

# 消费行为 心理学

书胜◎编著



XiaoFei XingWei  
XinLiXue

## 消费者和销售部门都应该看的消费行为心理学

如果你是销售经理，这本书能帮你  
掌握消费心理，精确推销商品  
定制销售策略，实现合作共赢


如果你是消费者，这本书能帮你  
识破销售诡计，合理选择商品  
明确内心需求，避免过度消费

 中国纺织出版社有限公司

国家一级出版社  
全国百佳图书出版单位

# 消费行为心理学

书胜 编

 中国纺织出版社有限公司

## 内 容 提 要

销售就是一场心理博弈，一眼读懂消费者行为，一句话说到消费者内心，抓住对方心理。一旦销售人员洞悉消费者心理，懂消费者想要的，及时给予并引导交易达成，那就能成为优秀的产品经理。

本书以心理学理论为基层，以丰富翔实的案例作为解析，系统阐述了消费者行为心理的基本规律，深度剖析了一系列行之有效的营销策略，从细节着手，以客户为重点，探析营销技巧，助你成为炙手可热的营销大师。

### 图书在版编目（CIP）数据

消费行为心理学 / 书胜编著. —北京：中国纺织出版社有限公司，2021.4  
ISBN 978-7-5180-7813-4

I. ①消… II. ①书… III. ①消费心理学 IV. ①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字（2020）第163616号

---

责任编辑：闫 星 责任校对：高 涵 责任印制：储志伟

---

中国纺织出版社有限公司出版发行

地址：北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码：100124

销售电话：010—67004422 传真：010—87155801

http://www.c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

三河市宏盛印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2021年4月第1版第1次印刷

开本：710×1000 1/16 印张：13

字数：180千字 定价：39.80元

---

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社图书营销中心调换

## 前言

为什么女人在衣服、化妆品面前总是挪不动脚步，忍不住买买买，就算价格贵得离谱也毫不犹豫“剁手”，却在菜市场因几毛钱与小摊讨价还价？为什么男人喜欢买电子产品，舍得在游戏上花钱，但身上即使穿了好几年的衣服却舍不得买新的？

如上述例子，每个人有自己的消费习惯，就好像每个人有其他的习惯，消费行为心理也是其中之一。现代经济学里，由于人自身的限制，用户并非绝对理性，这催生了一门新的学科——消费心理学。消费心理学是研究人们为什么要买东西的学科，通过消费心理学，可以了解人们出于什么选择消费，以及他们如何应对营销的影响，以及说服人们购买某些产品的外部刺激。毕竟人们的行为是由外部刺激驱动的，换言之，消费者被说服去做一些事情是因为一些外部的影响。消费者所有的想法、行为和感觉都是行为，它们是由外部刺激引起的，比如当某一件产品能够唤起消费者曾经的记忆，那消费者就会倾向于购买这件产品。

深谙消费行为心理学，人人都是产品经理。如何推广产品，提升销量的“套路”，其中的底层逻辑，其实是依据消费者行为和心理来做调整。消费者为什么在付款时停止交易？为什么你絮絮叨叨半天，消费者依然不为所动？为什么消费者总喜欢占便宜？……这几乎是所有销售人员百思不得其解的问题，但问题背后是基于消费者心理变化而做出的行为。简而言之，消费者有什么样的心理，就会产生什么样的行为。如果销售人员能够揣摩清楚消费者的心理，那就可以对症下药、攻心为上，契合消费者心理，从而让消费者做出好的选择。



俗话说得好：“买家不如卖家精。”不懂心理学的销售人员，往往会在销售过程中苦恼不堪，常常为没有订单而发愁。当销售人员通过心理学了解到消费者真实的需求，施以心理策略，便会让消费者沉浸在购物的欣喜中，销售人员通过深入了解消费者购买过程中心理和行为变化的原因，从而制订一系列有效的策略，促进消费。

编著者

2020年11月

# 目 录

## 第一篇 察言观色

- 第1章 心理解读，留心观察客户的肢体语言 || 002
  - 读懂客户眼神，捕捉有价值的信息 || 002
  - 通过头部动作判断客户心理 || 004
  - 客户的坐姿藏匿着不同的含义 || 007
  - 解读客户的手势语言，了解其真实意图 || 009
  - 客户习惯性动作里包含的真意 || 011
  - 仔细聆听客户的口头禅 || 013
  - 听懂客户的“弦外之音” || 016
  
- 第2章 心理解析，洞悉客户潜在的内心需求 || 018
  - 客户喜欢物美价廉的商品 || 018
  - 从专业性角度，成为客户的“顾问” || 020
  - 打动人心，从客户内心需求下手 || 022
  - 重视客户，表达足够的尊重 || 024
  - 情感促销，满足客户需求 || 026
  - 同理心效应，始终为客户着想 || 028
  
