



销 售 心 理 学

销售，是销售人员与客户之间心与心的互动。顾客有着自己的想法和决定，如何才能打开客户的心门，不是仅靠几句简单的陈述就能够实现的。销售人员不仅要洞察客户的心理，了解客户的愿望，还要掌握灵活的心理应对方式，以达到销售的目的。



目录

1 摆正自己的职业心态

2 把握不同客户群体的消费心理特征

3 满足顾客的心理需求 俘获顾客的心

4 洞悉顾客的心理弱点 因人制宜

5 有效掌控顾客情绪和行为

6 从细节中读懂顾客的身体语言

7 销售情景中的攻心话术

8 契合顾客心理的有效说服技巧

9 销售谈判的心理策略

10 电话销售的心理策略

一、摆正自己的职业心态

为自己的工作感到自豪	培养积极的心态
保持持久的激情	清除思想上的顾虑
投机心理靠不住	不要妄自菲薄
不要盲目自大	只有自信才能被别人信任
永远要积极主动地出击	成功来自尝试
心急吃不了热豆腐	不要怀有敷衍的心理
去除浮躁的心理	与正确的人做正确的事
印象管理：打造你的专业形象	销售其实是在推销自己

二、把握不同客户群体的消费心理特征

根据人们不同的心理需要，可把顾客消费心理分为以下几种：

序号	类型	特征
1	实用心理	满足马斯洛需要层次理论的最底层需求
2	安全心理	注重产品给本人和家庭带来的安全感，或者说可以避免哪些不安全威胁
3	廉价心理	对产品价格比较敏感，同一类型产品常选择价格较低的
4	方便心理	考虑到所购买产品能否给自己的家庭生活工作带来方便
5	审美心理	注重产品外形的美观大方，追求产品带来的感官、神经核情感的冲击
6	时尚心理	追赶时髦，追求新颖，特别是青年顾客身上表现尤为突出
7	占有心理	并不十分需要，但觉得产品好，自己喜欢，或者别人有，自己也想拥有
8	自我表现心理	希望能够在社会中得到别人的承认和尊重，希望听到恭维和赞美

二、把握不同客户群体的消费心理特征

儿童消费心理

序号	类型	特征
1	对产品外表感兴趣	缺乏对产品性能等方面的只是，所以都从包装确定是否喜欢
2	互相攀比心理	儿童都喜欢“比”，而且会把攀比心理表现出来
3	从众心理	同伴的影响会渗透到儿童消费行为的各个方面
4	开始追求流行	主要指7-14岁少年，少年期，对社会的接触，参加集体活动逐渐增多，消费观念的形成受集体、群体及同龄人的影响
5	对品牌有一定认知	稍大点的少年，开始认识商品类型、产地、质量、商标，受社会各种因素影响，形成“认牌购买”的心理与行为

二、把握不同客户群体的消费心理特征

青年消费心理

序号	类型	特征	应对方式
1	追求新颖与时尚	青年人思维活跃，热情奔放，富于幻想，易接受新事物，喜欢猎奇，喜欢代表潮流和富于时代精神的产品	力主创新
2	崇尚品牌与名牌	名牌是信心的基石、高贵的象征、地位的介绍信、成功的通行证，要求产品好，价格适中	争创名牌
3	突出个性与自我	处于从不成熟向中年成熟阶段的过渡时期，自我意识增强，追求独立自主，力图在一举一动中突出自己	突出个性
4	注重情感与直觉	较少综合选择商品，而注重产品的外形、款式、颜色、牌子，相信个人直觉	攻心为正

