

<<顶级销售员攻心说服术>>

图书基本信息

书名：<<顶级销售员攻心说服术>>

13位ISBN编号：9787506468220

10位ISBN编号：7506468220

出版时间：2010-11

出版时间：中国纺织

作者：成果

页数：259

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>

<<顶级销售员攻心说服术>>

前言

有效地说服客户是从事销售工作的人员所面临的难点和要点。

其实，销售的本质就是说服客户购买你的产品，其他的一切活动都是围绕这个本质来进行的。

而要有效地说服客户，就要了解客户的所思所想；掌握了客户的心理活动，才能一语中的。

如果能把话说到客户的心坎上，能攻克客户心中的“堡垒”，那么销售所面临的问题就会迎刃而解。

因此，作为销售员，就必须掌握攻心说服术。

要说服客户，话不在多，“攻心”最重要！

销售攻心说服术是一种洞察客户心理、赢得客户信任的技巧，通过说话及心理沟通，打开客户的心扉，从而让客户在不知不觉中就信任销售员，接受销售员的建议，并采取行动。

然而，在现实的销售工作中，常常有销售员面临如下尴尬的境遇：有的销售员笨嘴笨舌，还没有和客户说几句话，客户就找借口离开了；有的销售员滔滔不绝，妙语连珠，可是客户却无动于衷；有的销售员和客户交谈甚欢，可却功亏一篑，不能最终成交；有的销售员说话不分场合地点，不知不觉得罪客户；有的销售员面对客户的异议时，或与客户争辩，或束手无策；面对这些状况，有的销售员会抱怨：是公司的产品没有竞争力，是市场竞争太激烈了，是客户太难伺候，是目前经济不景气……其实，这些都是不懂攻心说服术的表现。

这也是优秀销售员和平庸销售员的最大区别。

古人说：知己知彼，百战不殆。

优秀的销售员会不断地研究客户的心理，探索人性的弱点，寻找说服客户的突破口。

这样，他们才会抓住机会，说服客户签单或者成交。

而平庸的销售员只会找借口，为自己推脱责任。

作为一名销售员，不能说服客户的原因主要在于你自己。

现在已经进入买方市场，所以销售员不仅应对自己的产品了解透彻，而且还需要深刻地了解客户的心理，运用有效的攻心技巧获取客户的认同和信任，才能实现产品的销售。

当然，明白了在销售工作中攻心说服的重要性，还要知道具体该如何去做。

本书全面系统地向读者介绍了攻心说服术的重要意义，客户惯常的消费心理，销售员必须具备的攻心说服的能力，如何通过提问洞悉客户的心理，如何有效地突破客户的心理防线，如何读懂客户的身体语言，如何巧妙地为客户设置心理“陷阱”，如何排除客户的异议，如何提高客户心理满足感，让其成为回头客……内容丰富又实用。

本书全面而详细地介绍了销售员攻心说服客户的各种技巧，为销售员提供了一套简单实用的攻心方法。

这些方法技巧一学就会，一用就见效，是广大从事销售工作及相关工作的人员提高业绩、获得晋升的好工具。

<<顶级销售员攻心说服术>>

内容概要

销售就是察言、观色、攻心、说服。

<<顶级销售员攻心说服术>>

书籍目录

第一章 懂攻心术销售如坐电梯，不懂攻心术销售如爬楼梯销售就是“心”与“心”的较量不懂心理学一定做不好销售话不在多，“攻心”最重要销售商品前，要先推销自己人性，你到底了解多少攻心说服术并非是不光彩的阴谋术第二章 要攻心先知心，客户惯常消费心理快速扫描每个客户都想享有VIP待遇客户都有怕上当受骗的心理客户都有占便宜的心理掌握客户的逆反心理男女心理有“别”，区别对待是上策利用顾客的冲动心理，使你的财源滚滚而来不同人群消费心理的分析摸清客户消费的心理阶段探寻客户消费需求的“WH”法则第三章 打铁也要自身硬，销售员必备的攻心说服能力“脸皮厚”不是耻辱，而是一种能力给心灵淬火——经受拒绝的考验学会忍耐，才能控制客户的情绪克服自卑感消除对成功人士的恐惧心理想说说服客户，先练就卓越口才销售的真谛就是坚持不懈、永不放弃练就“一笑了之”的豁达心态热情是销售员不可或缺的态度对客户负责，最终是对自己负责第四章 精心设计你的问题。

