

<<察言观色做销售>>

图书基本信息

书名：<<察言观色做销售>>

13位ISBN编号：9787560970288

10位ISBN编号：7560970281

出版时间：2011-7

出版时间：华中科技大学出版社

作者：李银玲

页数：226

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>

## <<察言观色做销售>>

### 前言

能够精准地察言观色的人，一直被人们视为人际交往中的高手。  
“察”的是语言，“观”的是脸色。  
两者相比，人们往往更加关注前者能力的修炼。  
因为在人们看来，听到的话才是最直接的表达。  
殊不知，说话有真假，要真想了解对方的所思所想，“观色”的准确度更高！  
什么是“观色”？  
不是简单地看脸色，而是整体观察对方的身体语言。  
威廉·莎士比亚曾经说过：“沉默中有意义，手势中有语言。”  
在一个人对外输出信息的途径中，占主体部分的就是他的动作神态、衣着打扮等身体语言。  
看脸色固然能够明白许多事情，可它还是有很大的局限。  
我们应该“观”的还有对方所有的一举一动、一笑一颦。  
与有声语言相比，这些才是真正的“诚实发言人”。

现在这个时代，经商难，做销售更难。  
真真假假、虚虚实实，仿佛所有的客户心里都有自己的“小九九”。

这不是客户的错，但却是销售人员的灾难。  
要想提业绩、拿订单，就一定要知道客户的真实想法；要想在谈判中占据上风，就一定要知道客户的心理变化。  
所有这些都是不能从对方的有声语言中体察到的。  
销售员“道高一尺”，客户就能“魔高一丈”。

所以，清楚“观色”的重要，明晰“观色”的技巧，对提高销售员的业绩来说，格外重要！

你知道喜欢戴茶色近视镜的客户有什么性格特征吗？  
你知道谈判中客户不停用手指扶眼镜说明他什么心态吗？  
你知道客户把眼镜扔在桌子上对你意味着什么吗？  
小小眼镜毫不起眼，可是围绕它我们却能察觉许多克敌制胜的客户信息。  
这就是善于解读身体语言的魔力。

眼镜只是一个小小的方面。  
我们可观察的部位动作还有很多：手、脚、眼睛、下巴、着装、坐姿、走路、喝酒、饮茶……  
面对狡猾的客户，我们要有这样的信心——不管他在语言上如何伪装自己，但最后你都可以通过身体语言洞察他们的一切思维，准确摸清他们的真实想法，从而制定有针对性的营销战略，实现营销目标。

这个信心，就来自于对身体语言知识的学习和对观察能力的培养。

有些人可能会觉得这个学习过程很复杂、很艰难。  
但我们在这里要告诉你：身体语言并不难掌握。

为了给广大销售人员提供帮助，我们在本书中精选了100个身体语言销售案例，精准分析了各个动作的内在含义，同时提供了最有效的应对方案？  
我们的目标就是，读完本书要让你知道该如何看透对方的一举一动，更知道此时此景下该如何应对对方。

销售是一门艺术。  
我们坚信，只要拥有了察言观色的高超技能，你就一定会在这个绚丽的舞台上跳出最精彩的舞蹈！

## <<察言观色做销售>>

### 内容概要

你知道喜欢戴茶色近视镜的客户有什么性格特征吗？  
你知道谈判中客户不停用手指扶眼镜说明他什么心态吗？  
你知道客户把眼镜扔在桌子上对你意味着什么吗？  
小小眼镜毫不起眼，可是围绕它我们却能察觉许多克敌制胜的客户信息。  
这就是善于解读身体语言的魔力。  
李银铃编著的《察言观色做销售》精选100个身体语言销售案例，精准分析了各个动作的内在含义，同时提供了最有效的应对方案。  
读完本书，拿下订单不再困难，看透客户的一举一动也不再是妄想！

## <<察言观色做销售>>

### 书籍目录

#### 第一章 及时发现你的客户——知道谁可能买你的东西很重要

- 案例001 一眼看穿“闲逛”与“购买”
- 案例002 红脸的人最可能成为你的顾客
- 案例003 跟着客户的视线发现真正的老板
- 案例004 昂首挺胸者要优先说服
- 案例005 从对方的着装发现潜在的客户
- 案例006 对方的细节关系着你的业绩
- 案例007 不高兴的女人更容易接受你的推销
- 案例008 先和你打招呼的顾客容易成交但不容易赚钱
- 案例009 客户和你长时间紧紧握手说明他有与你合作的诚意

