

20多年前，一位在纽约留学的中国大学生来到一家小旅馆里打工，旅店因为不够专业，生意并不是太好，他发现旅店的房间里准备的酒水饮料和其他包装类的食品价格昂贵，住客宁可去外面买回来吃，也不愿意碰酒店准备好的食物，所以这些食品经常过期变质，老板只能称他们没有过期之前当福利发给员工，但这并不意味着可以不给客房提供酒水食物，因为这样可能就会被有需要的客人指责，服务不周。

中国来的小伙子平时书读了很多销售类的书籍，他发现旅店老板这样做怎样都是在赔钱，于是建议老板放弃像实物销售权，把销售权无偿转给隔壁的一家小超市，把食品销售权交给楼下的超市，老板觉得眼前这个小伙子简直是睁眼说瞎话。

如果这是一个赚钱的销售权，别人当然会要，但那样的话我又不会同意，而现在它只是一个无论怎么做都是亏钱的，销售权，我舍得给人又会有谁要呢？

然而小伙子找到了隔壁的超市老板商量，因为给客房里提供的食品对超市来说没有任何投资风险，而且还能扩大销量，所以对方很爽快的答应了合作。从此客房里的酒水、食物就由超市负责提供，而旅店就免去了成本投入。同时因为客房里的酒水、食物是由超市直接提供的，所以售价和在超市里是一样的。

此外旅店的视频会上还留有超市的电话号码，住客想要更多饮食的时候，只要打个电话，对方就会立刻送到。而酒店只需要让服务生每天上午对食品进行一次清点，当超市的人来补货，这样一来客房里的酒水、食物对于顾客来说就非常实惠了。再也不只是一种摆设，销量一增加，超市从中得到了利益，客户因为得到了在别处得不到的满意，所以这家旅店越来越受人欢迎。

经过20年的发展，最终成了纽约一家著名的星级酒店，而当初的那位中国小伙子就是后来连续创造5项世界级销售记录，被誉为当今华人中最顶尖的成功学专家之一。陈安之销售心理学中销售等于帮助要想在销售中形成独有的销售竞争，就一定要抓住顾客的消费心理，帮助其解决实际问题。语音方面就是与己方便，把握人心，刺激痛点，你才能够抓住消费者获得成功，你认同吗？认同的关注，点赞！。