

<<懂心理会销售>>

图书基本信息

书名：<<懂心理会销售>>

13位ISBN编号：9787506489256

10位ISBN编号：7506489252

出版时间：2012-11

出版时间：中国纺织出版社

作者：张超

页数：271

字数：217000

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>

<<懂心理会销售>>

前言

一个成功的销售人员，必定是一个懂得顾客心理的人；一个业绩辉煌的销售人员，必定是一个在极短时间内掌控顾客心理的人。

为什么这样说呢？

正如销售行业中的一句名言——“成功的推销员一定是一个伟大的心理学家。

”所说，我们从销售工作的具体内容来看，实际上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，诸如接近客户时的心理博弈、展示产品时客户的微妙的心理变化、逐渐接受产品所要排除的心理疑虑、磋商价格时的心理策略、成交时的犹豫心理、购买产品后的满意或不满意的心理状态等等。

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。

同时，客户是否会购买你的产品，单凭你高超的推销技巧或者高质量的产品是不够的。

在销售行为和购买行为中，存在着很多能够左右人们行为的心理活动。

本书就是着重讲解在销售中，销售人员要如何应用这些销售中的心理技巧来控制客户，使其产生购买行为。

销售就是一场心理博弈战，如果你想成功地卖出产品，必须读懂客户内心和了解客户需求。

顾客已经变得越来越聪明！

一个成功的销售人员往往不是因为他聪明，而是因为他精通销售心理学！

美国一项调查表明，通常那些超级销售员的业绩是一般销售员业绩的300倍。

在众多的企业里，80%的业绩是由20%的销售员创造出来的，而这20%的人也并非就是俊男靓女，也并不一定都能言善辩，唯一相同的就是他们都拥有迈向成功的方法，尽管他们那些方法不可能完全相同，但却有其共同之处，那就是洞悉客户的心理。

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。

顾客也是人，他们的消费心理与我们购物的心理一样，只要销售人员学会观察，学会换位思考，就可以轻而易举地获知顾客的需求。

当然，顾客也有自己的消费弱点，只要稍微注意就会发现，只要抓住弱点，生意就好做了。

值得注意的是每个顾客有自己独特的性格特点，不同职业的顾客又有自己的消费理念。

因此，销售人员在把握好顾客的心理的前提下，得练就根据不同的人说不同的话的本领。

当然，不能少了微笑和赞美。

微笑让顾客走近你的心灵，赞美让顾客心理不断地进行自我回味和提升，从而信赖你。

其实，再怎么刁难的顾客也不外乎想得到物美价廉的商品，不妨搞次促销，打打折，让顾客觉得自己永远是占便宜的，购买的东西是最好的，自己是最有眼光的。

顾客高兴了，钱就到手了！

说到底，一流的销售员都是一流的心理学家，一流的谈判专家，一流的策略家，他们能把握客户的心理，能为客户提供销售建议，他们能降低客户的时间成本，他们能给予客户技术支持，甚至是精神支持等。

他们一面帮企业赚钱，一面帮客户省钱，这样一来客户对他们必然形成依赖，基本上无法离开这样优质的销售员，这时候何愁生意不好做呢？

你只有掌控了客户的心理，客户才会认可你，对你的依赖程度才会越高，那你就会在销售中始终处于主动地位，进而会立于不败之地。

销售不懂心理学，就犹如在茫茫的黑夜里行走，永远只能误打误撞。

事实上，销售高手往往都是心理学大师。

本书可以让你了解到隐藏在销售过程背后的深层客户心理，为你提供销售中的各种心理策略，帮助你提升销售业绩、改善人际关系、增加销售收入。

隐藏在销售的背后是客户深层的各种心理，销售高手的最大突破就是掌疆了“销售心理”这一成功秘

<<懂心理会销售>>

诀。

本书以心理学知识作为理论基础，引证了许多经过科学检验的心理实验，汇集了大量相关的销售实战案例，提炼出了在销售中卓有成效的各种心理策略。

每种心理策略都环环相扣，直击销售全流程中客户的各种心理，让你能够轻松应对并掌握客户的心理变化，以心攻心、见招折招，让你进入一个“知己知彼、百战百胜”的销售境界，改善你的人际关系、提升你的销售业绩，让你立刻跻身销售精英阶层。