#### 第二章 准确识别客户的个性——首先定下与客户打交道的基调

- 案例010 对很少说话的“沉默型”客户要主动找话题
- 案例011 对话多的“啰唆型”客户要多多倾听
- 案例012 对脸红的“害羞型”客户要谨慎接触
- 案例013 对喜欢掰手指的“挑剔型”客户要认真对待
- 案例014 对常常使用单音节反问的“怀疑型”客户要斩钉截铁
- 案例015 对拿着宣传册不停对比的“没主见型”客户要专一推销
- 案例016 对阔气的“摆谱型”客户要精选产品的“档次”
- 案例017 对领带结又小又紧的“小气型”客户要帮他省钱
- 案例018 对表情夸张的“开朗型”客户要多用“自己人法则”
- 案例019 对高昂下巴的“高傲型”客户要满足其心理
- 案例020 对喜欢穿工装的“专业型”客户要比他更专业
- 案例021 对衣着保守的“保守型”客户要更体贴
- 案例022 对香草味的“触觉型”客户要多请她试用
- 案例023 对眼睛带血丝的“冲动型”客户要投其所好
- 案例024 对喜欢戴有色眼镜的“狡猾型”客户要慎重
- 案例025 对用手指从鼻梁处向上推眼镜的“慢性子”客户要耐心
- 案例026 对大步往前走的“性急型”客户要高效对待

#### 第三章 了解客户需求——让你的推销更符合对方的心意

- 案例027 观察眼神，跟踪脚步，准确掌握顾客的兴趣所在
- 案例028 客户略抬屁股，脚尖冲着门外，你最好不要再多说
- 案例029 不要相信把玩产品的客户的推托，他对你的产品很感兴趣
- 案例030 客户四望前台环境说明他有大买卖
- 案例031 行车超速的客户需要你的可靠产品
- 案例032 当你为客户导购时，他注视你越久说明他越有兴趣购买
- 案例033 双手交叉抱于胸前的客户需要你给他们更多的保证
- 案例034 不要对将手插在口袋的客户太“热情”
- 案例035 快速耸肩的客户需要你的进一步说服
- 案例036 双手后背的客户还有自尊的需求

#### 第四章 谈判中的察言观色1——掌握客户的底牌

- 案例037 客户之间相互探视意味着他们有购买的欲望
- 案例038 敏锐地抓住“告别”动作中隐藏的销售前景
- 案例039 目光看向远方的客户有除你以外更多的选择
- 案例040 从吸烟姿势的改变触摸对方的价格底线
- 案例041 留心客户的口头禅我们会抢占先机

## <<察言观色做销售>>

案例042 客户将手伸入口袋中且翻动时，你就要考虑自己是否报价过高

案例043 客户报价时肢体僵硬，动作很少，说明他在试探你

案例044 客户用手掩嘴巴要注意他的话里有水分

### 第五章 谈判中的察言观色2——调控谈判的节奏

案例045 听取介绍的客户突然变热情，你就可以放心报价了

案例046 放下宣传单，拿起说明书的客户要详谈

案例047 客户常揉鼻子，你的谈判刚刚开始

案例048 给紧捏鼻梁的客户考虑的时间

案例049 手指点太阳穴时，客户需要安静的思考空间

案例050 客户紧握着拳头时，谈判进入了僵持阶段

案例051 客户瞳孔放大，你可以乘胜追击

案例052 双手托着下巴看着你的客户企图消磨你的耐心

案例053 当客户用手摩擦或拉紧耳朵时，你要把发言的机会让给对方

案例054 颤腿的客户已经转移了注意力，这时我们不妨建议休会

### 第六章 谈判中的察言观色3——洞察客户的拒绝

案例055 客户退后拉开与你的距离，说明你要在“拉近关系”上多下工夫

案例056 客户咬指甲我们要谨慎对待

案例057 摸后颈的客户往往不同意你的说法

案例058 客户揉眼睛说明不接受你的介绍

案例059 身体前倾，手指摇晃的客户对你的推销感到不满

案例060 客户压低下巴，我们要检讨自己的销售缺点

案例061 客户眯起的眼睛表明了他的怀疑态度，这时我们千万不要夸大其词

案例062 假笑的客户对你怀疑深重，不能拿出有说服力的材料订单就会落?