二、把握不同客户群体的消费心理特征

老年人的消费心理可以从他们的特殊需求看出：

序号	需求	特征
1	健康需求	恐惧变老、疾病、死亡，希望社会对老年人的健康有所保证
2	工作需求	离退休、病休老人多数有工作能力和学习要求，骤然离开岗位会有想法
3	依存需求	需要社会的关心、单位的照顾、子女的孝顺、朋友的往来、老伴的体贴
4	和睦需求	希望拥有和睦的家庭和融洽的环境
5	安静需求	喜欢安静，怕吵怕乱
6	支配需求	由于进入老年，社会经济地位变化，其家庭地位、支配权可能受到影响
7	尊敬需求	退休会产生由官到民、有权到无权的失落感，情绪低落，产生自卑感
8	坦诚需求	老年人易多疑、多忧、多虑、求稳怕乱、爱唠叨，喜欢出谋献计

二、把握不同客户群体的消费心理特征

女性消费心理

序号	特征	说明及过程
1	商品需求面较大	女性对生活方式的反应要比男性快，另外，由于女性长期处于消费终端，所以女性的审美观影响着社会消费潮流。产品的流行大多是随女性的审美观的变化而变化的
2	购买前期要反复考虑	1、确定购物目标 2、征求他人意见 3、制定大致预算 4、考虑消费后的情况 5、大量咨询信息
3	购物时横挑竖选	1、确定对象 2、产生冲动 3、反复挑选（A、符合目标 B、受人引导 C、促销活动的吸引） 4、确定商品 5、关注售后服务

二、把握不同客户群体的消费心理特征

男性消费心理

序号	特征	说明
1	消费金额相对较大	购买能力较强，男性领导数量多于女性，一般数额较大的消费，决定权在男性手里
2	消费理性化	对男性顾客影响最大的购物因素是自身的需求和产品性能，所以，他们考虑得比较实际，较为理智
3	消费过程比较独立	男性自尊心较强，所以不会受他人影响，他们只会依照自己的意愿决定购买与否
4	购买过程相对较快	男性顾客在购物过程中不太喜欢挑选，只要稍加浏览，就会付款成交
5	购买后一般不后悔	男性顾客在消费后一般不会否定自己的选择，所以要求退换货的男性顾客相对较少

二、把握不同客户群体的消费心理特征

常见的顾客性格类型

序号	类型	序号	类型
1	自以为是型	10	生性多疑型
2	斤斤计较型	11	情感冲动型
3	喜欢抱怨型	12	沉默寡言型
4	冷静思考型	13	先入为主型
5	借故拖延型	14	思想保守型
6	好奇心强烈型	15	内向含蓄型
7	滔滔不绝型	16	固执己见型
8	大吹大擂型	17	犹豫不决型
9	虚情假意型	18	精明理智型

二、把握不同客户群体的消费心理特征

不同职业顾客的消费心理分析

序号	类型	分析
1	专家型	心胸宽大，想法富于积极性，应称赞其事业顺利，引起其购买欲望
2	企业家型	心胸宽大，思想积极，应称赞其事业，热情介绍产品，引起购买欲望
3	经理人型	头脑精明，态度傲慢，按计划做事，应谦虚介绍产品，多半能成交
4	公务员型	无法做决定，提防心理强，应积极进攻，多花时间和热情，才能成交
5	工程师型	理性，头脑清晰，不冲动，应衷心赤诚介绍产品，尊重其权力
6	医师型	具有保守气质的知识分子，注重产品价值，应对其显示专业知识
7	警官型	疑心重，喜欢挑剔，应激起其自尊心，找到彼此的共同点，拉近距离
8	大学教授型	保守，典型的思索家，不兴奋，谨慎，可抱学习态度与其交谈

二、把握不同客户群体的消费心理特征

不同职业顾客的消费心理分析

序号	类型	分析
9	银行职员型	保守，疑心重，喜欢分析后进行选择，应采取自信与保守相结合态度
10	普通职员型	注重产品的实际好处，了解后才会产生购买欲望
11	护士型	认为多赚钱的目的是为了追求更美好的生活，应热情介绍产品
12	商业设计师型	观点独特，易动摇，应强调产品所具有的优点，施以踏实强烈的压力
13	教师型	善于说话，思想保守，应尊重其职业，展开稍微积极但又谨慎的介绍
14	退休工人型	担心将来，对于购买采取保守态度，决定迟缓，应先引导其购买动机
15	农民型	思想保守，自强，独立心旺盛，心胸宽大，受人喜欢，应积极介绍
16	营销人员型	作风前卫，颇有个性，观念清楚，应体现自身的知识和工作态度

