



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

6

从细节中读懂顾客的身体语言

2

把握不同客户群体的消费心理特征

7

销售情景中的攻心话术

3

满足顾客的心理需求 俘获顾客的心

8

契合顾客心理的有效说服技巧

4

洞悉顾客的心理弱点 因人制宜

9

销售谈判的心理策略

5

有效掌控顾客情绪和行为

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 😊