- 第3章 量体裁衣，不同客户用不同的沟通方式 || 030
  - 客户爱慕虚荣，应多说好听的话 || 030



- 客户犹豫不决，应引导他快速做决定 || 032
- 客户时间观念强，应为客户珍惜时间 || 034
- 客户专横霸道，应少说多听 || 035
- 客户很感性，应以情动人 || 037
- 客户精明能干，你别啰里啰唆 || 038
- 客户勤俭节约，你多介绍性价比产品 || 040
- 客户极具个性，可创新营销话术 || 041
- 客户喜欢占便宜，可多给予蝇头微利 || 043
- 客户不爱讲话，可引导对方说出真实想法 || 045

## 第二篇 心理引导

### 第4章 以诚待人，拉近与客户的心理距离 || 048

- 保持真诚，拉近与客户距离 || 048
- 以请教方式开口，客户容易被打动 || 050
- 怀揣热忱，让客户不好拒绝 || 051
- 记住对方的名字，让客户感觉备受重视 || 053
- 保持黏度，增加与客户见面的次数 || 055

### 第5章 灵巧施策，消除客户的心理壁垒 || 057

- 限额销售，吊足客户的胃口 || 057
- 展现敬业精神，赢得客户的信任 || 059
- 下调销售目标，激发客户的购买率 || 060
- 提供事实依据，打消客户的疑虑 || 062