四、洞悉顾客的心理弱点，因人制宜

不同顾客的应对方法

序号	类型	应对方法
1	爱慕虚荣型顾客	奉承是屡试不爽的秘密武器
2	贪小便宜型顾客	给他一些小便宜，实现自己的“大便宜”
3	节约俭朴型顾客	让他感觉所有的钱都花在了刀刃上
4	犹豫不决型顾客	用危机感使其快下决心
5	脾气暴躁型顾客	用自己的真诚和为人处世的小技巧打动他
6	自命清高型顾客	赞美他，顺便带点儿幽默感
7	世故老练型顾客	开门见山，不给他任何含糊其辞的机会
8	来去匆匆型顾客	抓住他的注意力，为他大大地节省时间
9	理智好辩型顾客	让他感受优越感，觉得你是个善解人意的人
10	小心谨慎型顾客	你越是着急，他越是反感
11	“尽贵型”顾客	你讲得越清楚越好
12	“执着型”顾客	不要太过着急
13	沉默羔羊型顾客	“勾引”他，不惜一切手段吊足他的购买欲望

五、有效掌控顾客情绪和行为

序号	方式	分析
1	与顾客产生情感共鸣	交流沟通，拉近距离，只有审美相似，情趣相投，愿望一致，才会使语言与行动朝向同一个方向
2	积极回应顾客的抱怨	顾客的抱怨是对销售员工作的一种提醒和更高的要求，抱怨需要聆听、疏导，“伸手不打笑脸人”
3	多为顾客想一想	销售员与顾客是长久合作的伙伴关系，而不是“一锤子买卖”，为顾客着想，是销售的最高境界
4	不与顾客发生争论	适当地宽容和谅解顾客，给他一些纵容和溺爱，客户才会更加幸福和满足，促成销售
5	消除顾客心中的顾虑	顾客存在顾虑是一种正确的心理，销售员要端正自己的态度，正确对待，对顾客表理解，消除其顾虑
6	像朋友一样同客户谈生意	销售活动是建立在人与人之间的关系上的，在顾客还不承认你是个诚实的、可信赖的人时，销售无法达成

六、从细节中读懂顾客的身体语言

眼睛是顾客赤裸的内心

表情	分析	具体动作及含义
注视	他的目光投在哪里	<ol style="list-style-type: none">1、长久注视——对你的观点不认同2、转移目光——他已经被你的话打动，表示了“屈服”
斜视	我不是很确定	<ol style="list-style-type: none">1、眉毛微微上扬——对你的话很感兴趣2、面带笑容——对你的话很感兴趣3、眉毛压低、紧皱——猜疑或者敌意4、嘴角下拉——猜疑或者敌意
眨眼	频率决定态度	<ol style="list-style-type: none">1、延长眨眼的间隔——显示自己高人一等2、脑袋后仰，长期凝视——显示自己高人一等3、眨眼频率慢——含有蔑视的意思4、眨眼频率变得拖沓——你的话没有打动他，不精彩

六、从细节中读懂顾客的身体语言

撒谎者最常做的手势动作

动作	分析
用手遮住嘴巴	不想将心中真实想法告知你，意味对你有所隐瞒
触摸鼻子	反映了顾客的怀疑心理，甚至他摸完鼻子就会和你撒谎
摩擦眼睛	不想再听你说话，也可能是想掩盖一个弥天大谎
抓挠耳朵	意味顾客处于焦虑当中，当感觉听得够多，或想开口说话，也会做出这个动作
抓挠脖子	表达了顾客的疑惑、不确定，甚至是谎言
拉拽衣领	一般城府不是太深的顾客撒谎会做这个动作，可重复询问顾客
手指放在嘴唇之间	除了这个动作，吸烟、衔着笔、嚼口香糖等，都是寻求安全感的表现，可给顾客一定的承诺和保证

