

<<诱导你的顾客>>

图书基本信息

书名：<<诱导你的顾客>>

13位ISBN编号：9787802557758

10位ISBN编号：7802557755

出版时间：2011-4

出版时间：企业管理出版社

作者：王力可

页数：228

字数：200000

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;诱导你的顾客&gt;&gt;

## 前言

前言 每一个销售精英都至少是半个心理学家。推销和签下订单的过程越来越像一场心理攻坚战或是心理博弈，一名优秀的销售人员一定要用“心”销售、掌握顾客消费的心理、抓住顾客心理的薄弱环节，才能够精准地一击即中消费者心底的防线，有效激发顾客的购买欲望，让顾客高兴又满意地买下所推销的产品。

现代销售技巧越来越复杂和多样化，顾客并非上帝，而是真实的有着丰富的心理活动的个人，销售不仅仅是推销商品更多的是和人打交道。

现代商品市场已然成为消费者主导的“买方市场”，抓住顾客心理、洞察人心、揣摩人心、诱导人心，成为了做好一位合格销售人员的必备素质。

销售是一门艺术，也是一门学问。

虽然经济学与营销学都认为人是理性的，但是人的理性极其有限，这份不多的理性也常常会为感性所取代，在复杂的心理变化之中，销售人员如何能在各个环节把握住顾客的心理活动、从情感上让他们对产品产生好感、顺利做成交易，成为了商家们不断探索的课题。

销售者应因人制宜，对不同特点、不同需求的顾客采取不同的销售策略。

没有卖不出的产品，只有不合格的销售者。

没有不能了解的神秘心理，只有不够用心的销售者。

现代心理学认为，每个人在思考中将心理因素聚集在一起，并且与自己的行为一起发生作用。

所以通过观察顾客行为，能够获取大量信息、了解客户心理。

人的微妙心理活动总是通过眼神、面部表情、动作、语言等外部形式有意无意地表现出来；而外界信息、他人评价、外部反应等外在的环境也总是对人的心理活动变化推波助澜。

这就为我们洞悉顾客的心理活动提供了可能，也让我们有规律可循，能够通过外界环境对顾客心理施加影响，实施有效诱导。

心理诱导术不同于其他销售技巧。

普通的销售技巧一般而言非常形式化，容易学习和模仿。

然而心理诱导术涉及到人复杂的心理活动，不仅需要销售者具有敏锐的经济头脑，还要有丰富的心理知识和高超的为人处事能力。

本书就将带你进入这样一个充满心理奥妙和销售技巧的世界，与你分享一个又一个出色的销售人员秘而不宣的“读心”技巧，教给你如何深入剖析顾客心理、轻松达成交易的心理诱导方法。

编者

## <<诱导你的顾客>>

### 内容概要

心理诱导术不同于其他销售技巧。

普通的销售技巧一般而言非常形式化，容易学习和模仿。

然而心理诱导术涉及到人复杂的心理活动，不仅需要销售者具有敏锐的经济头脑，还要有丰富的心理知识和高超的为人处事能力。

《诱导你的顾客》由王力可编著，就将带你进入这样一个充满心理奥妙和销售技巧的世界，与你分享一个又一个出色的销售人员秘而不宣的“读心”技巧，教给你如何深入剖析顾客心理、轻松达成交易的心理诱导方法。

## <<诱导你的顾客>>

### 书籍目录

#### 诱导术第一式：攻破顾客第一道心理防线

- 1.1 了解自己在卖什么
- 1.2 优秀的销售员不能这样思考
- 1.3 与惯性思维说再见
- 1.4 用“心理暗示术”牵着顾客鼻子走
- 1.5 广告诱导——玄机不可泄露
- 1.6 报价的心理技巧
- 1.7 给自己营造成功意象
- 1.8 走出消极心理的阴影

#### 诱导术第二式：顾客是谁

- 2.1 顾客想做上帝
- 2.2 知己知彼——如何了解客户
- 2.3 投其所好，投其所需
- 2.4 见什么人卖什么货
- 2.5 要说就要先聆听

#### 诱导术第三式：接近顾客

- 3.1 打造完美第一印象
- 3.2 巧妙开场白增添印象分
- 3.3 做自己的情绪管理师
- 3.4 营造气氛，利用环境进行诱导
- 3.5 沟通无极限
- 3.6 信任是购买的基础
- 3.7 情感诱导术
- 3.8 演示诱导术——次示范胜过万语千言
- 3.9 帮顾客挑选商品，而不是向顾客推销商品

