



销 售 心 理 学

销售，是销售人员与客户之间心与心互动。用户有着自己想法和决定，怎样才能打开客户心门，不是仅靠几句简单陈说就能够实现。销售人员不但要洞察客户心理，了解客户愿望，还要掌握灵活心理应对方式，以到达销售目标。



目录

1 摆正自己职业心态

2 把握不一样客户群体消费心理特征

3 满足用户心理需求 俘获用户心

4 洞悉用户心理弱点 因人制宜

5 有效掌控用户情绪和行为

6 从细节中读懂用户身体语言

7 销售情景中攻心话术

8 契合用户心理有效说服技巧

9 销售谈判心理策略

10 电话销售心理策略

一、摆正自己职业心态

为自己工作感到自豪	培养主动心态
保持持久激情	去除思想上顾虑
投机心理靠不住	不要妄自菲薄
不要盲目自大	只有自信才能被他人信任
永远要主动主动地出击	成功来自尝试
心急吃不了热豆腐	不要怀有敷衍心理
去除浮躁心理	与正确人做正确事
印象管理：打造你专业形象	销售其实是在推销自己

二、把握不一样客户群体消费心理特征

依据人们不一样心理需要，可把用户消费心理分为以下几个：

序号	类型	特征
1	实专心理	满足马斯洛需要层次理论最底层需求
2	安全心理	重视产品给本人和家庭带来安全感，或者说能够防止哪些不安全威胁
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
4	方便心理	考虑到所购置产品能否给自己家庭生活工作带来方便
5	审美心理	重视产品外形美观大方，追求产品带来感官、神经核情感冲击
6	时尚心理	追赶时髦，追求新奇，尤其是青年用户身上表现尤为突出
7	占有心理	并不十分需要，但以为产品好，自己喜欢，或者他人有，自己也想拥有
8	自我表现心理	希望能够在社会中得到他人认可和尊重，希望听到恭维和赞美

二、把握不一样客户群体消费神理特征

儿童消费神理

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只是，所以都从包装确定是否喜欢
2	相互攀比心理	儿童都喜欢“比”，而且会把攀比心理表现出来
3	从众心理	同伴影响会渗透到儿童消费行为各个方面
4	开始追求流行	主要指7-14岁少年，少年期，对社会接触，参加集体活动逐步增多，消费观念形成受集体、群体及同龄人影响
5	对品牌有一定认知	稍大点少年，开始认识商品类型、产地、质量、商标，受社会各种原因影响，形成“认牌购置”心理与行为

二、把握不一样客户群体消费心理特征

青年消费心理

序号	类型	特征	应对方式
1	追求新奇与时尚	青年人思维活跃，热情奔放，富于幻想，易接收新事物，喜欢猎奇，喜欢代表时尚和富于时代精神产品	力主创新
2	崇尚品牌与名牌	名牌是信心基石、高贵象征、地位介绍信、成功通行证，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	重视情感与直觉	较少综合选择商品，而重视产品外形、款式、颜色、牌子，相信个人直觉	攻心为正

二、把握不一样客户群体消费神理特征

老年人消费神理能够从他们特殊需求看出：

序号	需求	特征
1	健康需求	恐惧变老、疾病、死亡，希望社会对老年人健康有所确保
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	需要社会关心、单位照料、儿女孝顺、朋友往来、老伴体贴
4	和睦需求	希望拥有和睦家庭和融洽环境
5	平静需求	喜欢平静，怕吵怕乱
6	支配需求	因为进入老年，社会经济地位改变，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、把握不一样客户群体消费神理特征

女性消费神理

序号	特征	说明及过程
1	商品需求面较大	女性对生活方式反应要比男性快，另外，因为女性长久处于消费终端，所以女性审美观影响着社会消费时尚。产品流行大多是随女性审美观改变而改变
2	购置前期要重复考虑	1、确定购物目标 2、征求他人意见 3、制订大致预算 4、考虑消费后情况 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、重复挑选（A、符合目标 B、受人引导 C、促销活动吸引） 4、确定商品 5、关注售后服务

二、把握不一样客户群体消费神理特征

男性消费神理

序号	特征	说明
1	消费金额相对较大	购置能力较强，男性领导数量多于女性，普通数额较大消费，决定权在男性手里
2	消费理性化	对男性用户影响最大购物原因是本身需求和产品性能，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，他们只会依照自己意愿决定购置是否
4	购置过程相对较快	男性用户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	购置后普通不后悔	男性用户在消费后普通不会否定自己选择，所以要求退换货男性用户相对较少

