

<<销售攻心术>>

图书基本信息

书名：<<销售攻心术>>

13位ISBN编号：9787802492196

10位ISBN编号：780249219X

出版时间：2010-2

出版时间：中华工商联合出版社有限责任公司

作者：曹华宗

页数：246

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>

## <<销售攻心术>>

### 前言

“成功的推销员一定是一个伟大的心理学家。

”这是销售行业的一句名言。

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，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。

同样，我们在生活当中也都知道这样的一个事实：你要想钓到鱼，其中最重要的东西就是鱼饵了。

因为，不同种类的鱼对于鱼饵的喜好也不同。

由此，你就必须得站在鱼儿的立场上去思考它们喜欢吃什么。

同理，作为一名销售人员，你要想“钓”到你的客户，就要站在客户的角度思考问题，弄清楚客户的心里到底在思考些什么，这样你才能更好地提升你的业绩。

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。

但是，在实际销售当中，很多销售人员却都忽略了心理销售这一重要环节。

然而，所有的销售人员都应该知道，销售工作是面对人的，可以说顾客就是市场。

## <<销售攻心术>>

### 内容概要

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才能立于不败之地。

21世纪是竞争的时代！

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！

无论你从事什么行业，其实每个人都是销售员。

画家销售美感、政治家销售政见、作家销售故事、发明家销售发明、男人销售自己的才华和魄力、女人销售自己的美丽和学识……人生何处不销售！

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！

## <<销售攻心术>>

### 作者简介

曹华宗， 亚洲企业凝聚力导师 中国实战销售训练名师 中国青少年潜能激发专家 中国最具影响力的百强讲师 上海凝聚力行销顾问有限公司总裁 全球培训网、中华讲师网合作讲师 畅销书《结果高于一切》作者。

#### 核心课程推荐：

《企业凝聚力训练》《卓越团队训练营》《青少年心灵成长训练营》《实战销售技巧》《激发心灵潜力》《心理学催眠技巧》《超级讲师班训练》等。

曾服务过的企业：花旗银行（上海）、瑞士千禧银行（上海）、中国移动、中国人寿、新华保险、南方李锦记、江苏阿里山大酒店、上海永琪美容美发连锁、浙江倍得福电器、海南朵以服饰、养天和大药房、爱居特装饰、蒙蒙灯饰公司、三英灯饰、协新纺机、一飞机械、天翔机械、五星涂料、竞雄电脑、天兴房地产、佳元房地产、阜阳天上人间大酒店、天仙美容院、海南万物集团、海口东岭贸易、海口龙顺贸易、海口德霖实业、海南蓝景建筑、国康医药、滕氏石业、广州东箭公司、海口爱达实业、文昌永恒蛋糕、椰海大酒店、海南海乐建材、台湾建大轮胎、浙江江北药业、中捷股份集团等。

## &lt;&lt;销售攻心术&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 销售产品前,先推销自己 1. 销售 卑微的行业 2. 像商品一样,展示自己 3. 塑造打动人心的第一印象 4. 设立目标,超越自我 5. 诚信让你的推销之路走得更远 6. 做真实的自己 7. 赢得潜在资源的拓展力 8. 展示你灵活聪慧的应变力 9. 拥有让自己光彩四射的才华 10. 自我肯定,让自己高大起来

第二章 销售人员应具备的心理素质 1. 做自己情绪的主人 2. 自信,方能赢得客户认可 3. 忍让与业绩成正比 4. “好脾气”创造好业绩 5. 练就“一笑了之”的豁达心态 6. 鼓起勇气,战胜怯场 7. 拒绝悲观,坚持到底 8. 磨炼恒心,绝不半途而废 9. 积极应对“销售低潮” 10. 克服恐惧,练就“厚脸皮” 11. 遇到挫折,永不放弃

第三章 客户惯常的消费心理 1. 解读顾客的消费心理 2. 客户认为自己本来就是上帝 3. 抓住客户的“从众”心理 4. 人人都想享有VIP待遇 5. 客户都有怕上当受骗的心理 6. 价格对客户的影响 7. 客户都有占便宜的心理 8. 客户只关心自己利益的心理 9. 你不卖,客户偏要买的逆反心理 10. 客户的购买动机来自内心满足感的获得 11. 客户要的是宾至如归的感觉