六、从细节中读懂顾客的身体语言

从坐姿看顾客的心理活动

动作	分析	应对方式
把腿放在椅子扶手上	漠不关心，带点挑衅	提供产品资料，请他往前坐一点
弹弓式坐姿	冷酷、自信、无所不知，男性喜欢这种姿势彰显强势，想掌控	身体前倾，摊开手掌，说：我知道您对我的话可能有些成见，您能和我分享一下您的想法么？然后可以靠在椅背上静待顾客回复
起跑式坐姿	1、我已经准备好了，没什么好谈的了 2、失望透顶，怒火中烧，立刻远离	需要综合当时谈话氛围进行分析判断是属于哪种情况
军人式坐姿	泰然自若，比较正直，做事喜欢直来直往，稳扎稳打	不要耍滑头，以免引起反感

六、从细节中读懂顾客的身体语言

了解对方的眉语

动作	分析
扬眉	表示高兴的神态和心情。若一条眉毛上扬，一条下降，则表示心中有疑问，需要销售员进一步证明或者加以解释
皱眉	表示不高兴、不耐烦，或者很为难，说明对销售员说的不喜欢，不愿意再听，有很强的抗拒心理
耸眉	眉毛上扬，停留一会又降下，同时伴有撇嘴的动作，表示厌烦和不欢迎，有时也表示一种无奈
闪眉	眉毛上扬，又立刻降下，同时还伴着扬头和微笑的动作，表示对对方的到来很欢迎，成交很有希望

六、从细节中读懂顾客的身体语言

读懂顾客的笑

动作	分析
含笑	表示礼貌
微笑	说明顾客是友好的，易于接近的
轻笑	表示他很愿意见到你，或者对你的商品很感兴趣，愿意接受
浅笑	表示你已经获得顾客的好感，被顾客认同
大笑	表示顾客很尽兴，或者内心充满极大的愉悦，可适时提出成交要求
苦笑	表示顾客很难决定，不能再施压，否则容易失败，应提供解决方案
掩着嘴笑	这样的顾客往往知识渊博，思维灵敏，比较大度，富有涵养，在你面前表现出一种优越感和成就感，可幽默的自我解嘲，拉近距离
皮笑肉不笑	对你推荐的产品和所说的话不信任，可积极寻找突破口，改变话题，引起顾客兴趣

六、从细节中读懂顾客的身体语言

从吃的喜好判断顾客的性格

类型	分析
爱吃大米	性格稳重谨慎，喜怒不形于色，精打细算，有较强的忍耐力，善于自得其乐，很少自寻烦恼，待人处事圆滑，不喜欢帮助别人，可为他们提供价格适中的产品
爱吃面食	性格热情爽朗，心直口快，喜欢夸夸其谈，情绪不稳，容易冲动，做事不计后果，遇到挫折容易失去信心，可弄清他们的购买底限，为自己争取最大的利润
爱吃油炸食品	性格热情，喜欢冒险，总想干一番事业，可是一碰到挫折就灰心丧气，可向他们推荐新产品、新服务

六、从细节中读懂顾客的身体语言

从吃相上判断顾客的性格

类型	分析
细嚼慢咽	一般受过良好的教育，有较好修养，性格稳重，做事讲究事实根据，缺乏冒险精神。销售员一定要表现出良好的修养，尽量多为顾客提供一些事实数据，取得顾客信任
狼吞虎咽	往往是急性子，做事风风火火，常常考虑不周。销售员要理解顾客的急切需要，同时又要按部就班，为顾客提供满意的服务
吃得多但骨瘦如柴	往往非常小气，总希望用最少的钱买最好的东西。销售员要坚守底线，能做就做，不要无限退让

