

<<推销有道>>

图书基本信息

书名：<<推销有道>>

13位ISBN编号：9787515701608

10位ISBN编号：7515701609

出版时间：2012-5

出版时间：海潮出版社

作者：刘之江 编

页数：293

字数：230000

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>

## &lt;&lt;推销有道&gt;&gt;

## 前言

“成功的推销员一定是个伟大的心理学家”，这句话是很中肯的。推销员的工作极具挑战性，想要成功，必须迅速了解客户心理，掌握语言技巧，有效调动客户的购买需求，从而在心理需求、情感欲望上最大限度地激发客户的购买欲望。所以，作为一名优秀的推销员，不仅要掌握一定的推销技巧，更要学会洞察客户的心理，采取灵活的推销策略，用自己的真心、诚心、耐心来捕捉客户的心理变化，化解客户的心理抵触，使交易自然达成。

增加成交额，提高业绩可以说是每个推销员的心愿。然而，在实际工作中，不少推销员虽然付出了辛苦，但却没有什么收获。其实，给消费者推销就是对其“攻心”的过程。作为一名合格的推销员，必须要自信，要克服羞涩的心理，千万不要担心自己搞不定，畏首畏尾，扭扭捏捏的。

只要你能准确把握消费者的心理，引起其心理上的共鸣，那离成交也就不远了。

推销不是单靠辛苦工作就可以取得业绩的，它是依赖智慧、技巧、思考的。消费者们为什么会质疑；为什么会拒绝；为什么会讨价还价；为什么会买；为什么会不买。是什么驱动他们买；什么驱动他们喜欢你；什么驱动他们信任你。消费者听到推销大多都会反感；听到说服都会抵抗；听到保证都会怀疑；听到提问也会有所思考。若是你能准确把握消费者的心理，就会大大提高你推销成功的机会。

事实上，在现代生活中，我们无时无刻不在推销，无论你是什么身份，无论你做何种工作，只要存在愿望和目的，都会用与生俱来的本能推销自己。

小孩子拿出一副稚嫩的作品向父母展示就是推销，而“订单”就是父母的赞扬；上班族不断向上司展示自己为公司做出的贡献也是推销，“订单”就是职位的升迁或薪水上涨；我们向恋人推销爱情，向朋友推销真诚，向客人推销热情，歌手的倾情演唱，教师的授业解惑……等等，都属于推销的范畴。换句话说，推销并不是狭隘的商业概念，它本身就是无处不在的。

推销中的心理学，可以简单地浓缩成一句话：促使顾客达成交易的关键是满足顾客的欲望，你的产品是什么并不重要，重要的是通过你的产品这个媒介，顾客可以得到某种欲望的满足。在这个基础上，首先要弄明白顾客对产品的评价以及心理价位、产品的优势和劣势，才能针对不同的客户展开推销行为。

《推销有道》这本书会帮助你拥有成功的心态，让你迅速看透客户心理，掌握销售秘诀，创造销售奇迹。

本书在注重推销行为的叙述的同时，为读者设立了大量的模拟环境和实例，更有助于读者理解和消化推销心理战术的精髓。

最后，祝愿亲爱的读者们工作愉快！  
生活开心！

## <<推销有道>>

### 内容概要

刘之江主编的《推销有道》生活中，我们一直都在有意无意地接触推销。街头的小贩用吆喝声推销产品；求职的时候，用简历推销自己；影视娱乐用各种手段吸引人们的眼球

.....

经济发达的国家认为“推销工作是经营的命脉”。

欧洲推销专家戈德曼认为：推销就是要使顾客深信他购买你的产品会得到某些好处。

《推销有道》用生动的案例为你揭示推销的秘密，让你迅速掌握推销技巧，事半功倍地达成愿望。

## &lt;&lt;推销有道&gt;&gt;

## 书籍目录

- 引子不懂心理学就干不好推销
- 第一章 一分钟读懂顾客的消费心理
  - 第一节 因人而异, 读懂人心
  - 第二节 年龄不同, 购物习惯大不同
  - 第三节 男女消费心理差异大
  - 第四节 职业不同, 消费观念尽不同
  - 第五节 性格不同, 推销要因地制宜
  - 第六节 洞悉顾客的“优势动机”
  - 第七节 品牌对消费者的影响力
- 第二章 读懂顾客身体语言
  - 第一节 从眼睛透视顾客心理
  - 第二节 手部动作演绎顾客的真实心理
  - 第三节 腿部泄露的信息
  - 第四节 小动作“出卖”大心理
- 第三章 把话说到顾客心坎儿上的技巧
  - 第一节 用柔美的声音去感染顾客
  - 第二节 巧用肢体语言, 说正确的话
  - 第三节 给人如沐春风般的微笑
  - 第四节 用关心和赞美取悦顾客
  - 第五节 让你的推销与众不同
  - 第六节 用倾听探知顾客的内心世界
  - 第七节 用沉默去了解顾客的真实意图
  - 第八节 用寒暄打开顾客的心灵之门
- 第四章 让不想买的顾客也想买的心法
  - 第一节 第一印象决定你的成败
  - 第二节 营造美好的洽谈环境
  - 第三节 幽默是开启欢乐之门的钥匙
  - 第四节 “激将”法的威力
  - 第五节 先退一步, 后进两步
  - 第六节 求同存异, 巧妙说服
  - 第七节 有利可图, 刺激顾客的购买欲望
  - 第八节 审时度势, 成功“卖出”自己
  - 第九节 给顾客一个购买的理由
  - 第十节 意向引导, 让顾客迫切交易
  - 第十一节 运用小技巧, 让客户与你合作
  - 第十二节
- 巧妙对付顾客“没有钱”的借口
  - 第十三节 把顾客放在第一位
  - 第十四节 先放后收, 欲擒故纵
- 第五章 教你如何成为推销高手
  - 第一节 “敞开顾客心门”的技巧
  - 第二节 让“开场白”不再尴尬
  - 第三节 高人一筹的推销品介绍技巧
  - 第四节 雄辩是祸, 聆听是福
  - 第五节 巧辨真假异议, 让你自如应对