二、把握不一样客户群体消费神理特征

常见用户性格类型

序号	类型	序号	类型
1	自认为是型	10	生性多疑型
2	斤斤计较型	11	情感冲动型
3	喜欢埋怨型	12	缄默寡言型
4	冷静思索型	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、把握不一样客户群体消费神理特征

不一样职业用户消费神理分析

序号	类型	分析
1	教授型	心胸宽大，想法富于主动性，应称赞其事业顺利，引发其购置欲望
2	企业家型	心胸宽大，思想主动，应称赞其事业，热情介绍产品，引发购置欲望
3	经理人型	头脑精明，态度高傲，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，应主动进攻，多花时间和热情，才能成交
5	工程师型	理性，头脑清楚，不冲动，应衷心赤诚介绍产品，尊重其权力
6	医师型	含有保守气质知识分子，重视产品价值，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，找到彼此共同点，拉近距离
8	大学教授型	保守，经典思索家，不兴奋，慎重，可抱学习态度与其交谈

二、把握不一样客户群体消费神理特征

不一样职业用户消费神理分析

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	重视产品实际好处，了解后才会产生购置欲望
11	护士型	认为多盈利目标是为了追求更美好生活，应热情介绍产品
12	商业设计师型	观点独特，易动摇，应强调产品所含有优点，施以踏实强烈压力
13	教师型	善于说话，思想保守，应尊重其职业，展开稍微主动但又慎重介绍
14	退休工人型	担心未来，对于购置采取保守态度，决定迟缓，应先引导其购置动机
15	农民型	思想保守，自强，独立心旺盛，心胸宽大，受人喜欢，应主动介绍
16	营销人员型	作风前卫，颇有个性，观念清楚，应表示本身知识和工作态度

四、洞悉用户心理弱点，因人制宜

不一样用户应对方法

序号	类型	应对方法
1	喜爱虚荣型用户	奉承是屡试不爽秘密武器
2	贪小廉价型用户	给他一些小廉价，实现自己“大廉价”
3	节约俭朴型用户	让他感觉全部钱都花在了刀刃上
4	犹豫不决型用户	用危机感使其快下决心
5	脾气急躁型用户	用自己真诚和为人处世小技巧打动他
6	自命清高型用户	赞美他，顺便带点儿幽默感
7	世故老练型用户	开门见山，不给他任何含糊其辞机会
8	来去急忙型用户	抓住他注意力，为他大大地节约时间
9	理智好辩型用户	让他感受优越感，以为你是个善解人意人
10	小心慎重型用户	你越是着急，他越是反感
11	“尽贵型”用户	你讲得越清楚越好
12	“执着型”用户	不要太过着急
13	缄默羔羊型用户	“勾引”他，不惜一切伎俩吊足他购置欲望

五、有效掌控用户情绪和行为

序号	方式	分析
1	与用户产生情感共鸣	交流沟通，拉近距离，只有审美相同，情趣相投，愿望一致，才会使语言与行动朝向同一个方向
2	主动回应用户埋怨	用户埋怨是对销售员工作一个提醒和更高要求，埋怨需要聆听、疏导，“伸手不打笑脸人”
3	多为用户想一想	销售员与用户是长久合作搭档关系，而不是“一锤子买卖”，为用户着想，是销售最高境界
4	不与用户发生争论	适当地宽容和谅解用户，给他一些纵容和溺爱，客户才会愈加幸福和满足，促成销售
5	消除用户心中顾虑	用户存在顾虑是一个正确心理，销售员要端正自己态度，正确对待，对用户表了解，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关系上，在用户还不认可你是个老实、可信赖人时，销售无法达成

六、从细节中读懂用户身体语言

眼睛是用户赤裸内心

表情	分析	详细动作及含义
注视	他目光投在哪里	<ol style="list-style-type: none">1、长久注视——对你观点不认同2、转移目光——他已经被你话打动，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——对你话很感兴趣2、面带笑容——对你话很感兴趣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、延长眨眼间隔——显示自己高人一等2、脑袋后仰，长久凝视——显示自己高人一等3、眨眼频率慢——含有蔑视意思4、眨眼频率变得拖沓——你话没有打动他，不精彩

六、从细节中读懂用户身体语言

撒谎者最常做手势动作

动作	分析
用手遮住嘴巴	不想将心中真实想法通知你，意味对你有所隐瞒
触摸鼻子	反应了用户怀疑心理，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	意味用户处于焦虑当中，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	表示了用户疑惑、不确定，甚至是谎言
拉拽衣领	普通城府不是太深用户撒谎会做这个动作，可重复问询用户
手指放在嘴唇之间	除了这个动作，吸烟、衔着笔、嚼口香糖等，都是寻求安全感表现，可给用户一定承诺和确保

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/135142324322011233>