

<<五分钟打动你的客户>>

图书基本信息

书名：<<五分钟打动你的客户>>

13位ISBN编号：9787501796441

10位ISBN编号：7501796440

出版时间：2010-1

出版时间：中国经济出版社

作者：吕静霞

页数：215

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>

<<五分钟打动你的客户>>

前言

“我喜欢吃草莓，鱼喜欢吃蚯蚓，所以，垂钓的时候，我不以草莓而以蚯蚓为鱼饵。

”这给我们销售人员的启示是，要想让客户购买你的产品关键是要打动客户的心，而打动客户不仅要讲究方法和技巧，更要研究客户的心理，练就一双“火眼金睛”，一眼就能看清客户的心理需求，这个需求点就是决定客户是否购买你的产品的“命门”。

也就是说不管你自己多么喜欢吃草莓，也不要试图以草莓来引诱鱼，而应知道鱼最爱吃的是蚯蚓，只有以蚯蚓为诱饵，它才会上钩。

有这样一个小故事很好地说明了顺应对方的心理而打动对方所具有的特殊作用。

一位母亲有一个不爱吃饭的儿子，不管她做多么好吃的饭菜，也不管她怎样劝说儿子饭菜多么的有营养，多吃饭菜有么么多的好处，软的不行，就吓唬儿子不吃饭的严重后果，但一点作用都不起。

母亲曾经为此倍感苦恼，不知应如何教育是好。

后来，通过向心理教育专家咨询之后，改变了教育的方法。

她知道儿子特别喜欢篮球，他看见运动场上那些打篮球的大哥哥羡慕的不得了。

于是，有一天，母亲这样对儿子说：“你是不是常常羡慕篮球场上的那些大哥哥呀？

你平时多吃饭菜，就能像他们一样长成大高个儿，将来打球一定会比他们打得更漂亮。

” 儿子听了手舞足蹈起来，对吃饭越来越感兴趣了，母亲的心情也轻松了许多。

<<五分钟打动你的客户>>

内容概要

本书共分为七章，从察言观色，快速透视客户的购买心理；有的放矢，准确切入对方的要害；正面引导，有效地控制客户的情绪变化以及如何把握各类客户的心理弱点，瞬间突破成交心理壁垒等方面进行了详细的阐述，并结合实际生活案例，介绍了让客户由拒绝到顺从的心理制胜法则。通过阅读本书，你可以看到客户购买心理的微妙变化以及如何掌控他们的心理，让他们顺理成章地掏钱买产品。

<<五分钟打动你的客户>>

书籍目录

第一章 察言观色，快速透视客户心理 1.读懂客户的微笑 2.读懂客户的眼神 3.从服饰评估客户的购买力 4.善于观察客户的表情、神态 5.成交的语言、动作信号 6.通过走路的姿势分析客户的性格 7.人心善变，却有规律可循 8.从言谈举止发现谁是“当家的” 9.动作手势与性格

第二章 有的放矢，准确切入对方的要害 1.像客户那样思考 2.以利益作为引导 3.诱发客户的好奇心 4.唤起客户的注意 5.情感销售 6.找准客户的需求点 7.给客户一个购买的理由 8.接近客户并为他创造需求 9.客户常见的几种消费心理 10.一次成功的展示胜过千言万语

第三章 正面引导，有效控制客户情绪变化 1.用满腔热忱感动客户 2.调整客户情绪，甘当客户的出气筒 3.捕捉客户的兴趣点 4.客户的不平衡心理 5.客户的急躁情绪 6.客户的逆反心理 7.售后客户情绪的管理 8.平息客户愤怒的禁忌 9.在微笑中完成销售 10.顺着客户的脾气来 11.付出真诚，赢得客户

第四章 语言诱导，瞬间激起客户的购买欲望 1.好的开场白是成功的一半 2.用赞美性的话语打动客户 3.使用充满感情色彩的词语 4.把话说到对方心里去 5.幽默是最好的销售方式 6.专业性术语，让客户如坠五里云雾中 7.利用语言诱导进行恰当的暗示 8.充分调动客户的想象力

第五章 各个击破，及时把握各类客户的心理弱点 1.爱慕虚荣型客户 2.脾气暴躁型客户 3.小心谨慎型客户 4.性格强硬型客户 5.沉默寡言型客户 6.自命不凡型客户 7.多疑型客户 8.随和型客户 9.怪癖型客户

第六章 正面交锋，巧妙运用心理博弈实战技巧 1.欲擒故纵——人们总是对难以得到的东西感兴趣 2.趋利避害——驱动客户的伟大力量 3.互惠互利——让客户主动来回报你 4.物超所值——帮客户做笔划算的买卖 5.以静制动——曲折打动客户 6.避实就虚——强攻不如巧取 7.以退为进——绕个弯的效果也许更好 8.请将不如激将，改变客户的意志

