第一图书网, tushu007.com

<<销售精英必修的心理学>>

图书基本信息

书名：<<销售精英必修的心理学>>

13位ISBN编号：9787504474124

10位ISBN编号：7504474126

出版时间：2012-1

出版时间：中国商业

作者：樊唐荣

页数：300

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

前言

销售，玩的就是心理学　不久前，在参加由国际企业战略网举办的全球营销论坛时，一位国际知名人士对我说：“ 现在的销售，已经打破了传统的生存手段和固有的工作模式，以各种崭新的面貌，被记入经济发展的史册中。
不论是在过去还是现在，销售都是我们经济繁荣和增长的推动力，从这个意义上说，销售人员学点心理学是非常有必要的，毕竟从销售的成功本质来看，销售除了企业具有高品质的产品外，还与推销员的销售心理有关。
”　在听完这位国际知名人士的话之后，我对他说：“ 你说得非常对。
每个销售人员从一开始找到客户直到完成交易，他所需要的不仅仅是细致的安排和周密的计划，更需要和客户进行心理上的交战，所以从这个角度来看，销售人员必须要了解客户的心理，才能更好地完成自己的销售工作。
”　我们知道，销售是一项极具挑战性的工作，销售员除了要具备专业知识和技能外，还要拥有良好的心理素质。
发现自己在工作中的负面心理问题时，要立即调整。
尤其是在挫折与困难面前，销售员更要管理好自己的情绪，避免冲动和浮躁，要注意积蓄热情和力量，积极乐观地迎接挑战。
　但是，我们不得不面对这样的事实：今天有成千上万的推销员穿梭在城市的各个角落，来往于熙熙攘攘的人群中，既疲惫、消极，收入又微薄。
为什么会造成这种尴尬的局面？
是他们推销的商品不合格吗？
不是，尽管有些推销员推销的商品质量不好却以次充好，但不可否认大部分推销员推销的商品质量还是信得过的；是他们推销的商品价格太昂贵了吗？
也不是，把他们推销的同类商品的价格与商场相比，我们发现推销员推销的商品的价格要优惠得多。
推销员推销不出手中的商品的原因在于他们所想的一直是要推销他们手中的商品，他们没有发觉，你或我都没有购买的欲望。
如果要买的活，我们自己会去买，但我们一直都想解决我们的问题。
如果一位推销员能让我们知道他的服务或商品将如何能帮助我们解决问题，他就不需要向我们推销了，我们自然会买。
　如果一个人有了足够的信心，世界都会在他面前退让。
当你面对挑战时不妨也告诉自己：“ 我是最优秀的、最聪明的，我会成为这里最棒的。
”你的态度，会给你带来想要的东西。
　由此可见，在销售过程中，你不要觉得研究客户的心理是在浪费你的时间，其实研究他们购买的流程、动机和原因，比那些费尽口舌却不讨好的推销方法要有效得多。
而作为一名销售人员，你只有掌握了客户的心理，你才能在迅速变化的市场中占有一席之地。

内容概要

得到客户的认可是赢得客户，促进成交的第一步，作为销售人员。
如何赢得客户的认可。
让客户购买我们的产品呢？
那就要把握客户心理。

樊唐荣编著的《销售精英必修的心理学》从战术到战略，教你从客户的心理着手，找准客户的购买点，准确出击，促进成交。
让你在快速变化的市场中赢得主动，占有市场！
《销售精英必修的心理学》是一本销售人员提升销售技巧。
取得销售成功的必胜法宝。

作者简介

樊唐荣，河北人，现居美丽的海滨城市青岛，中共党员，毕业于河北大学中国哲学专业，硕士学位。现就职于青岛某大学，任党政办公室主任一职。
樊女士在教育学、心理学、管理学等方面颇有建树，曾出版过多部专著。
《优秀员工的主人翁意识》是樊女士的又一部力作。

<<销售精英必修的心理学>>

书籍目录

前言　销售，玩的就是心理学
第一章　销售真的离不开心理学
　心理学对销售的重要性
　客户为什么要购买
　销售人员如何与客户做到心理互动
　销售要重视自我心理意识
　用脑袋去销售
　心理素质决定你的销售成败
　销售也需要潜意识
　销售是一场心理实战
第二章　客户为什么要购买
　洞悉客户心理
　客户总是关心自己想要的
　什么影响了客户的购买心理
　客户的兴趣也能影响购买
　了解客户的购买价值观
　销售员要多为客户着想
　让销售变得简单
　把客户当成自己的朋友
第三章　掌握客户心理达到成交
　解读顾客的消费心理
　客户需要安全感
　客户有怀旧心理
　客户会爱慕虚荣
　客户会挑剔
　客户要求物超所值
　价格对客户的影响
　为客户解决问题
　客户有逆反心理
　让客户稳定性格
　让客户参与进来
　让客户内心感到满足
　赢得顾客的心
　满足客户的心理感觉
第四章　面见客户的心理反应
　巧妙地预约，就是成功的开始
　约见客户的心理
　做好拜见客户的准备
　与客户建立起联系
　产品介绍要满足客户心理
　用最有效的证明征服客户
第五章　销售过程中影响成交的心理因素
　销售中的沟通术
　沟通以取得成果
　如何进行与客户回谈