第四章 客户身体语言背后的心理 1. 从服饰评估客户的购买力 2. 从言谈举止中发现谁是“当家人” 3. 从走路的姿势分析客户的性格 4. 从坐姿透视客户的心理 5. 读懂客户的几种笑语 6. 看客户眼色行事 7. 了解对方的眉语 8. 从空间距离测量客户的心理距离 9. 从吃方面了解客户的个性 11. 积极创造让客户无法抗拒的强大气势 10. 从喝酒把握客户的心理 11. 从吸烟看客户的性格特征

第五章 看透不同类型客户的心理弱点 1. 对专断型客户要服从 2. 对随和型客户要热情 3. 对虚荣型客户要赞美 4. 对精明型客户要真诚 5. 对外向型客户要利索 6. 对炫耀型客户要恭维 7. 对内敛型客户要体贴 8. 对犹豫不决型客户要逼迫 9. 对标新立异型客户要独特 10. 对墨守成规型客户要实用 11. 对分析型客户要重视细节

第六章 销售中常用的心理学“诡计” 1. 适当给客户一点“威胁” 2. 视顾客的拒绝为成交机会 3. 用微笑征服你的客户 4. 稳中求胜,让客户敞开心扉 5. 讨价还价的策略 6. 用环境的威慑使客户就范 7. 迎合客户的兴趣 8. 有效调动客户的兴趣 9. 让客户的借口说不出口 10. 让客户说出他的诉求

第七章 销售人员必知的心理学效应 1. 焦点效应:把客户的姓名放在心中 2. 折中效应:拒绝贪婪,细水才会长流 3. 情感效应:用心拓展你的客户群 4. 互惠效应:拿人家的就会手短 5. 权威效应:客户往往喜欢跟着“行家”走 6. 稀缺效应:短缺会造成商品的价值升值 7. 老虎钳效应:你再加点生意就成交 8. 蚕食效应:一点一点促进生意的成交 9. 人性效应:比商品更重要的是人性 10. 退让效应:让客户感到内心难安的让步 11. 创新效应:打破常规,出奇制胜

第八章 拉近与客户的心理距离才能赢得客户 1. 真诚替客户着想 2. 用人情留住老客户的心 3. 学会聆听客户的陈述 4. 真诚地赞美你的客户 5. 成功消除客户的疑虑 6. 学会站在客户的立场上思考问题 7. 避免和客户发生争论 8. 积极回应客户的抱怨 9. 用正确的态度对待客户的投诉 10. 让客户多多参与 11. 客户喜欢你的热忱

## &lt;&lt;销售攻心术&gt;&gt;

## 章节摘录

作为一名销售人员，最基本的要求就是一定要以一种端正的心态来对待自己所从事的职业，否则你将很难做好自己的工作。

心态决定命运，销售工作本身极富挑战性，是对销售人员心理素质的全面考验。

当销售人员面对不同的客户时，不论客户怎样说，销售人员必须要对自己所从事的职业有一个较为理性的认识，认识到自己工作的价值和意义，体会到为目标而努力奋斗的乐趣，从而全身心地投入到自己的工作中去。

实际上，许多销售新人虽然敢于迈出推销生涯的第一步，但直接面对客户、与其进行交流时就会表现得坐立不安、手足无措、语无伦次。

为什么平时谈笑风生的销售人员，一旦与客户交谈起来，却变成了这个模样呢？

这其实就是他们的自卑心理在作祟，他们从内心深处认为销售是一个卑微的行业，干销售是一件很没面子的事情。

销售新人在客户面前自觉低人一等、过于谦卑是非常普遍的现象。

他们常常这样想：如果我不对客户尊敬有加，如果我不是每时每刻都顺着客户的话去讲，客户就不会下订单，不会买我的产品了。

其实，这样想是对销售工作的误解。

销售与其他行业一样，只是具体工作内容不同。

销售人员不是把产品或服务强加给别人，而是在帮助客户解决问题。

你是专家，是顾问，你和客户是平等的，甚至比他们的位置还要高些，因为你更懂得如何来帮助他们，所以你根本没必要在客户面前低三下四。

要知道，你看得起自己，客户才会信赖你。

而且，在销售行业中最忌讳的就是在客户面前卑躬屈膝。

如果你连自己都看不起，别人又怎么会看得起你呢？

表现得懦弱、唯唯诺诺，根本就不会得到客户的好感，反而会让客户大失所望——你连自己都没有信心，别人又怎么可能对你销售的产品有信心呢？

有一名销售新人向一位经理推销电脑，其间不断讨好对方，这让经理十分反感。

经理看了看电脑，觉得质量不错，但最终并未购买。

经理说：“你用不着这样谦卑，你推销的是你的产品，而不是同情。”