第七章 攻心为上，用最短的时间突破成交的心理壁垒 1.应对客户防火墙 2.不要害怕客户的拒绝 3.销售员巧破拒绝6法 4.避免毫无意义的争辩 5.客户说考虑考虑是什么意思 6.克服异议，让客户无法抗拒 7.面对价格争议有技巧 8.帮助客户下定最后的决心 9.亲和力和你的自信加分

<<五分钟打动你的客户>>

章节摘录

第一章 察言观色，快速透视客户心理 2.读懂客户的眼神 在脸部，眼睛是最富有感情的，它就像是心灵的一扇“窗户”。

人内心深处的秘密，情感的起伏变化，总是自觉或不自觉地透过这扇“窗户”流露出来。

事实上，在我们的肢体语言里，眼睛所传递的信号是最有价值也是最为准确的。

美国作家爱默生也说过：“当眼睛说的这样，舌头说的那样时，有经验的人更相信前者。”

因为眼睛是人类五感中最敏感的，它概括大约70%的感觉领域。

舌头能骗人，眼睛骗人可不是那么容易就能做到的，没有经过特工式的专业训练，普通人的眼睛简直就是他的内心！

所以，作为销售员一定要善于了解客户目光语所表达的基本内容。

目光语主要由视线接触时间长短、视线触及的方向以及瞳孔的变化三个方面组成。

据心理学家实验表明，与人交谈的视线接触对方面部的时间占整个谈话时间的30%~60%；如果超过这一平均值者，则表示对谈话者本人比谈话的内容更感兴趣；低于这一平均值，则表示对谈话内容和谈话者本人不怎么感兴趣；如果连续注视对方的时间超过了2秒，可理解为对私人占有空间的侵略；长时间不看对方，可能会被认为是不愿让对方看见自己眼神的躲避行为，这就意味着企图掩饰什么或心中隐藏着什么事；目光在产品上逗留的时间增长，眼睛发光，神采奕奕，意味着客户很喜欢这件商品。

你和客户交谈时，为什么有时会感觉舒服愉快，有时却感觉局促不安，甚至有时还会有赶快远离客户的想法？

这是因为视线的方向不同，会传达给人不同的感觉。

比如，正视表示庄重；斜视表示轻蔑；仰视表示思索；俯视表示爱护、宽容；斜视可能表示怀疑、疑问；凝视某处表示正在盘算得失；逼视表示命令；瞪视表示敌意；不住的上下打量代表挑衅；行注目礼表示尊敬；白眼表示反感；双目大睁表示吃惊；眯成一线表示高兴。

另外，配合着眼神的运用，眉毛所表达的语言也是很丰富的。

我国古代就有“眉目传情”的说法，恋爱中的女孩子经常将之作为求爱的信号。

当客户斜视时眉毛微微上扬或者面带笑容，很可能就表示对你的话很感兴趣，如果斜视时眉毛压低、眉头紧皱或者嘴角下拉，那就很可能代表的是猜疑或者敌意。

如果客户眉开眼笑表示喜悦、高兴；皱眉表示为难；眉头紧缩表示苦恼；眉毛竖起表示愤怒；紧缩的双眉分开、上扬，神色活跃，说明被压抑的心情变得豁然开朗，则表示顾客试图购买产品了。

瞳孔的变化也是客户心理变化的直接反应。

美国心理学家赫斯通过长期研究发现：瞳孔的收缩与放大，既与光线刺激的强弱有关，也与心理活动的机制有关。

当人们看到有趣的或喜爱的东西时，瞳孔就扩大，否则就变小。

据说，古代波斯的珠宝商人在出售首饰时，总是根据顾客瞳孔的大小来要价的。

如果一只钻戒的熠熠光泽能使顾客的瞳孔扩张，商人就将价钱要得多一些。

再看看视线的长短与软硬：长而硬的视线表示关注或不满，即直视；直而硬的视线表示执著或憎恨，即盯视；长而软的视线表示等待或探询，即虚视；短而软的视线表示爱怜与担心，即探视；视线全收表示悲伤、思念，即闭目。

另外，眨眼的频率透露着对方的态度。

一般来说，眨眼的频率较慢，大多含有蔑视的意思。

如果你和客户交谈时，发现客户眨眼的频率变得很拖沓，那就意味着你的话没有打动他，这个时候你必须采取新的策略激发客户的兴趣。

总之，作为销售员应随时关注客户眼睛中流露出来的成交信号和购买意图，把握进攻的有效时机，调整销售进程，瞬间打动客户。

<<五分钟打动你的客户>>

编辑推荐

简明理论+生动案例+实用技能 = 轻松认识客户 洞悉客户 应对客户 打动客户的心 不仅要讲究方法和技巧 更要了解客户的心理需求 如果你销售的是产品，你会有永远的竞争对手；如果你销售的是情感，你会有永远跟随你的忠诚客户。

美国著名的女企业家玫琳·凯曾经说，对每个推销人员来说，始终对客户保持热情是无往不利的。
当你用心灵、灵魂信赖你所推销的东西时，其他人必定也能感受得到你的亲切、自然。从而缩短你与对方的感情距离，同你一起创造出良好的交流思想、情感的环境。

<<五分钟打动你的客户>>

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>