得一定的顾客心理才能更好地完成自己的工作。

销售工作是面对人的，所以“卖家”知道顾客是如何想的，这比什么都重要。要提升你的销售业绩，试试从销售心理学培训开始吧！

P 目录

REFACE

第 01 辑 满足顾客心理期待是最好的迎合策略

- 学会迎合顾客的兴趣 /3
- 微笑可以征服你的顾客 /6
- 顾客喜欢替自己着想的销售员 /8
- 讲人情最能留住老顾客的心 /11
- 学会聆听顾客的陈述 /14
- 成功消除顾客的疑虑 /17
- 用真诚将新顾客变为老顾客 /20
- 有效调动顾客的兴趣 /22
- 热忱让你赢得顾客的青睞 /23
- 产品包装要讲究外在美 /26

第 02 辑 看清楚顾客惯常的消费心理

- 解读顾客的消费心理 /31
- 顾客认为自己本来就是上帝 /33



- 顾客有“从众”的心理 /36
- 人人都想享有VIP待遇 /39
- 顾客都有怕上当受骗的心理 /41
- 顾客对价格都是很敏感的 /44
- 顾客都有占便宜的心理 /46
- 顾客只关心自己的利益 /49
- 顾客偏要买的逆反心理 /51
- 顾客要宾至如归的感觉 /54

第 03 辑 读懂顾客身体语言暗藏的心理信息

- 从服饰评估顾客的购买力 /59
- 从言谈举止中发现谁是“当家人” /61
- 从走路的姿势分析顾客的性格 /63
- 从坐姿透视顾客的心理 /65
- 读懂顾客的几种笑语 /68
- 按照顾客的眼色行事 /70
- 了解顾客的眉语 /72
- 从空间距离测量顾客的心理距离 /75
- 从吃上了解顾客的个性 /77
- 从喝酒把握顾客的心理 /79
- 从吸烟看顾客的性格特征 /82

第 04 辑 抓住不同顾客的心理软肋进行销售

应对聪明的顾客要专业和专注 /87

小心应对霸道的顾客 /89

用倾听应付唠叨的顾客 /92

多服从专断型的顾客 /94

热情对待随和型的顾客 /97

对虚荣型顾客要多赞美 /100

对外向型顾客要利索 /103

对炫耀型顾客要恭维 /105

对内敛型顾客要体贴 /108

对标新立异型顾客要对症下药 /110

对墨守成规型顾客要讲实用 /113

第 05 辑 说在顾客心坎上一句顶一千句

好的开场白是成功的一半 /119

赞美的话最能打动顾客 /121

用赞美性的话语去接近顾客 /122

用赞美可以有效挽回顾客 /124

让赞美语活有夺人心脉的功效 /126

介绍产品应该讲究技巧 /128

有效的提问是销售的基础 /129



第 06 辑 金牌销售必知的消费行为心理解析

- 掌握顾客需要的一般分类 /135
- 认识顾客的购买心理动机 /136
- 一般顾客购买的心理阶段分析 /138
- 生活环境对顾客心理的影响 /139
- 服务和购物环境对顾客心理的影响 /141
- 不同年龄顾客的心理分析 /143
- 不同职业顾客的心理分析 /144
- 不同类型购买行为的心理分析 /147

第 07 辑 运用谈判心理学让顾客服从你

- 学学讨价还价的心理策略 /151
- 谈判时空的选择与运用 /153
- 运用时间选择对心理的作用 /155
- 以诚相待，消除对方戒备心理 /156
- 学一学谈判中的让步心理学 /158
- 洞察心理，巧解谈判僵局 /161
- 从举止、表情、言谈掌握顾客心理 /164
- 研究谈判心理，提高谈判能力 /166
- 与活泼型性格的人谈判的技巧 /168
- 与力量型性格的人谈判的技巧 /172
- 与平和型性格的人谈判的技巧 /175

第 08 辑 学点排除顾客异议的心理学技巧

- 你要知道，自己为什么被拒绝 /181
- 拒绝，就是顾客真的不需要吗 /183
- 顾客说“不”，有什么隐含的意思 /187
- 我们怎样面对说“不”的顾客 /190
- 一定要避免和顾客发生争论 /193
- 应对顾客“改天再来”的借口 /195
- 应对顾客“我很忙”的借口 /196
- 应对顾客“我要向朋友买”的借口 /198
- 应对顾客“再考虑考虑”的借口 /199
- 应对顾客“我想到别家再看看”的借口 /200