## <<推销有道>>

第六节 讨价还价心法，让你不再手足无措 1

第七节 让挑剔的顾客满意而归

第八节 成交心法，助你赢取最后的胜利

第九节 满足其需，俘获其心

第十节 坚决不做一锤子买卖

第十一节 掌握沟通的艺术

第六章 成就辉煌的推销业绩

第一节 推销员不仅仅是在卖产品

第二节 天下没有做不成的买卖

第三节 打破“惯性”，寻求突破

第四节 要富钱袋，先富“脑袋”

第五节 沉着冷静，巧妙应对突发事件

第六节 用激情为自己工作

第七节 严于律己，让业绩更出色

第八节 一次的成功，需要百次的努力

第九节 积极应对“推销低潮”

第十节 有意识地打造你自己

第十一节 镇定自若，当最后的赢家

第七章 把“不可能”变成“可能”的技巧

第一节 把冰卖给爱斯基摩人

第二节 书商与总统

第三节 只卖一单

第四节 鹤鸣鞋店的广告牌

第五节 乔-吉拉德的贺卡

第八章 赢得客户的N个关键电话

第一节 开门见山，介绍自己

第二节 审时度势，介绍产品

第三节 把握优劣，求同存异

第四节 心诚则灵，换位思考

第五节 有进有退，学会说服

第六节 满足需求，电话跟进

第七节 简明扼要，言归正传

第八节 意向引导，争取主动

第九节 消除顾虑，签订订单

第十节 巧妙聆听，催收货款

附录世界著名的十大推销员成功之道

## &lt;&lt;推销有道&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：英国心理学家莫里斯经过研究发现一个有趣的现象：人体中越是远离大脑部位的动作，越是可能表达其内心的真实感情。

从脸往下看，手位于人体的中间偏下部位，诚实度可以算中等，研究发现，人们或多或少在利用手来说谎。

脚离大脑的距离最远，相比之下的腿部要比其他部位“诚实”得多。

因此腿的动作能够泄露人们独特的心理信息。

在推销工作中，要想知道消费者最真实的想法，不妨先从腿部的动作开始解读对方。

叉腿搂头有文章所谓“叉腿”，就是指一条腿和另一条腿相互交叉，不是呈直线的样子伸开。

而叉腿搂头这种姿势具体是双手交叉，从脑后搂住头，双腿交叉。

身体向后仰。

有这种腿姿的人说明他的地位很有优势，他也正在享受这种优越感。

如果有两个人都在用这样的腿部姿势，表现出“互不服从对方”的情绪，要么他们双方实力相当，要么他们在某一方面都很有权威。

推销人员在与消费者交往的过程中，也会发现有些消费者会做出叉腿搂头的姿势。

他们或是将两手从脑后搂住头，或是将两条腿向前伸出，更或将两腿放在办公桌上，踝部交叉。

这就说明这类消费者有强烈的占有欲。

做出这种姿势就是在告诉他人，在这个地方他有绝对的领导权，而且要求受到绝对尊重。

这类消费者有很强的自尊心，所以，推销人员在介绍产品的时候，尽量不要使用太多的专业术语，否则不但会产生一定的沟通障碍，还会引起此类消费者的反感。

应以赞美的话拉近与消费者之间的关系，使消费者放下心中的防御，交易也自然能够顺利进行。

值得注意的是，虽然赞美的话语可以拉近与消费者之间的关系，但过多的赞美却会使消费者认为你不是诚信的，只是奉承的话而已，这样反而增添了消费者对你的不信任感，拉开了你与消费者之间的距离。

两脚位置不容忽视 细心的推销人员会发现，在推销的过程中，消费者会变化双脚站立的位置和姿势

。当消费者改变两脚之间距离后，他的态度或是情绪和以前相比，就会有微妙的变化。

所以，很多成功的推销人员会根据消费者站立时两脚之间的位置探查消费者的心理。

## <<推销有道>>

### 编辑推荐

《推销有道(不懂心理学就干不好推销)》立刻掌握销售秘诀迅速创造销售奇迹，推销绝不是那么简单，它需要智慧、技巧和思考。  
作为一名优秀的推销员，不仅要掌握一定的推销技巧，还要学会如何揣摩人心，激发顾客的购买欲单。

#### 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>