案例063 低头从眼镜上方看你，意味着客户发现你在说谎

案例064 不管谈判者如何认真，主事者不看你或者低头俯视，意味着没有诚意

案例065 频繁的点头不代表客户赞同你的说法

案例066 好擦眼镜的客户已经彻底拒绝了你的推销

案例067 客户连做下劈手势，你就没有了进一步劝说的希望

### 第七章 谈判中的察言观色4——把握客户的心态

案例068 客户的左脸会告诉你他的真实想法

案例069 双手抱头坐在你面前的客户想要取得心理优势

案例070 双手叉腰的客户更希望能说服你

案例071 “4”字腿坐在你面前的客户已经?了主意

案例072 客户眼神闪烁不定，我们要小心上当

案例073 谈判时客户在纸上画圆圈含义多多

案例074 客户经常双手摊开，你要注意坚持自己的原则

案例075 着重强调或者提高音量的客户需要你主动安慰

案例076 眉毛的变化反映客户心态的改变

案例077 嘴角和口型会成为你洞察对手的暗哨

### 第八章 把握谈判桌外的秘密——见微知著确保订单完成

案例078 办公桌杂乱的客户往往很固执

案例079 通过客户字迹发现拿下订单的契机

案例080 用记事本记下你推销内容的客户不容易搞定

案例081 客户没事情喜欢翻阅财经杂志，你最好不要表现得太优秀

案例082 四处派名片的客户我们要多恭维

案例083 名片上有个人住址电话的客户往往要求严格

案例084 喜欢握住手机中部的客户好说话

<<察言观色做销售>>

案例085 把烟全部吸完的客户很难抬高价钱

案例086 表现越绅士的客户越较真

案例087 落座时主动与你90°角落座的客户更有诚意

案例088 对吃饭快而且挑食的客户我们嘴也要快

案例089 习惯用手捂住酒杯口的客户很善于伪装

案例090 慢慢品茶的客户我们要保持距离

案例091 酒酣时喜欢把手臂搭在旁边椅背上的客户需要你恭敬对待

案例092 饭后主动结账的客户很希望做成买卖

案例093 主动与你有肢体接触的客户很看好合作

第九章 抓住成功的信号——让销售在最合适的时机结束

案例094 一手攥拳轻击另一手掌的客户很犹豫，你可以帮他做决定

案例095 手指在嘴唇中间画圈的客户正在做最后的思考

案例096 面对不停整理文件的客户，你要机敏地给他“最后一击”

案例097 客户轻拍或抚弄头发是大功告成的信号

案例098 久久没有吸烟的客户放松吸烟，是同意你条件的暗示

案例099 突然放松坐姿说明你离成功不远

案例100 客户解开外套的扣子，你也就拿到了期望已久的订单

## <<察言观色做销售>>

### 章节摘录

几位顾客先后推门进入店里，销售员们准备上前接待。

阿顾没有急于出声，而是仔细看了看这些顾客的举止神态，然后朝着一位带着女儿、正冲着时尚礼服区打量的中年妇女走去：“您好，是为女儿买礼服吗？”

中年女人看了阿顾一眼：“是。”

阿顾眼睛笑成了一条缝：“您看这件怎么样？”

这是今年的最新流行款式，而且和您女儿的气质也很搭配……”就在阿顾与这对母女详谈甚欢的时候，另外几？

顾客已经纷纷出门而去了。

接待他们的销售员无功而返。

在销售过程中，许多销售员都会面临类似这样的难题：每天来店里的客人千千万，谁是最有可能购买东西的人呢？

固然顾客是上帝，我们应该对每一位顾客都一视同仁，可与此同时有一点我们也不能忽视：销售人员的精力是有限的，你不可能完全一致地接待所有客户。

只有把有限的精力重点放在最具有购买欲望的客户身上，才能取得最大效益。

在这种情况下，在最短时间里分辨清楚谁是来店里闲逛的，谁是真的想买东西的很关键。

人们都说，自己的？

事自己知道。

可事实上，通过观察客户的神态、举止，销售人员也很容易发现他们是真的有购买欲望，还是仅仅想逛一逛商店而已。

因为两者之间在某些特征神态上有着明显的区别。

抓住了这些区别，我们就能轻而易举地看破貌似神秘的顾客心态。

比如，阿顾能够准确地找出需要认真接待的客户，依靠的就是这个办法。

带着女儿的中年妇女有哪些明显的购物特征呢？

她的目光大多集中在一类商品上——礼服；她的没有像其他顾客那样在店里漫无目的地闲逛；她所观察的礼服大多是时尚礼服，而且她还带？

一个正当年的女儿。

三种理由加在一起，就让阿顾确认这位客户是有目的而来的。

也许她不一定是专门冲着这家店而来，但只要她有购买需求，阿顾就有做好这单买卖的希望。

……

## <<察言观色做销售>>

### 编辑推荐

《察言观色做销售》的目标就是，读完本书要让你知道该如何看透对方的一举一动，更知道此时此景下该如何应对对方。

销售是一门艺术。

只要拥有了察言观色的高超技能，你就一定会在这个绚丽的舞台上跳出最精彩的舞蹈！



<<察言观色做销售>>

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>