第 09 辑 运用心理学“策略”促进成交

- “我不卖”——给顾客一点“威胁” /205
- 视顾客的拒绝为成交机会 /207
- 稳中求胜，让顾客敞开心扉 /209
- 用环境的威慑来影响顾客 /212
- 用一点欲擒故纵销售法 /215
- 积极创造让顾客无法抗拒的强大气势 /217
- 识别成交的三种心理信号 /220
- 制定成交策略的四个要点 /223

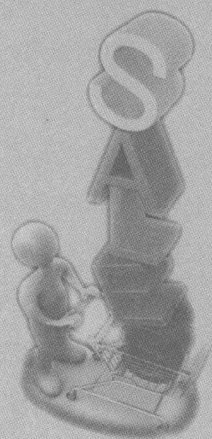


第 10 辑 销售人员必知的心理学效应

- 181 焦点效应：把顾客的姓名放在心中 /227
- 182 折中效应：拒绝贪婪，细水才会长流 /229
- 183 互惠效应：拿人家的就会手短 /232
- 184 权威效应：顾客往往喜欢跟着“行家”走 /235
- 185 稀缺效应：短缺会造成商品的价值升值 /237
- 186 蚕食效应：一点一点促进生意的成交 /240
- 187 人性效应：比商品更重要的是人性 /242
- 188 退让效应：让顾客感到内心难安的让步 /244

交际世界“糊菜”学野小用云

- 190 “糊菜”点——客刺菜——“委不殊”
- 191 会地交际成禁用的客理时
- 192 痴心开烟客理时，起未中庭
- 193 客理时求禁用的野小用
- 194 去背前地禁用的点——用
- 195 客理时求禁用的野小用
- 196 野小用的三种心理信号 /230
- 197 点要个四的野小用



第 01 辑

满足顾客心理期待
是最好的迎合策略

学会迎合顾客的兴趣

迎合顾客心理对顾客的购买行为有着重大的影响。商品的特殊包装、装潢、商标和品名，常常能给顾客以各种联想，唤起顾客的各种心理活动。

“椰菜娃娃”是美国商人针对西方国家独特的社会结构和道德伦理观念的变异，进而开发出的一种新型玩偶。每个用碎布做成的娃娃，屁股上都煞有介事地打上接生医护人员的印章，还附有一张“出生证”，在上面印着它的姓名、手印和脚印。商店宣布，这种玩偶是从椰菜地里捡回来的孩子，因此，当顾客“购买”这些孩子时，必须办理“领养手续”。这样顾客购买娃娃时，就在心理上造成了一种半真半假的感觉，仿佛这真是一个活生生的生命体。

由于椰菜娃娃迎合了顾客害怕寂寞、希望有个不会添麻烦的孩子的心理，所以在1983年曾出现过抢购狂潮。“椰菜娃娃”在美国的商业史上取得了巨大的商业成功。

实际上，没有人会对自己不感兴趣的事情投入过多的精力，而如果是自己感兴趣的事情则会情绪激昂地参与进来。这种心理也可以为销售人员在销售中说服顾客时所利用，以主动去迎合顾客的兴趣，拉近与顾客之间的距离，从而实现进一步的交流，为最终的销售铺平道路。

一般来说，相类似的人之间有着共同的兴趣爱好，愿意参加类似的活动，在共同活动中既能彼此接近又能彼此相悦，从而使人际间



的吸引力增强。在看待问题上，态度会比较一致，情意相投，志趣相合，在一起交往能正确反映自己的能力、感情和信仰，并能够得到支持和鼓励，所以，比较能够友好相处。对相似的人来说，相互沟通比较容易，因此彼此之间有共同话题，误会和冲突比较少，相处会比较融洽。即使本来并不太熟悉，也会比较容易消除陌生感，从而形成较强的人际吸引力。

销售人员和顾客之间也是一种社会交往，如果双方没有共同语言，那是很难进行交流的，更别说推销商品。如果销售人员能够主动去迎合顾客的兴趣，谈论一些顾客喜欢的事情或人物，把顾客吸引过来，当顾客对你产生好感的时候，购买你的商品也就是水到渠成的事情了。

当然，销售人员每天都会与许许多多的顾客接触，而自己也不是全能的，不是什么都喜欢，什么都知晓，并不能够迎合所有的顾客。这就要求销售人员要博闻强识，了解的东西越多，知识越丰富，就越能够自如地应付更多的顾客。一个优秀的销售人员一定是一本“百科全书”，他们需要懂很多的东西，即使不精通，也要了解大概，一旦某天和顾客谈起，也不会因为自己的无知而冷场，导致交流无法进行。销售人员只有懂得越多，才能找到和顾客的共同点，使彼此相互吸引。