会问的结果是“成”，不会问的结果是“败”“会问”比“会说”更重要问得越多，销售成功的可能性就越大根据客户最关心的问题提问向客户提问的方式一般有哪些如何有效地提出你的问题要尽量进行开放式的提问问题必须切中实质，不要无的放矢要会提问，更要会倾听第五章 突破客户心理防线，这样说、这样做客户才会信任你获得客户认可，你的形象价值百万微笑是融化客户内心坚冰的阳光选择客户感兴趣的话题，使对方产生亲近感记住客户的姓名可以拉近彼此的距离对客户多说“我们”少说“我”不要曲解“把客户当上帝”的意思幽默一点，少说枯燥的话题销售时多送给客户一些赞美少用专业术语，否则客户会反感换位思考，多为客户着想真心为客户省钱，而不要只想着自己赚钱适当的寒暄是获得客户信任的润滑剂这些话一定不能对客户说第六章 5秒钟读懂客户身体语言，小动作“出卖”客户大心理身体语言比口语更真实眼神是客户心理最直接的反映握手可以传递出客户的心理活动从客户的声音判断客户的心理从客户的坐姿把握客户的心理从客户的站姿读懂客户的心理客户说谎时身体会有什么样的表现第七章 巧妙设置心理“陷阱”，一学就会、一用就见效的心理学技巧制造悬疑，最有效地利用客户的好奇心欲擒故纵，利用客户“怕买不到”的心理让客户“骑虎难下”，不得不接单巧用心理暗示，引导客户的行动用惯性思维引导客户利用“因小失大”成交法促使客户接单以退为进，绕个弯的效果也许更好向客户请教，以博取客户的好感“二选一”的策略往往非常有效用激将法使客户作出购买决定第八章 拿什么让客户点头，排除客户异议的攻心说服技巧异议是成交的障碍，也是成交的机会客户通常会提出哪些异议倾听客户的异议而不是争辩挖掘客户异议背后的异议巧借名人之名给客户吃定心丸向客户重复说明某个重要信息，加深其印象用承诺消除客户的异议更深入地介绍产品避重就轻，化解客户的异议用适当的让步消除客户的异议积极回应投诉，赢得客户的宽容与信任第九章 提高客户心理满足度，把一次性客户变成永远的客户成交只是销售的开始，与客户保持长期联系最重要为自己的产品或服务披上情感的“五彩衣”交易时不要急于求成，让客户享受讨价的成就感眼光要长远，不能做“一锤子买卖”为客户提供最贴心的售后服务不能向客户乱开空头支票做好销售回访，引导客户“回头”第十章 点击“攻心”经典原理，不可不知的8个销售心理效应羊群效应：客户往往喜欢跟着熟人走稀缺效应：适当营造商品稀少的氛围南风效应：把“温暖”送给你的客户首因效应：第一印象决定你销售的成败晕轮效应：巧妙引导，让客户爱屋及乌250效应：一个客户有可能给你带来250个客户三分之一效应：客户最可能是一条街上三分之一处成交凡勃伦效应：商品价格越高反而越有人买参考文献

<<顶级销售员攻心说服术>>

章节摘录

客户都有怕上当受骗的心理人总是天生就具有怀疑心理的，总是怀疑别人对自己不利。

比如，销售员赞美了他，他不免要想：他为什么要赞美我？

是不是别有用心？

他这么做，是不是骗我的？

销售员积极地向他推销产品，他会想：这么积极，是不是产品不好或有问题？

对别人的怀疑，可以说是人天生的一种普遍心理。

不要以为爱怀疑不好，它实际上是人的自我保护的天生本能，是避免自己受到外界伤害的必要手段和措施。

但是，这种措施却会给销售工作带来阻碍，因此销售员有必要了解客户的这种心理。

客户之所以会产生怀疑，害怕上当受骗，很可能是因为在他们以往的生活经历中，曾经遭遇过欺骗或者买来的商品与他们的期望不符，也可能是从新闻媒体上看到过一些有关客户利益受到损害的案例。