<<懂心理会销售>>

内容概要

销售就是一场心理博弈战，是销售人员与客户之间心与心的互动。如果你想成功地卖出产品，必须读懂客户内心和了解客户需求才能立于不败之地。在这竞争的时代，顾客已经变得越来越聪明。一个成功的销售人员往往不是因为他聪明，而是因为他精通销售心理学！

客户所作出的任何购买行为都是由他的心理来决定的，如果你可以洞察并影响客户心理的话，就一定可以引领客户的行为朝你期望的方向前进，进而最终实现自己的销售目的！本书通过生动的解析和事例，从销售人员的心理领悟、顾客的消费心理透视及销售过程中的心理较量等几个方面加以充分阐述，让你在销售道路上走得更顺畅，让你的销售业绩变得更加卓越。

<<懂心理会销售>>

书籍目录

- 第一章 走入客户的内心——洞察客户的购买心理
 - 上当受骗：顾客畏惧推销的第一理由
 - 挑拣商品：嫌货才是买货人
 - 物美价廉：顾客心中的完美商品
 - 巧用对比：有比较才能看出来优势
 - 逆向思维：反着说比顺着说更能吸引顾客
 - 客户需要你：销售的最高境界
 - 双赢心理：让双方在交易中都获利
 - 勤快走进客户：广撒网才能多捞鱼
- 第二章 拉近与客户的心理距离——让你了解客户的心理效应
 - 微笑效应：让微笑永远挂自己的脸上
 - 聆听效应：有时听比说重要
 - 亲合力效应：让自己充满亲和力
 - 开场白效应：从一开始就打动人心
 - 首因效应：自信的人最受欢迎
 - 借势效应：他人的一句话胜于你的十句话
 - 投其所好效应：最有效的销售进攻
 - 心态效应：销售要有好心态
 - 快乐效应：快乐心理带来快乐销售
 - 好奇心效应：奇妙的东西最受人关注
- 第三章 打开客户的“心锁”的销售密码——让你事半功倍的心理定律
 - 哈默定律：需求与销售同行
 - 斯通定律：销售从被拒绝开始
 - 奥美定律：无微不至的服务是永恒的真理
 - 二八定律：每一个人都渴望被关心
 - 伯内特定律：让客户牢牢记住你的产品
 - 250定律：让客户喜欢自己
 - 跨栏定律：不断地超越自己
 - 奥纳西斯定律：第一时间占领客户资源
 - 原一平定律：成交源于不断失败的积累
 - 二选一定律：看谁能够最主角
- 第四章 激起客户的购买意愿和兴趣——把握客户的需求心理
 - 让客户对产品产生浓厚的兴趣
 - 免费试用是一个不错的办法
 - 在任何销售过程中都要盯紧目标
 - 让客户体会到安全感
 - 解决客户心中所有的疑虑
 - 让客户亲身体会才能证明产品的价值
 - 不同的需求来自不同的心理变化
 - 换位思考时了解客户心理的有效方法
 - 把握客户购买需求的实用技巧
- 第五章 从肢体语言上洞察客户的心理——销售精英读心术
 - 脸色表明客户是否愿意继续交谈
 - 嘴是最好的信息传播渠道
 - 头部动作往往先于决策的制定