六、从细节中读懂顾客的身体语言

从吸烟姿势判断顾客的性格

动作	分析
仰头向上吐烟	他是一个很有自信的人，常常给人一种居高临下的感觉
向下吐烟圈	说明他正在思考一些事情
吸烟速度的快慢	速度和他情绪的积极性正相关，如果慢，说明事情很棘手，他正在考虑怎样对付你
不断磕烟灰	说明他心里非常不安和矛盾，你要设身处地为他着想，找出他内心不安和矛盾的根源，替他解决
点燃烟 没吸几口 就掐灭	说明他想赶快结束谈话，或者说他心中已经有了主意

六、从细节中读懂顾客的身体语言

从拿烟习惯判断顾客的性格

动作	分析
O形拿烟法	用大拇指和食指的指尖拿烟，两根手指形成一个小圆圈，其他手指则非常优雅的伸展开来。这些顾客往往说得比唱得好听，可能他心里正在为你设置一个陷阱，等你跳下去
标枪式拿烟法	把烟夹在木制和食指的简短，其他手指则缩向掌心，这些顾客往往脾气暴躁，给人一种很凶狠的感觉。销售员要积极和顾客周旋，避免顾客的霸王条款
握拳式拿烟法	这些顾客大多有过贫穷和饥饿的经历，所以他们形成了节约的习惯，他们的内心有深深的自卑感，即使他们取得了很大的成就。销售员应小心谨慎，以免触到他们的伤疤和痛处

七、销售情景中的攻心话术

常用的攻心开场话术

- 1、提及顾客可能最关心的问题
- 2、谈谈双方都熟悉的第三方
- 3、赞美对方
- 4、提提顾客的竞争对手
- 5、引起对方对某件事情的共鸣（原则上是顾客也认同这一观点）
- 6、用数据来引起顾客的兴趣和注意力
- 7、有时效的话语（时间限制）



七、销售情景中的攻心话术

攻心销售话术中的常用赞美语

1、赞美个人的常用话语

“听说你有位漂亮的太太，真令人羡慕”

“你住的地方真不错，眼光与品味确实与众不同”

“你们的院子很漂亮，是先生您自己设计的吗”

2、称赞管理人员的常用话语

“总经理，您取得了这么大的成就，工作还这么努力，对我而言是个很好的榜样啊”

“董事长，这个行业的人都说您是采购领域的专家”

“处长先生，我很冒昧地请问您，这条领带是您自己选的吗？搭配得很不错啊”

3、称赞公司的常用话语

“贵公司是一家颇有历史的公司，外界对贵公司的评价也很高”

“很多顾客暗地里都说贵公司的竞争能力太强了，他们根本无法与你们抗衡”

七、销售情景中的攻心话术

介绍产品的技巧

- 1、了解你的顾客
- 2、吸引对方的注意
- 3、强调产品的卖点与性价比
- 4、进行产品示范

介绍产品要突出卖点

- 1、掌握有效说明产品卖点的方式
 - 2、突出产品的优势与卖点
 - 3、弱化那些无法实现的需求
 - 4、对产品的介绍要客观
 - 5、对自己销售的产品要有信心
 - 6、站在对方立场去介绍
 - 7、充分调动顾客的想象力
- 

七、销售情景中的攻心话术

销售提问的基本方式

提问方式	分析
主动式提问	销售员通过自己的判断将自己想要表达的主要意思说出来，一般对这些问题顾客都会给予一个明确的答复
反射性提问	也称重复性提问，也就是以问话的形式重复顾客的语言或观点
指向性提问	通常是以谁、什么、何处、为什么等为疑问词，主要用来向顾客了解一些基本事实和情况，为后面的说服工作寻找突破口
细节性提问	目的是为了促使顾客进一步表明观点、说明情况。可直接向客户提出请求，并请对方说明一些细节性问题
损害性提问	目的是要求顾客说出目前所使用的产品存在哪些问题，再根据对方的回答情况来说服顾客
结论性提问	根据顾客的观点或存在的问题，推导出相应的结论或支出问题的后果，诱发顾客对产品的需求，通常在损害性问题后

