

<<做生意要懂心理学>>

图书基本信息

书名：<<做生意要懂心理学>>

13位ISBN编号：9787564020422

10位ISBN编号：7564020423

出版时间：2009-2

出版时间：北京理工大学出版社

作者：石赟

页数：290

字数：290000

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>

<<做生意要懂心理学>>

前言

有人认为做生意很难，有人则认为生意这潭水很深。

其实，难的不是生意，深的也不是生意这潭水。

深的是人的内心，难的是如何把握顾客的心理。

如果了解了顾客的心理，做成生意就不难了。

有个乡下小伙子到城里的百货公司应聘售货员。

老板问他：“你做过类似工作吗？”

”小伙子回答说：“我以前是村里的小贩。

”老板见他有机灵劲，便说：“那你明天来试一下。

”第二天，快到下班时，老板来看这个小伙子的情况，问他：“感觉怎样，今天做了几单买卖？”

”“一单。

”“才一单？”

”老板听后有些失望，接着说，“其他的售货员一天能完成20多单生意，你的成交单子太少了。

”小伙子听后有些不自然，老板觉得过意不去，便问：“那单生意多少钱？”

”“30万美元。

”小伙子回答道。

“什么？”

你再说一遍，多少？”

”老板有些不敢相信自己的耳朵。

“是这样的，”小伙子开始讲述买卖的经过：“有位先生进来买东西，我卖给他一个小号的鱼钩，接着又卖给他中号的鱼钩，最后把大号的鱼钩也卖给了他。

然后，我卖给他鱼线，小号的，中号的，大号的。

我问他要去什么地方钓鱼，他说要去海边。

所以，我就建议他买条船，并介绍了一条长20英尺有两个发动机的帆船给他。

考虑到汽车难以拖动大船，我又给他介绍了一辆新款豪华型‘巡洋舰’汽车。

”老板不自觉地目瞪口呆，难以置信地问道：“他买个鱼钩，你就卖给他那么多东西？”

”“不是的，”小伙子继续说：“他是给妻子买卫生棉，而我就告诉他‘周末为什么不去钓鱼呢？’

他对这个建议很满意，因此，我就卖给他鱼钩。

”这就是生意的第一个奥秘——了解顾客的心理。

唯有了解顾客的心理，才能根据顾客的情况采取相应的对策，满足顾客的心理需求。

因此生意的第二个奥秘就是，满足顾客的心理需求。

懂得顾客心理，满足顾客的心理需求，才能让生意得到更大的发展。

懂得心理学不是生意人追求的目标，却是做成买卖、赚取最大利润的要点。

对生意人来说，适当地运用一点心理学的技巧来揣摩对方的心理，并采取适当的方式来满足对方的心理需求，则能够使生意做得圆满顺当。

在这《做生意要懂心理学》中，你将学到一些做生意的策略和技巧。

它们是经过实践证明的有效生意经，各行各业的精明生意人都在使用这些策略和技巧。

事实证明，使用这些方法越多，从中获益就越多，效果就会越好，因为这是洞察顾客心理的一套方法。

因此，要想成为出类拔萃的生意人，就要懂做生意的心理学。

<<做生意要懂心理学>>

内容概要

要想生意好，心理学真的少不了！

所谓有的放矢：不论是卖茶鸡蛋的，还是卖楼的；不论是搞生产的，还是做推销的；不论是街头小贩，还是行业领袖；不论是买进，还是卖出——一律都要懂点心理学，才能把生意做到人的心坎里！

生意就是买和卖，做得好与坏不在于你付出了多少时间和金钱，而是取决于你有没有花费心思去琢磨对方的心思，因为买、卖是两种不同的学问。

对于做生意，最为简单且直白的理解就是赚钱。

但赚钱只是做生意的一个笼统而不确切的说法，真正的会做生意的商人不仅仅是能挣到钱，而且他们会更巧妙地挣钱，不仅挣了对方的钱，还会在对方心里留下好感。

<<做生意要懂心理学>>

书籍目录

第1章 无“炒”不成商

酒香也怕巷子深

凸透镜放大产品差异点

站到名气的肩膀上去

炒作就是为了吸引眼球

抓住心理共鸣点，传播新理念

华美包装，上品档次

广告效果靠的不是钱多

抓住关键点，搞免费赠送

玩主题，造噱头，揽生意

第2章 先交朋友，后做生意

“校友”是你最大的财富

酒桌上交朋友，酒桌下成生意

在朋友与生意之间做好取舍

建得人脉，自有财脉

与“师友”学习生意经

做好生意，交友也须“势利”