所以，他们往往对销售员心存芥蒂，尤其是一些上门推销的销售员，在他们看来更是不受欢迎的人。

一位销售经理曾说过：“作为销售人员，你不是要打动客户的脑袋，而是要打动客户的心。

”因为心是离客户钱包最近的地方，是客户的感情，脑袋则是客户的理智，也就是说，合格的销售人员要通过打动客户的感情，让客户产生购买的想法。

的确，现在社会上有许多骗子，让消费者深受其害，而骗子的行骗方法可能会仿效销售员的推销方式，所以客户看到销售员时就很容易想起被骗的痛苦经历，客户没有时间和精力去辨别销售员的真伪，所以他们把销售员和骗子联系起来，于是在潜意识中有些排斥销售人员。

所以，在销售的过程中怎样迅速有效地消除客户的疑虑，对销售员来说是十分必要的。

因为聪明的销售员都知道，如果不能从根本上消除客户的疑虑，交易就很难成功。

那么，销售员如何才能消除客户的疑虑呢？

1.主动说出产品的缺点有些客户担心商品的质量或功能，对商品没有足够的信心。

此时，销售员不妨直接对客户说出产品的缺点，这比客户自己提出来要好得多。

首先，客户会对你产生信任感，觉得你没有隐瞒产品的缺点，是个诚实的人，这样他就愿意与你进一步交流。

其次，客户会觉得你很了解他，把他想问而未问的话回答了，他的疑虑就会减少。

最后，销售员主动说出商品的缺点，可以避免和客户发生争论，而且能拉近你和客户的关系，从而促成交易。

2.让客户现场亲眼看一看人们都有“耳听为虚，眼见为实”的心理。

因此，即使你说得天花乱坠，客户也不会全信你，如果你在现场做给客户看看，客户就会相信了。

有一家建材店老板，代理了一家著名厂家的产品，质量很好，价格当然也不菲。

但是，单从外观上看，建材看不出多大名堂。

而那些质量低劣的建材，凭着低廉的价格，抢占了大量的市场。

因而建材店老板的生意一直不是很好。

后来，他想出了一个主意。

一个星期天，位于市中心的步行街上的行人很多，但人们并没有像往常那样进超市、逛商场，而是围着一个临时搭起的简易台看热闹。

只见台子正上方挂着的横幅上写着“煮板论英雄”几个大字，台子左边和右边也各有一个硕大的条幅，左边条幅上写的是“煮遍天下木地板”，右边为“胜者奖励一万元”。

台子正中间还放着一口大铝锅，锅里的水被烧得翻滚，水面飘着一块时沉时浮的小木块，像风浪里的一叶小舟。

10点刚过，正是行人最多的时候，老板拿出一块木地板，对着麦克风大声说：“这是我们商店出售的正宗木地板，可以在滚烫的水里煮上两个小时而不弯曲、不变色、不变脆。

如果哪位拿来的木地板也能在锅里煮上两小时，当场奖励一万元钱。

”说着，他指了指桌子上的一捆钞票。

<<顶级销售员攻心说服术>>

人群立刻像油锅里放冰块，沸沸扬扬地炸开了。

谁都知道，水是木地板的克星。

如果屋内潮气太大，地板就会拱起，要是放在水里浸泡，不一会儿就会变形。

这位老板不仅把木地板泡在水里，而且还要把常温升为高温，用开水煮，真是了不得。

一个小伙子一跃上了台，把手里的一小块木地板递给老板，老板顺手把它丢进了滚烫的锅里。

不到一分钟，老板用镊子把木地板夹了出来，用手猛地一抖，落下来一层粉末。

老板大声说道：“大家看看，这里面夹着的是锯末，不是真正的实木地板！”

”小伙子满脸通红，一边走一边说：“真是个大骗子，买的时候他们说这是部优产品。

不行，我得找他们算账去。

”一个中年男子又递上来一块木地板，老板也把它丢进锅里。

三分钟后，老板拿出来给大家看，原来里面夹着的是一根根小木条。

不一会儿，又走上来一个老者，他把手里的一块木地板递给老板说：“这是我托熟人买的，绝对是正宗的实木地板，不信你试试。

”老板看了一眼，也丢进了锅里。

不到十分钟，老板把木地板捞了出来。

大家一看，都笑了起来，原来这块直直的木地板变得弯曲。

老者低着头走了。

老板见时候差不多了，便从锅里捞出那块木地板，大声说：“大家看好了，这是我8点钟放进去的，到现在已经过去两个多小时了，完好无损，跟没有用水煮过的一模一样，不信大家可以过来瞧瞧。

