

<<推销员必修的39堂心理课>>

图书基本信息

书名：<<推销员必修的39堂心理课>>

13位ISBN编号：9787111279471

10位ISBN编号：7111279476

出版时间：2009-9

出版时间：机械工业出版社

作者：李志远

页数：203

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<推销员必修的39堂心理课>>

### 前言

在一些推销员心里，销售是一项艰难的工作。

可是，事实并非如此。

在成功的销售里，有的推销员只是借用了一个微笑，就立刻打动了客户；有的推销员则用了一句并不动听却令人感动的話，就马上获得了客户的赞同；还有的推销员只是给客户讲了一个故事，很快就与客户成了密友。

是什么让销售变得如此简单的呢？

其实，这些推销员只不过是准确地掌握了客户的心理而已。

《孙子兵法》上有云：攻心为上，攻城为下。

在推销过程中，有时候，技巧和经验根本不起作用，反而会成为累赘，因为你越显得精明，客户的警戒心理就越强，就越难以拉近彼此的距离。

如果你不了解客户的心理，一直在技巧上下工夫，那么很可能会是南辕北辙，让你到处碰壁，无功而返。

即使会小有成效，也是丢了西瓜捡芝麻，不会有很大的起色。

销售是一场博弈，更重要的，这是一场心理博弈。

推销员的语言、行为甚至形象会在客户心里留存一个印象，并因此而形成一连串的心理活动，同时客户的反馈又为推销员提供了心理活动的内容。

打一个形象的比喻，客户就像是一个发射塔，他们发射的是自己的需求，最优秀的推销员能够调准自己的频率，能准确接受客户传达出的内心的信号，因此，他们的推销过程总是能够让客户有意外的惊喜，客户与他们交往，总有一种“高山流水遇知音”的感觉。

## <<推销员必修的39堂心理课>>

### 内容概要

推销员是与人打交道最多的群体之一，交往的对象来自各行各业，形形色色。

优秀的推销员首先应该是一个社会学家、心理学家，也就是说，应该是洞察人性的高手、人际交往的高手。

推销员如果不了解人的心理，就无法引导客户的行为以使其符合自己的期望，也就无法实现销售的目的。

本书阐述了在销售中最常见的39种心理状态，以帮助推销人员了解客户的心理特点及其发展变化的规律，从而指导推销员因势利导、有的放矢地去左右客户的心理，更好地达到销售的目的。

本书是一本将心理学规律运用在销售领域里的通俗读物，适合所有行业的推销人员阅读。

## <<推销员必修的39堂心理课>>

### 作者简介

李志远，具有多年营销实战经验和一线营销专家，他带领的团队是全国十佳汽车销售商和上海通用五连冠双五星单位。

他从事一线销售和团队管理十余年，对销售心理学有着独到的理解和研究。曾任职温州华特汽车公司乐清分公司、广东三星、广东物资等各种所有制企业，

## <<推销员必修的39堂心理课>>

### 书籍目录

前言第1章 推销就是拼心态 决定推销成败的几个关键心理素质 顶级推销高手靠什么心理成功 自信：不自信，人不信 激情：助你点燃客户的购买欲望 执著：咬定成交不放松 乐观：麻烦事是对自己的最大挑战 沉静：无故加之而不怒 耐性：急脾气成不了优秀推销员 抗挫性：不能在失败之后打退堂鼓 激励自我：不是想要，而是一定要第2章 是使者而不是乞丐 推销员对角色的心理确认 推销是一项伟大的工作 推销员是使者而不是乞丐 我就是销售，销售就是我 事业心：我的责任心是101% 永远做客户最好的顾问 热爱产品，感激产品第3章 喜欢你才相信你 推销员与客户的心理博弈 拜访前要作好积极的准备 “第一印象”的心理效应最强 和你的客户谈恋爱 恰当的语言是打开心灵的钥匙 说过谎的人，即使说真话客户也不信第4章 买还是不买由什么决定 影响客户购买心理的因素 价格是一个大问题 不了解消费习俗难以说服客户 人人都有从众心理 把客户的兴趣转化成购买行为第5章 投其所好 激发潜在客户的购买欲望 谁是潜在客户 一手抓老客户，一手抓新客户 将推销融入生活 激发客户的冲动性购买 让同一人多购买一些第6章 练就读心之术 巧妙消除客户的抵触心理 做一个“心灵捕手” 让客户感觉你和他是同类人 分析购买态度，读懂客户之心第7章 拒绝是财富 成功推销从处理拒绝开始 真正的推销从拒绝开始 积极面对客户的拒绝 消除客户的成见和抱怨第8章 把推销进行到底 成交过程中的心理策略 推销员要有正确的成交心态 成交之前推客户一把 发现成交的最佳时机 掌握买卖成交的技巧