第6章 摸清定律，顺势掌握客户心理和行为 || 065

二八定律，客户永远是上帝 || 065

二选一法则，引导客户做出选择 || 067

奥美定律，始终抓住客户的心 || 069

了解客户的兴趣爱好，便于投其所好 || 071

### 第三篇 对症下药

第7章 了解客户，让营销更有的放矢 || 076

互惠心理，把握给予和退让法则 || 076

消除客户害怕上当的心理 || 077

从众心理，影响客户的购买意愿 || 079

了解客户的逆反心理，事半功倍 || 081

第8章 情绪引导，激发客户的消费热情 || 084

愉快的交易，比利润更重要 || 084

客户心情好，利于达成交易 || 086

保持微笑，以积极情绪感染客户 || 089

客户蛮不讲理，以礼貌的态度应对 || 090

保持好心情，调动客户的热情 || 093

第9章 耳朵心理，要说一些客户想听的话 || 095

自己人效应，让客户真正成为“自己人” || 095



鼓励客户多说，了解其心理需求 || 097

尊重客户的建议和意见 || 099

多说“我们”，让客户感受到亲切 || 102

## 第10章 心理策略，引导客户做出利己的决定 || 104

肯定心理，引导客户作出肯定回答 || 104

信息轰炸，让客户记忆犹新 || 106

制造“偶然”，引导客户积极消费 || 108

不购买建议法，利用客户逆反心理 || 110

挖掘消费契机，了解客户消费需求 || 112

## 第11章 激发需求，摸准客户真实的潜在心理 || 115

故作姿态，勾起客户的好奇心 || 115

依赖性心理，培养忠实客户 || 117

善用比较法，让客户认清产品价值 || 119

## 第四篇 成交秘诀

## 第12章 沟通技巧，有效提升客户满意度 || 124

用通俗易懂的语言介绍产品 || 124

让客户觉得那是他的想法 || 126

讲好产品故事，吸引客户的注意 || 128

诙谐有趣的语言让客户放松警惕 || 130

谨言慎语，有些话不要多说 || 132



## 第13章 攻心话术，让客户在言语间答应成交 || 135

介绍产品的特色和爆点，刺激客户消费 || 135

高明应对客户敷衍的态度 || 137

有技巧地讲述产品的优缺点 || 140

恰到好处的提问可促进交易 || 141

## 第14章 说服话术，引导客户主动达成购买意向 || 145

引导消费者的攀比心 || 145

在客户疲惫时趁势说服对方 || 147

适时强弱点，让客户无法拒绝 || 149

巧用计策，打动客户心 || 151

言语真诚，以情感影响客户 || 154

引导客户讲故事，寻找合作的共同点 || 156

适当满足客户追求时尚的心理 || 158

## 第15章 谈判心理，打好与客户的一场心理战 || 160

冷静应对客户的讨价还价 || 160

化解矛盾，引导客户促成合作 || 162

适时沉默，让客户独自思考 || 165

慢慢引导，婉言拒绝客户的要求 || 167

选对谈判地点，利于发挥自我实力 || 170

适当让步，换取客户妥协的一些条件 || 172

坚持底线，销售不可一味妥协 || 174

暴露弱点，给客户“稳操胜券”的感觉 || 176



第16章 心理运用，赢得客户的信任和喜欢 || 178

踢猫效应，别把坏情绪传染给客户 || 178

军令状效应，给予客户足够的信心 || 180

登门槛效应，循序渐进化解客户的疑虑 || 182

三分之一效应，巧妙掌握交易的时机 || 184

沸腾效应，用耐心获取最关键的1℃ || 186

品牌效应，消除客户对产品的顾虑 || 188

第17章 注重细节，让客户感受无所不在的真情 || 191

记住重要日子，让客户感受到被重视 || 191

守护秘密，做客户信任的伙伴 || 193

尊重客户，让对方先挂电话 || 194

记住点滴需求，打动客户内心 || 196

参考文献 || 198

## 第一篇

### 察言观色



## 第1章 心理解读，留心观察客户的肢体语言

心理学研究发现，一个人向外界传达信息的时候，单纯靠语言表达的成分只有7%，语气和声调占了38%，剩下的55%基本上都来自肢体语言。很多时候，人们运用肢体传递信息，自己并没有觉察。客户也是同样的，尽管嘴上说很多客气的话敷衍销售员，但是却无法掩饰肢体语言所透露出来的真实信息。销售员在和客户的接触中，不能单纯地听客户说什么，而要从客户的身体语言来洞悉客户的心理。从客户的眼睛、头部动作、坐姿以及手的动作来捕捉有价值的信息，从口头语和声调变化中正确解读客户的心理。

### 读懂客户眼神，捕捉有价值的信息

王梅是学市场营销的，毕业之后，在一家化妆品公司做销售。

有一次，她在公司碰到了一位客户——刘小姐。刘小姐对她的产品很感兴趣，拿着一套化妆品翻来覆去地看。王梅非常高兴，觉得刘小姐一定是位准客户。于是，她开始给刘小姐介绍化妆品的优势和特点。

王梅滔滔不绝地讲了十几分钟，刘小姐眼睛一眨不眨地盯着王梅看，王梅讲完后，刘小姐拿着化妆品想了想，还给王梅，转身走了。

王梅心里非常不解，明明刘小姐一直盯着她看呢，而且对产品的效果进行了详细的了解，是十拿九稳的准客户，为什么最后却没有买化妆品呢？

从这个故事中我们可以了解到，眼睛是心灵的窗户，客户在想什么，销售员可以通过眼睛看得清清楚楚。事实上，刘小姐一直盯着王梅看，已



经把她的态度和情绪表达出来了。王梅注意到了，但却没有正确地解读。所以，销售员在与客户交谈的过程中，要从客户的眼睛里准确地捕获有用信息。

眼睛就是客户赤裸的内心，顾客在想什么，可以通过眼睛看得清清楚楚。一个人的话能骗人，但是眼睛却骗不了人。因为眼睛是传达关注的焦点，瞳孔的运动是独立、自觉、不受意志控制的。事实上，一个人的眼睛所传递的信息是最准确的，同时也是最有价值的。销售过程中，销售员捕捉客户的眼神不难，难的是如何正确地解读，从各种不同的眼神中得到对自己有用的信息。下面，我们就解读一下几种不同的眼神所传达的含义。

#### ◆ 直直地盯着你看

在销售员和客户的交流过程中，很多客户会直直地盯着销售员看，但是最终却没有购买。很多销售员以为客户对他很感兴趣，事实上，客户盯着你看，很大成分上是对你的质疑，对你所持的观点反对或不赞同。这时候如果你解读错了，理解不了客户的态度和情感，无形之中就让客户和你对立起来。这样，客户怎么可能再和你合作呢？就像案例中的那位客户一样，一直盯着销售员看，已经表明客户不认同销售员所介绍的产品，而王梅却锲而不舍地解说，客户自然不会购买了。所以，不要以为顾客盯着你看，就是喜欢、认可你。恰恰相反，如果这时，客户的目光从你身上转移，则代表对方开始屈服了。

#### ◆ 不停地眨眼睛

在人际交往中，当一个人对别人不屑一顾的时候，往往会眨眼睛，而且频率非常慢，以此来表达蔑视和嘲笑。在销售员和客户的交谈中也一样。所以，当你发现客户眨眼的频率变慢的时候，那就意味着对方对你所说的内容没有一点兴趣，如果你继续进行下去，势必没有任何效果，而且还会引起客户的反感。这时候就要积极地改变策略，转移话题，重新想办



法说服客户。当你发现客户眨眼睛的频率变快的时候，说明你的说服起到了作用了，客户开始动心了。

#### ◆ 斜着眼睛看你

当客户的目光从你的身上转移，目光变得游离，斜着眼睛看你的时候，说明客户的一种什么心理状态呢？有可能对方对你很感兴趣，想要进行下一步合作；也有可能表示客户对你很厌烦，对你怀有敌意。这就要细心地去观察和分辨了。一般情况下，如果客户斜着眼睛看你，眉毛轻轻上扬或者面带微笑，说明顾客认可你，对你所说的话感兴趣，这时候要适当抓住机会，提出和对方签合同的要求，成功的概率会很大。如果对方眉毛压低，眉头紧锁或者嘴角下拉，说明客户对你不信任或者心存敌意。出现这种情况的时候，你就要想方设法消除客户心中的疑虑和不安，重新把客户的眼神拉到自己身上来。