八、契合顾客心理的有效说服技巧

- 1、有意识地训练自己的说服力
- 2、增加说服的真诚度，说出心里话来表达真诚
- 3、能够举出生动的例子
- 4、让你的话更有煽动性
- 5、在潜移默化中引导顾客情绪
- 6、一开始就攻占对方的内心
- 7、让对方不停地说“是、是”
- 8、利用语言诱导进行恰当的暗示
- 9、肢体语言的学习和运用
- 10、击中对方的软肋，用激将法改变顾客的意志
- 11、利用攀比心态说服顾客，靠“高帽子”进行说服



八、契合顾客心理的有效说服技巧

肢体语言的学习和运用

肢体语言	分析
眼睛	眼睛是心灵的窗户，反映着人的喜怒哀乐，能向顾客传达很多信息。 正确：脸带微笑，目光炯炯地柔和地看着对方的眼睛，不卑不亢，让对方感觉到你的自信和平和，感到你的诚实和勇气
身体位置	正确：像军人稍息的动作，一脚稍微在前，一脚靠后为重心，一定要稳重，尽量不要摇头晃脑
面部表情	微笑是用来创造良好形象的最有效的肢体语言。正确：脸上一定要始终洋溢着微笑，千万不要流露出不耐烦或者轻蔑的态度，否则很容易得罪顾客
手势	正确：张开手掌会给顾客诚实的感觉，可以提高你的可信度，增加你的交际能力 错误：用食指点指对方，乱挥舞拳头，会让顾客非常反感，很不礼貌

九、销售谈判的心理策略

- 1、谈判伊始，营造亲近的情绪气氛
 - (1) 攀亲认友，表达友情
 - (2) 寻找彼此的“共同点”或相似点，创造良好的心理氛围
 - (3) 利用人格魅力吸引对方
 - 2、创造轻松的时空和人际环境
 - (1) 倾力选择合适的谈判地点
 - (2) 精心营造良好的交际情境
 - 3、站在对手的立场上说话
 - 4、小心求证，步步为营
 - (1) 永远不要将任何事情视为理所当然
 - (2) 每一件事情都要经过调查
 - (3) 要让每件事情看起来都很合理，如果认为不合理，要保持怀疑的态度
 - (4) 在事实和对事实的解释间要划出明显的界限，不要被对方所愚弄
 - 5、察言观色，善用情感沟通
 - 6、将一些棘手的问题先搁置起来，抓住对方的要害步步递进
 - 7、要学会放弃，在失败的谈判中会交朋友的人才是成功者
- 

十、电话销售的心理策略

销售人员电话开场白常犯的四大错误“触发点”

- 1、问候及自我介绍就让顾客产生了负面联想
- 2、未激发顾客的兴趣而获得继续对话的权利
- 3、未开发需求情况下的强势推销方式
- 4、未建立信赖感的前提下问高压力的问题

面子在电话销售过程中的运用

- 1、个人给的面子（赞美顾客 给顾客面子）
- 2、产品的面子（引导顾客付出额外的投入或者在相同的投入下，考虑一款带有面子标签的产品）



十、电话销售的心理策略

如何在电话中获得顾客的承诺

- 1、由小的承诺开始过渡到大的承诺
- 2、突出承诺对于顾客的好处

巧妙的表达修辞方式

- | | | |
|------|------|------|
| 1、比喻 | 2、衬托 | 3、排比 |
| 4、故事 | 5、预设 | 6、示弱 |





黄小玲整理 😊