吴大保是某装潢公司的销售人员，一次他去拜访一位客户——某公司的经理秦先生。见面之后，吴大保先对自己公司的产品做了大体的说明，使秦先生有所了解，并看看是否有自己需要的产品。但是这些枯燥的，像念经一样的东西，实在无法引起秦先生的兴趣。吴大保发现秦先生已经产生了一些倦怠的情绪，如果自己再这样说下去，肯定会引起顾客的反感，这样很可能就会使生意泡汤。于是他努力寻找着能够吸引秦先生的话题。

这时他发现秦先生背后的书橱里放着许多关于《易经》方面的书，并且办公桌的案头也有一本看了一半的《易经》。于是吴大保眼前一亮，

找到了突破口。吴大保说：“我想秦先生一定很喜欢中国古代的文化经典，想必对《易经》也是十分有研究的吧？”

本来昏昏欲睡的秦先生听到吴大保谈到《易经》，一下又有了精神，说：“是啊，略有研究，闲暇时喜欢琢磨琢磨。”

吴大保顺势说：“其实，我也很喜欢中国的古典文化，特别喜欢《易经》，它思想深邃，包罗万象，把宇宙与生命巧妙地结合在一起，透露出很多人生的真谛，很值得去研究啊！”

秦先生马上被吸引了过来，一下子有了兴致，和吴大保讨论开来，吴大保的一些见地与秦经理不谋而合，使秦经理很是高兴。谈到中午还不尽兴，秦经理非要拉着吴大保一起吃饭，边吃边聊。简直就是相见恨晚，一下子亲密得不得了。

后来秦经理不仅买了吴大保的产品，还和他成为好朋友。而这一切的因缘只是吴大保在拜访秦经理之前不久，刚刚读过《易经》，那时刚好派上用场，迎合了顾客的兴趣。

如果吴大保没有读过《易经》，也就难以找到和秦经理的共同话题，生意就难以做成。因此销售人员要想迎合顾客的兴趣，就要不断地为自己“充电”，除了过硬的专业知识素养外，销售人员还应该学习更多的知识，无论是天文、地理、时事、娱乐，还是古今中外的人物和事件，多了解、多积累，说不定哪天就会派上用场，这样也就可以帮助销售人员成功地迎合顾客兴趣，得到顾客的青睐，从而为销售创造出有利的条件。

正所谓“英雄惜英雄”，销售人员的博学多才会在自己在销售中创造很多的便利，增加自己与顾客的共同语言，引起顾客的兴趣，使顾客与销售人员的惺惺相惜，为彼此之间建立深厚的感情提供契机。销售人员不仅要不断提高自身的修养，练好基本功，还要善于在与顾客的交谈中发现顾客的兴趣所在，这样才会有有的放矢，不至于偏离方向。



微笑可以征服你的顾客

微笑能建立信任。纵观历史，在任何时代、任何地区、任何民族中，微笑都是表示友好意愿的信号。作为销售人员，请不要吝啬你的笑容，美丽的笑容会使人的心里感到温暖。接待顾客也是如此，推销时微笑表明你对顾客交谈抱有积极的期望。笑脸相迎，即使理由不充分也会得到对方的好感。

富兰克林·贝特格是圣路易红雀棒球队的三垒手，退役以后成为了全美国最成功的保险推销人士之一。他说，他好多年前就发现，一个面带微笑的人永远受欢迎。因此，在进入别人的办公室之前，他总是停下来片刻，想想他必须感激的许多事情，绽开一个大大的、温暖的、真诚的微笑，然后当微笑正从他脸上消失的刹那，走进去。这种简单的技巧，与他推销保险成功有很大的关系。

世界一流销售大师原一平总结出了笑容的六大好处：

1. 笑容可以轻易除去两人之间厚厚的墙壁，使双方的心扉打开；
2. 笑容是传达爱意给对方的捷径；
3. 笑容具有传染性。所以，你的笑会引发对方的笑或是快感，你的笑容越纯真、美丽，对方的快感也越大；
4. 笑容会消除自己的自卑感，且能补己不足；
5. 将多种笑容拥为己有，就能洞悉对方的心理状态；
6. 类似婴儿的笑容最能诱人。