结交社会名流，你的回报率会更高

第3章 做品牌，增加你的含金量

品牌，生意的心战

消费者品牌心理的形成

品牌背后的消费心理

换一种表达，让顾客眼前一亮

品牌定位，得到顾客认同感

让产品用亲和力影响客户

第4章 诚信是商界的“信用卡”

生意以诚信为本

信誉是一笔丰厚的存款

种瓜得瓜，种豆得豆

说到做到的法则

不让一个顾客失望

做生意也讲“吃亏是福”

诚实不欺的生意经

信用搭桥，生意路好走

让你的真诚打动顾客

第5章 做得好不如做得巧

玩的就是心跳

做回“恶人”生意

小本生意更需巧做

做生意就是要做特色

反其道而行之的买卖哲理

“挥泪”—“甩”的风情

新奇方法让生意更红火

小生意也需要大策划

附送赠品巧促销

<<做生意要懂心理学>>

生意小窍门：投其所好把握商机

第6章 生意就要找对人

因人而异，量体裁衣

从性格入手破解心理密码

对待学者型的客户需细致

对待演员型客户需多听

对待结果型客户应注重实用性

标新立异的客户爱独特

墨守成规的客户重实用

客户的“面子”永远是重要的

学生的生意为什么好做

把握女性消费的心脉

老年人需要更多关心

应对为人父母的消费者

第7章 卖出的不仅是商品

赚客户情感的钱

告诉顾客事实真相

小人物也有大自尊

客户渴望被重视的心理

客户的参与心理

卖给客户他想要的

要对你的客户充满爱心

第8章 察言观色做生意

“听话听音”，听懂客户的心语

“嫌货才是买货人”——买卖中的心理悖论

从肢体语言把握客户的心声

由表及里，从外部表现洞察客户的基本状况

抓住顾客的目光

不断试探，触摸顾客的底牌

从生活习惯中解读客户的心理

第9章 攻破“上帝”的心理堡垒

第10章 用情感捕获客户的心

第11章 生意谈判就是心理战

第12章 利用心理巧结盟

第13章 竞争离不开心理学

<<做生意要懂心理学>>

章节摘录

资深推销员都明白这样一个道理：在推销商品时，不和客户的观点或意见相悖，不指责客户，时时刻刻都从客户的“面子”问题出发，把客户的面子保护得越好，推销活动就能进行得越顺畅。

有这样一个推销员，名叫汉克，他经常和顾客为某件小事而争辩不休，如果顾客嫌他的车不好，他会立刻暴跳如雷，大声反驳顾客的说法。

他常在口头上占据上风，每次他走出客户的办公室，自己都会在心里暗想道：“看吧，还是我比较有道理”。

的确，在口头上汉克赢了，但是他推销的产品顾客却没有买。

然而经过了现实的磨炼后，如今的汉克是纽约怀德汽车公司的冠军推销员。

他成功了，关于成功的经验，他是这样讲的：“现在，我走进某位客户的办公室推销我的汽车，如果客户对我推销的汽车产生质疑：‘什么？怀德卡车？那是什么牌子，我可不会买这样的产品，我需要的是何赛的卡车。

’我会说：‘何赛的卡车确实不错，它们的技术确实一流，服务也不错，推销员的水平也很高。

’我这样回答，客户就无话可说了，没有什么可以争辩的问题，谈话就可以开始了。

在谈话的过程中，这个客户可能还会一味地强调何赛的卡车好，我也不会反驳，我会和他一直探讨何赛的车子之所以好的原因，直到谈到他不想谈时，我就开始和他谈怀德卡车的优点。

”

<<做生意要懂心理学>>

编辑推荐

如何买低卖高，获得更好的利润，必须懂得顾客的消费心理，顾客的消费水准在哪里！

商人有好几个层次，其中的大部分只停留在为了卖而卖的层次，这种人赚的钱肯定少；中层次的生意人由于洞察顾客的心理，能够赚比平常人多好几倍的钱；而既能洞察顾客心理，又具有胆识的生意人是心理战场与商界中的王者，不仅能够挣钱，还能够赢得他人的佩服。

在《做生意要懂心理学2》中，你将学到一些做生意的策略和技巧。

它们是经过实践证明的有效生意经，各行各业的精明生意人都在使用这些策略和技巧。

<<做生意要懂心理学>>

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>