你这样子，谁还会信任你，买你的东西呢？

由此可见，低三下四的销售姿态，不但使商品贬值，也会使企业的声誉和自己的人格贬值。

作为一名刚刚涉足销售行业的新人来讲，不管面对什么样的客户，都不要认为销售是一种丢面子的事情。

应该保持不卑不亢的态度，至少应该与客户平等相待，只有这样，才能从根本上赢得客户。

孙小姐是一位刚刚毕业的大学生，应聘到某面点公司，成为一位销售新人，经过短短一个星期的培训，就被派到广东当理货员。

我们经常看见超市的货架大都摆得整整齐齐，有条不紊，那些热销、便宜的商品通常会放在最显眼的位置，其实这些都是各家厂商理货员的功劳。

靠近门口的货架、多层货架上接近视平线的那几层、店堂里位置显眼的货架，全都是像孙小姐这样的理货员争抢的对象。

货架位置越“显眼”，种类越繁多，摆得越有条理，就越容易激发消费者的购买欲望。

销量提高了，超市才会多进你的货，才愿意让你的产品长期放在最显眼的位置。

第一次，孙小姐走进一家很小的便利店。

面对货架前那个染黄发的女店员冷冷的面孔，她磨蹭了半天就是不敢开口：要不要称呼她“小姐”啊？

会不会年纪太大了……如果称呼她“阿姨”？

万一她生气了怎么办……经历了一番思想斗争，孙小姐终于慢慢腾腾地来到她面前，嗫嚅着说：“你

## &lt;&lt;销售攻心术&gt;&gt;

好，我是××面点公司的。

”女店员转过头来，瞪了她一眼问：“什么事？”

”“我，我来看一下我们公司的……”“有什么好看的！”

”没等孙小姐说完，女店员就很不礼貌地把头扭了过去。

孙小姐的脸一下子红了，最后她把心一横，滔滔不绝地说起来：“你们的货架有些凌乱，商品的种类比较少，如果多进一点我们的商品对你们也有好处……”她说得口干舌燥，女店员却连正眼都不瞧她一下，周围几个女店员都表情冷漠地看着她，孙小姐羞愧难当……接下来的几天里，孙小姐又跑了十多家店，都是这种“没面子”的结局。

她的心里有些不舒服了：我是名牌大学毕业的，凭什么要干这种没面子的工作？

当她在电话里把这种想法告诉公司经理时，经理的一番话启发了她：“销售不是一种卑微的工作，销售人员与其他人一样，都是用自己的努力实现自我价值。

你千万不要灰心丧气，只要坚持下来，肯定会取得优秀的业绩。

”孙小姐经过仔细琢磨，觉得经理的话非常正确。

是的，销售是自我价值的深刻体现。

销售是自我的再生产，是创造一个新自我的过程。

从那以后，孙小姐每周都要光顾那些小超市几次，时间久了也摸索出一些经验：前几次只是互相熟悉一下，一般只和人家说几句“你们挺辛苦的吧”，“这里的小偷多吗”之类的话。

那些店员表面上很难缠，实际上也觉得工作有些无聊，时间一长，便与孙小姐成了“老朋友”，接着就会把店里的情况一五一十地告诉孙小姐。

这样，半年的时间过去了，那个城市的20多家超市中的“黄金”货架上便摆满了孙小姐所在公司的产品。

对于销售人员来说，不管是高层的销售经理，还是底层的业务代表，其所从事的销售工作，都是有着深刻意义的。

每个人都希望发挥自己的才能，为自己的梦想而努力，这既是人们实现自我的一种心理需要，也是一种对人生价值的追求。

对于销售人员来说，既然从事了这种职业，就应该全身心地投入进去，用努力换取应有的回报。

## <<销售攻心术>>

### 编辑推荐

《销售攻心术:不懂心理学就做不好销售》：一本利用心理学战术化解销售难题的最佳读本不懂心理学就做不好销售洞察顾客心理活动，引导顾客轻松成交！

了解心理学。

洞察客户的心理；学习心理学，提升销售的技巧；掌握心理学，赢得客户的青睐；善用心理学，增加成功的筹码。

内练一口气，走进多彩的心理世界，探索销售高手的攻心之术。

外练筋骨皮，透过复杂的销售理念，学习心理专家的销售技巧。

销售其实可以很简单，只要你懂得客户的心理；说服其实可以很容易，只要你懂得客户的需求；成交其实可以很轻松，只要你懂得销售攻心术。

<<销售攻心术>>

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>