## <<推销员必修的39堂心理课>>

### 章节摘录

第1章 推销就是拼心态 决定推销成败的几个关键心理素质 顶级推销高手靠什么心理成功 世界上有那么多的推销员，可为什么成为销售精英的只有那么几个？

他们和大多数推销员究竟有什么不同呢？

他们的成功经验是否可以被复制？

谁是我们成功的榜样 请问：你能够列举几个世界上最伟大的推销员？

可以说，如果你想成为一名顶级推销员，那么就一定要知道在这个世界上，现在谁站在巅峰？

你与之相比，到底有哪些差别？

乔·吉拉德、法兰克·贝德加、原一平、博恩·崔西、齐藤竹之助、乔·坎多尔弗、罗勃·舒克、金克拉、汤姆·霍普金斯……相信这些推销大师的名字你应该不会陌生，他们在不同的领域里创造了神话般的业绩，为推销这一行业留下了一个个不朽的经典。

他们是天生的推销员吗？

显然不是。

乔·吉拉德说：“我想，有些推销员也许真的天生就是推销员，但我可不是这种人，我只能全凭自己去干，赤手空拳，艰苦奋斗。

”那么，到底是什么促使他们成功的呢？

以上这些销售精英，可能每个人都有一套与众不同的推销技巧，但最重要的是，他们有着区别于普通推销员的强硬的心理素质。

乔·吉拉德的制胜秘诀在《吉尼斯世界纪录大会》上，只要找到“全世界最伟大的推销员”这一项，就会发现吉拉德的名字。

乔·吉拉德被认为是“世界上最伟大的推销员”，在他推销汽车期间（1963~1977年），共卖出了13001辆汽车，而且全部是零售。

那么，他的制胜秘诀是什么呢？

乔·吉拉德出生于密执安州底特律市的东南区，在那个城市中有许多悲惨的贫民窟。

从少年时起，乔就挣扎在贫困边缘。

乔的奋斗动力来自于他的父亲——安东尼奥，一个极其贫穷而失败的西西里人。

他因而觉得人生很痛苦，并把这一痛苦带给了他的长子——乔·吉拉德。

安东尼奥经常责骂乔，并说他永远是一事无成的人。

乔下决心向父亲证明他是错的，这就是乔生命中的第一束火花；与父亲相反，乔的母亲经常向乔表达她的爱和对他的信心，她认为乔一定会成功的，这是激励乔的第二束火花：向他母亲证明她的爱和判断都是正确的。