眼睛是心灵的窗户，彼此眼神的交流是真正沟通和交流的基础。很多销售员在与客户的交流和沟通当中，有时候觉得很默契、很舒服，有时候觉得焦急和不安，想迅速地离开客户。事实上，出现这些感受很大程度上是由于眼神的交流。所以，一名优秀的销售员，往往是一个察言观色的高手。

## 通过头部动作判断客户心理

刘一是暖气片销售业务员。刚进入冬天不久，生意逐渐火爆起来。这天早晨，刘一大早就敲开了一家装修公司经理的家门。对方把他让到了家里，入座之后，刘一就开始滔滔不绝地介绍自己所售暖气片的功能和特点以及客户用了他们暖气片的好处。

在说话之余，刘一观察到经理时不时地频频点头。介绍完之后，他



立即拿出合同，经理在合同上签了字。就这样，刘一一鼓作气地签下了十几万元的大单子。刘一没有忘记老业务员告诉他的，当客户频频点头的时候，是签合同的最佳时机。他观察到经理不断地点头，时而托着脸沉思，觉得这个时候是签合同的最佳时机。

从这个故事中我们可以了解到，客户不经意间流露出来的一些头部动作，往往能反映出对方的心理倾向。刘一正是抓住了经理不断点头这个动作，分析出经理对自己所售产品的认同，进而把握住了客户的心理，成功地完成了交易。在销售过程中，要多注意观察客户细小的动作，尤其是头部动作，因为这些不经意间流露出来的动作，往往能把客户的态度和倾向泄露出来。当你掌握了客户的态度之后，顺着客户的心意，就能很好地完成销售。

很多情况下，人们嘴里所说的话和身体语言所表达的意思是不相符合的，人的嘴巴可能会说谎，但是身体永远不会说谎。在身体语言中，头部动作表达的语言更丰富，包括点头、摇头、低头和侧头，那么这些动作传达了什么样的信息呢？

#### ◆ 点头

在一定程度上，点头表达了赞许和认可，基本上表达一种肯定的意思。如果在销售人员和客户的交谈当中，客户不断地点头，说明客户对你很感兴趣，示意你继续说下去。这时候基本上已经离合作不远了。但是也要注意客户点头的频率，如果点头的频率过快，那就有了否定的意思，表示客户对你很反感，这时候一定要适可而止，尽快结束谈话，以免惹怒对方，使合作彻底失败。

#### ◆ 摇头

一般情况下，摇头表示否定的意思。当客户和你交谈时不断摇头，就表明客户对你的看法并不认同。有些时候，客户出于礼貌不好意思当面拒



绝你，嘴上不断地说：“我对你的产品很感兴趣。”“我们一定会合作愉快的。”同时在不断地摇头，尽管话说得很圆滑，但是摇头的动作完全把拒绝的意思泄露出来了。所以，在销售过程中，销售员不要被客户的场面话所蒙蔽，要相信自己的判断。

#### ◆ 低头

跟摇头一样，低头也表达着一种否定和不认可。只是这种否定的表达没有摇头那么直接，一般是不方便拒绝对方，又不愿意与对方合作时的一种情绪的表达。事实上，一般人在低头的时候，往往表达一种不满意或者有成见的情绪。如果，销售员在和客户的交谈中，发现客户低着头一言不发，要尽快找到客户不满意的地方，妥善地解决掉，让客户和你正常交流。这样才有可能和客户达成合作。

#### ◆ 头部倾斜

头部倾斜表示对方在认真地倾听你的介绍，你所说的话进入了对方的脑子里，而且对对方起到了一定的影响。所以，当你和客户交谈时，如果发现客户歪着头，用手托着脸颊，这时候说明客户已经很信任你了，如果可以，要抓紧时间和对对方谈条件、签合同。因为这个时候客户考虑的是能和你那里获得多少利润，而不是自己将要付出什么样的代价。在这个时候签合同，客户一般不会过多地和你讨价还价或讲条件。

留意客户头部的动作，对于销售员正确把握客户心理非常重要。而且销售员在与客户的交谈中，适当地引导客户做出以上动作，会影响客户的心理决策。比如在与客户谈判时，时不时地点头引导他，客户为了回应你，也会不断点头。这种身体动作的暗示，会促使客户认可你、欣赏你，从而达到合作的目的。