提问和反问
学会倾听
语言语调同步技巧
不要害怕与客户沟通
销售成功离不开耐心
用热情感动客户
第六章　成交时的心理体现
成交需要学点心理学
避免不应该遭受的成交
成交是多次跟踪回访的结果
成交需要坚强的信心
当客户发出成交的信号
销售结束的方法
成交后要保持联络

章节摘录

销售人员如何与客户做到心理互动　心理学家曾指出：客户首先是通过认知销售员从而认知产品的。
只有当客户认可了销售员的人品和内涵，他们才会愿意与销售员做生意。
所以，作为销售员，在你销售产品之前，必须时刻提醒自己：如果我想把产品销售成功，我一定要与客户互动起来，只有这样，我们的销售才会成功。
　我们知道，有的人刚开始做销售的时候，都很腼腆，见了熟人点头但不微笑；见了陌生人更是不知道如何问候，便视而不见。
其实，生活中常发生的奇迹往往是因为您的主动，尤其是真正的销售人都知道，一个温和的微笑，一句问候，可能迎来的将是未来一个很大的团队。
　人们总是对那些成功的推销员的销售技巧称赞不已，实际上我们更应该学习他们看问题的角度。
他们从不去想每一个与之攀谈的会拒绝成交，而是从一开始就认定对方是自己的客户。
即使遭遇拒绝，他们也能说服对方与自己做成生意。
　在云南昆明出差的时候，我曾经遇到过一个保险人，这个人的核心理念就是把身边的每个人都视为自己的顾客。
　他家离昆明火车站非常近，他每天都会来到火车站售票厅排队，他也不知道自己去哪里，他的旅程决定于排在他前面的人。
　他会想方设法与前面的人聊天、套近乎。
经过10分钟20分钟的排队，他有办法与前面的人熟悉起来。
临到排在他前面的人买票时：“ 大理，…还没等他前面的人说完，他马上说：“ 两张。
”于是掏钱买了票，他就随着前面的人去了那里。
一起买的票，座位自然在一起，昆明到大理的一段时间，就成了他推销保险的时间。
下车时，他已顺利做成了一笔保单。
　回家时，他又重复上面的做法，在大理到昆明的回程中又是一笔保单。
这种“ 旅行推销法 ”成交率虽然不是百分之百，但也是很高的。
　大凡在旅途中的人都是很孤单的，心里有点无聊。
几个小时甚至更长的相处时间会形成深厚的友谊。
这位保险奇人就是利用“ 感情投资 ”这点来推销他的保险的。
　正是由于他把每一个人都认定是他的客户，所以他的推销业务几乎从未受到过挫折，结果销售业绩决是处于顶尖的地位。
　对于销售人员来说，必须有一种“ 认定对方就是我的客户 ”的心态，把遇到的每一个人都认定是自己的客户。
使自己形成一种条件反射积极地去推销，从而增加成功率。
　推销之神乔·吉乔拉德说：“ 不管你所遇见的是怎样的人，你都必须将他们视为真的想向你购买商品的客户。
这样一种积极心态，是你推销成功的一大前提。
我初见一个客人时，我就不会认定他是来随便看看或寻开心的。
我都认定他是我的客户，会购买我推销的汽车。
通常情况下，他们大部分都成了我名副其实的客户。
”　当你与人交谈时不停地怀疑：“ 他会买吗？
”“ 他是真的有买的打算，还是只不过想找个人聊聊？
”“ 从他的表情和语气来看，他很难和我签单 ”……那么你怎么可能全力以赴地去介绍产品，并打动对方呢？
不管你所遇到的是怎样一个人，都别暗示或怀疑。
只有从一开始就认定对方就是你的客户，你才会全力以赴地投入到销售工作中去，并最后取得成功。
　所以，我要告诉大家的是，你们一定要记住这样一句话，这句话就是销售是销售人员与客户之间心与心的互动。

销售的最高境界不是把产品“推”出去，而是把客户“引”进来！
所谓“引”进来，也就是让客户主动来购买。
可以说，销售是一场心理博弈战，准能够掌控客户的内心，谁就能成为销售的王者！
在销售的过程中，恰当的心理策略能够帮助销售人员取得成功，使得销售行为的效率最大化，从而创造骄人的业绩。
P15-17

第一图书网, tushu007.com

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