这两束火花促成了乔的奋发向上。

婚后，乔·吉拉德有所好转的生活又因一次错误的投资而陷入一团混乱，就在他极端沮丧的时候，他的妻子搂住他说：“乔伊，我们结婚时空无一物，不久就拥有了一切。

现在我们又一无所有，那时我对你有信心，现在还是一样，我深信你会再成功。

”吉拉德豁然醒悟：没有人逼你失败，除非自己想要失败。

他说：“建立自己信心的最佳途径之一，就是从别人那儿接受过来。

”自此以后，吉拉德每天都激励自己：“我相信我能做到。

一切由我决定，一切由我控制，一切奇迹都要靠自己创造。

我是最棒的！

”正是父母思想对乔·吉拉德的撞击；以及妻子的鼓励和乔·吉拉德的自我激励，让他步步为营，不断击退失败，循序提升，并最终到达事业的巅峰。

原一平的精神动力众所周知，自信是推销员必备的素质之一，那该怎样使自己充满信心呢？

著名推销员原一平是这样做的：原一平曾经囊空如洗，有时不得不取消中午饭，每当走到餐厅前面时，他就故作快活，挺胸阔步而过。

他经常向几乎要丧失勇气的自己大声说道：“原一平啊，切莫泄气，拿出更大的勇气来吧！

## <<推销员必修的39堂心理课>>

提起更大的精神来吧！

宇宙之宏大，只有你一个原一平啊！

”这一招非常奏效，当他如此一喊，内心立刻涌起前所未有的勇气，恐惧和沮丧也烟消云散。

原一平曾经说：“就我个人来讲，每年都要确定自己的目标，并以突破这个目标为目的而努力奋斗。除了公司方面规定的定额之外，我还另外为自己规定了工作定额，这个定额当然比公司要求的数目要高得多，而我总是要以自己的定额为目标去开展工作。

”其实，原一平长得矮小瘦弱，他曾经为此懊恼不已，明治保险公司的高木金次先生告诉他：“原老弟，个子高大、体格魁梧的人，仅是外表就显得威风凛凛，因此，他们在访问客户时也更容易让对方产生好印象。