”这下可不得了，展台被人们围了起来，有的问电话，有的问地址，有的问价格，老板趁机把准备好的名片和传单散发出去。

就这样，这家建材店的生意火暴了起来。

老板的聪明之处就在于他把自己的木地板当面煮给顾客看，顾客亲眼看到木地板被煮过之后，肯定会相信它的质量了。

这一招，比起单纯的口头介绍不知有用多少！

如果不是这样现场展示，即使说得口干舌燥，顾客又怎么会相信呢？

3.让客户亲自动手试一试仅仅让客户当看客，有些人还是不会很相信。

这时，你就应该请客户亲自来试一下，他亲手做了，疑心也就完全消除了。

美国有一名叫斯坦巴克的犹太人，在做推销安全玻璃的业务员时，业绩一直都保持在整个北美地区的第一名。

在一次顶尖业务员的颁奖大会上。

主持人说：“斯坦巴克先生，你是用什么特殊的方法让你的业绩维持顶尖呢？”

”斯坦巴克说：“每次当我要去见一个客户的时候，我的皮箱里面总是放了许多截成15厘米见方的安全玻璃，我随身也带着一个铁锤子。

每当我见到客户的时候，我就会问他：‘你相不相信安全玻璃？’

’“客户说不相信的时候，我就把玻璃放在他们面前，拿锤子往桌上一敲。

每当这时候，很多的客户都会为我的举动而吃惊，同时他们会发现玻璃真的没有碎裂开来。

然后客户就会说：‘啊，真是太神奇了。’

’这时候我再向他们推销玻璃通常能很快成交。

”当斯坦巴克讲完这个故事不久，几乎所有销售安全玻璃公司的业务员出去拜访客户的时候，都会随身携带安全玻璃样品以及一个小锤子。

但经过一段时间，他们发现斯坦巴克的业绩仍然维持第一名，都觉得不可理解。

而在另一个颁奖大会上，主持人又问：“大家现在都在效仿你做同一件事，为什么你的业绩仍然维持第一呢？”

”斯坦巴克笑了笑，然后说道：“原因很简单，我早就知道你们会效仿我的做法，所以从那以后我到客户那里，当他们说不相信的时候，我便把玻璃放到他们的面前，把锤子递过去，让他们自己来砸。

”当别人亲自经历了，疑心也就消失了。

<<顶级销售员攻心说服术>>

作为销售员，应该牢牢记住：在别人怀疑你的时候，解释是没有用的，最好的办法让他自己亲自试一试！

在销售过程当中，客户心存顾虑是一个共性问题，如果不能正确解决，将会给销售工作带来很大的阻力。

所以销售人员一定要努力打破这种被动的局面，善于接受并巧妙地去化解客户的疑虑，使客户放心地去买自己想要的商品。

疑虑是心与心之间的一条鸿沟，填平它，销售人员才能真正地做成生意。

<<顶级销售员攻心说服术>>

编辑推荐

《顶级销售员攻心说服术(经典珍藏本)》：话不在多，“攻心”最重要！
攻心说服术是一种洞察客户心理、赢得客户信任的技巧，通过说话及心理沟通打开客户的心扉，从而让客户在不知不觉中信任销售员，接受销售员的建议并采取行动。
《顶级销售员攻心说服术(经典珍藏本)》全面而详细地介绍了销售员攻心说服客户的各种技巧，为销售员提供了一套简单实用的攻心方法。
这些技巧方法一学就会，一用就见效，是广大销售人员提升业绩、获得晋升的好帮手。
攻心说服是一门艺术，用最动人的语言敲开客户的心门，攻心说服是一门科学，用最合理的逻辑消除客户的疑虑，攻心说服是一门技巧，用最恰当的方式实现销售的目标。

<<顶级销售员攻心说服术>>

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>