<<懂心理会销售>>

眼睛的表现关不住心灵的秘密
手的动作泄漏客户是否在敷衍
坐姿从小习惯小姿势看人心
口头要求往往是客户最关心的点
客户长篇大论时只需要你倾听
第六章 把话说到客户的心坎上——销售中的话语引导术
学会引导客户的注意力
每一个销售过程都是为了成交
让客户自己下决定
利用惯性思维说服客户
有时退一步才能进两步
学会必要的“威胁”
千万不要让客户对成交留有不满
让客户产生好奇心
成为客户依赖的对象
第七章 从客户的心理突破点入手——销售方法不能千篇一律
情感型客户：要打动其心
独特型客户：要宣扬个性
干练型客户：切勿长篇大论
犹豫不决型客户：给出建议促进成交
爱慕虚荣型客户：要以赞美为先
节约俭朴型客户：要强调价格优势
时间观念型客户：要讲究效率
专制型客户：要谨言慎行
第八章 在情感上操控客户——用情感投资捕捉客户的心
让客户掏钱攻心为上
恭维客户要抓准客户心
想客户之所想，急客户之所急
把订单留下，把成就感送给客户
找到客户的根本心理需求
在客户身上多投资情感
赞美和恭维迅速攻克客户心
怎样来了解客户的需求
客户需要被尊重的心理
第九章 别让小问题毁了大订单——销售不能忽视细节
注重仪表的每一个细节
打电话不是小事
找到与客户的相同点
专业术语让客户如坠云端
成交的突破口就在小事之中
帮客户守住秘密
成为客户的朋友
赢了时间，赢了订单

章节摘录

版权页：乙说：现在市场低迷，消费者对我们产品的购买力下降，所以我们的业绩差是没有办法的，我们已经尽力了。

丙说：这种产品在这里没有市场，我们无法开拓这里的市场，到别处去看看吧。

丁说：现在虽然市场处于旺季，但是我们竞争对手的产品比我们的先进，我们无论如何都不如别人卖得好。

这些话也许都是实情，但是这些话却不会从一个成功的销售员口中说出来。

因为在成功的销售员那里，处处都有市场，关键是自己能不能去开拓出来。

而要想开拓市场的方法只有两个字——创新。

在一个世界级的牙膏公司里，总裁目光炯炯地盯着会议桌边所有的业务主管。

为了使目前已近饱和的牙膏销售量能够快速增长，总裁不惜重金悬赏，只要能提出足以令销售量增长的具体方案，该名业务主管便可获得高达10万美元的奖金。

所有业务主管无不绞尽脑汁，在会议桌上提出各式各样的点子，诸如加强广告、更改包装、铺设更多销售据点，甚至于攻击对手等，几乎到了无所不用的地步。

而这些陆续提出来的方案，显然不为总裁所欣赏和采纳。

总裁冷峻的目光，仍是紧紧盯着与会的业务主管，使得每个人皆觉得自己犹如热锅上的蚂蚁一般。

在凝重的会议气氛当中，一位进入会议室为众人加咖啡的新加盟公司的小姐，无意M听到讨论的议题，不由得放下手中的咖啡壶，在大伙儿沉思更佳方案的肃穆中，怯生生地问道：“我可以提出我的看法吗？”

”总裁瞪了她一眼，没好气地道：“可以，不过你得保证你所说的，能令我产生兴趣。

”这位女孩笑了笑：“我想，每个人在清晨会急着上班，匆忙挤出的牙膏，长度早已固定成为习惯。

所以，只要我们将牙膏管的出口加大一点，大约比原口径多40G，挤出来的牙膏重量就多了一倍。

这样，原来每个月用一条牙膏的家庭，是不是可能会多用一条牙膏呢？

诸位不妨算算看。

”总裁细想了一会儿，率先鼓掌，会议室中立刻响起一片喝彩声，那位小姐也因此而获得了奖赏。

这就是创新，由于采用与别人不一样的思维，才使得该公司的销售获得了再一次成功。

所以，创新能给企业带来巨大的利益，甚至可以说成了企业的生命线。

编辑推荐

《懂心理会销售:销售员必知的心理学》编辑推荐：销售不懂心理学，就犹如在茫茫的黑夜里行走，永远只能误打误撞。

销售人员在与客户的整个交易过程中无时无刻不在进行心理上的交战，诸如接近客户时的心理博弈，磋商价格时的心理策略、成交时的犹豫、购买产品后的满意或不满意的心理状态等。

因此，销售人员只有了解客户的心理，才能更好地完成自己的销售工作。

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>