可是，个子矮小的人即使具有同样的技术，不，纵然他的技术超过前者许多，由于受先天条件的限制，在踏出第一步时，无形中已经吃了大亏。

你我都属于身材矮小的人，为了不输给高个子、体格好的人，同样在踏出第一步时，该怎么做呢？

我想，首先必须以表情制胜，特别要重视笑容满面，务必显出发自肺腑的笑容。

”博恩·崔西的成功法门博恩·崔西高中都没有读完，就开始工作了，干过一段时间的体力活后，他开始做推销员。

他很努力，尽自己的最大能力去接触所有的客户，虽然，效果并不理想，但是他并没有郁闷，他不相信以自己的才华不能做到最好。

他想：一定是哪里出了问题！

于是，他仔细观察那些成功的推销员，他发现，那些人与他有着完全不同的推销套路，他开始向成功的推销员取经。

很快，他就取得了成功。

顶级推销高手在想什么？

总结以上顶级推销员的成功经验，我们可以得出两点结论：第一，没有人天生就具备推销员的心理特质；第二，所有这些特质都可以通过练习得到。

由此，我们得出这样一条规则：如果你像顶级推销员一样思考，你就能像他们一样行动，取得与他们一样的成就。

你希望自己成为什么样的人，你就会成为什么样的人。

任何人所处的外部世界最终会与其内心世界相符合，因为只有自己能决定自己会思考什么、做什么，所以你的生活最终也只能由自己来决定。

宾夕法尼亚大学的马丁·塞利格曼博士曾经调查了超过35万名推销员，调查他们在大部分时间里都思考什么。

为了研究什么样思维类型的推销员能获得高收入，马丁将他们的收入水平同思维模式进行了比较。

经过25年的研究，马丁得出了以下结论：顶级推销员每天在想自己需要什么，以及如何获得他们需要的东西。

也就是说，因为他们整天都在思考和谈论自己的目标，以及如何实现这些目标，最终他们获得了超越别人5~10倍的业绩和薪酬。

而普通的推销员经常考虑的则是自己可能遇到的问题，而不是自己未来的目标。

综合世界顶级推销员的成功经验，我们还会发现成为推销明星的关键所在：自信心直接关系到销售业绩。

收入最高、最成功的推销员都有很强的自信心。

著名的成功学家博恩·崔西把自信心定义为：你有多相信你自己。

进一步解释就是：你越相信自己，你就会做得越好；你做得越好，你就越相信自己。

你要根据自己的需要制订目标，并不断超越这个目标，让自己变得独一无二。

这样，你的自信心就会越来越强。

你成功的信心越强，面临困境时就越有勇气坚持下去；你越相信自己，就会有更多的人喜欢你，从你手里购买东西，并把你推荐给他们的朋友。

成功推销员必备的九大心理素质美国有位专家曾对推销员作过调查，调查结果表明，成功的推销员比

## <<推销员必修的39堂心理课>>

普通推销员的销售业绩要高250~300倍。

这说明，不同的推销员之间的差别是很大的，而造成这样大差别的原因很大程度上取决于推销员自身的心理素质。

关于推销员应具备什么样的心理素质，企业界和理论界见仁见智，众说不一。

美国的一位心理学家把推销员应具备的心理素质归纳为以下九项：（1）强烈的自信心。

（2）勇敢。

人类有两大恐惧：恐惧自己不够完美；恐惧自己不被别人接纳。

而作为推销员必须把这两种恐惧心理全部消除。

（3）强烈的企图心，即对成功的强烈欲望。

有了强烈的企图心才会有足够的决心。

（4）对产品有十足的信心，并使自己具备丰富的产品知识和其他知识。

（5）注重个人成长，不断地学习可以大幅度地减少犯错和缩短摸索时间。

（6）高度的热忱和服务心。

顶级推销员都把客户当成自己的终身朋友。

（7）非凡的亲合力。

（8）决不抱怨，对结果负责。

（9）善用潜意识力量。

成功的推销员都是敢于坚持自己梦想的人。

可见，要想在销售领域取得突破性进展，首先你就要像最优秀的推销员一样，具备以上九大心理素质。

当这样的素质变成一种习惯的时候，你就会更加乐观和富有创造性，你的精力会更加充沛，你的意志会更加坚定，你的工作也更有效率，而你也会更有人缘，因此，你的业绩会不断提升。

当你具备了顶级推销员的精神与品质时，你的整个人生将会像夏日升起的朝阳，充满了希望。

自信：不自信，人不信每个推销员都希望能轻易地掌握客户的心理尤其是敏感点，以便在销售过程中尽量避开“地雷”，与对方建立良好的关系，使推销行动成功。

但是如果你对自己没有十足的自信，就很难把握推销过程；也很难让客户信服你。



## <<推销员必修的39堂心理课>>

### 媒体关注与评论

这本书写得太好了，销售心理学知识正是当今销售人员培训中的短板，读这本书无疑能令他们更快趋于成熟与成功！

这样的好书至少要读三遍！

——上海相达培训咨询有限公司首席培训师 焦武毅 这是一本值得仔细咀嚼的好书。实用的心理案例以及生动的小故事融于书内，让整个推销过程真正地“流动”起来，如同临其境，讲述深入浅出，语言亲切易懂，使整个推销内容真正“展示”出来，如同推心置腹的朋友。

——温州大学汽车研究所所长，教授 姚喜贵 消费者的需求是多层次的，他们不仅需要优质的产品，更需要得到心理上的满足。

——推销之王 鲍洛奇 顶级推销员能够体察客户的心情，并与客户进行热烈的感情交流。

——哈佛商学院教授 西奥多·莱维特

## <<推销员必修的39堂心理课>>

### 编辑推荐

《推销员必修的39堂心理课》：每天一课，39天让你轻松成为推销高手！

突破销售自我设限的3个关键高度认同自己的推销职业记住：推销就是推心态练就过硬的燃自心理销售心理学中的大秘密：自信：不自信。  
人不信沉静：无故加之而不怒真诚：宁显憨厚不显精明眼光：找到那个重要的人执著：咬定成交不放松

<<推销员必修的39堂心理课>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>