#### 诱导术第四式：套牢顾客

- 4.1 魔法式推销语言
- 4.2 肢体会说话——巧用身体语言诱导
- 4.3 欲擒故纵诱导术
- 4.4 学会“威胁”顾客
- 4.5 先推销理念再推销商品
- 4.6 不要对顾客施加太大压力
- 4.7 如何消除顾客疑虑
- 4.8 如何面对拒绝
- 4.9 如何道歉
- 4.10 从顾客抱怨开始销售
- 4.11 顾客接受推销的心理阶段及应对技巧

#### 诱导术第五式：挖掘顾客

- 5.1 良好的人际关系助你挖掘到潜在客户
- 5.2 放好“马后炮”——售后服务要保质保量
- 5.3 诚信——桃李不言下自成蹊
- 5.4 拒绝贪婪，细水长流
- 5.5 列名单，找朋友——聚集人气才能聚集财气

#### 诱导术第六式：你不可不知的顾客心理

- 6.1 顾客都喜欢做VIP

## <<诱导你的顾客>>

6.2 顾客都喜欢被恭维

6.3 顾客都想占便宜

6.4 顾客都有从众心理

6.5 顾客都爱面子

6.6 顾客不喜欢的推销方式揭秘

诱导术第七式：心理诱导术实战演练

7.1 电话销售心理诱导术

7.2 就是要教你“诈”

7.3 包装诱导术

7.4 巧用激将术

7.5 沉默是金——无声胜有声

7.6 让第三张嘴说话

## &lt;&lt;诱导你的顾客&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：其实这样的一幕在百货公司、商场里经常上演。

特别是某些类型的产品，如电子、电器类产品，本来就型号多、功能繁杂多样，更新速度更是非常快，但是由于店员太忙，以及公司教得不仔细等原因，多数销售人员无法专精于自己销售的产品。

对一个还没有决定买哪一种产品的消费者而言，想要比较一些不同品牌的差别在哪里，应该是最基本的要求，但是当他们在需要满足这个基本要求的时候遭到碰壁，购买欲望自然大大退减。

有谁会想要在一家连自己的店员都不知道产品性能的店铺里购买商品呢？

连店员都不明白这件产品如何使用，自己这个外行就更明白了！

店员连产品性能都不熟悉，这家店铺的可信度实在不高！

连自己在卖什么都不清楚，怎么能为消费者负责呢……诸如此类的抱怨和疑惑随之产生，如果销售者不了解自己的产品，就会给顾客留下极差的心理印象，在顾客的第一道心理防线中，你就已经被清场出局了。

对于一位销售人员来讲，工作太忙，时间太紧，产品种类太多，功能太杂，难以记住，更新太快，换代不断，还来不及与时俱进……这些都不能成为理由，作为一名专业的销售人员，用这些理由来搪塞都可说是不合格的。

任何种类的工作都一样，想要专精，都要靠自己的毅力以及努力去学，才能成为自己的东西。

你专精的商品知识不是替公司学习，而是为你自己学习。

因为，你的工作是透过你的商品知识给客户利益，协助客户解决问题。

因此，你必须刻意地、主动地、从更广泛的角度，专精你的商品知识。

从顾客心理的角度来说，销售人员对产品从内到外的了解和详细介绍是顾客对产品形成的第一印象，也是一块试金石。

了解自己究竟在卖给顾客什么东西，是销售者必须具备的基本素质。

根据销售人员对产品的了解水平，可以把销售人员分为四个等级，分别是初级、中级、高级和专家级。

对照这几个等级的特点，看看你属于哪个等级？

初级：对自己销售的产品一问三不知，只会对客户说三句话：我们的产品质量高；我们的售后服务好；我们的价格比别人便宜。

这些人中要么是没有接受过任何产品培训的新销售人员，要么是一些认为销售就是吃吃喝喝加回扣就可以搞定的老销售人员，其实后者也慢慢发现：10年前这几招还很灵，但现在似乎不起作用了。

中级：受过系统的产品培训，对产品的特性、优点和利益非常清楚，有时还背的滚瓜烂熟，碰到客户能脱口而出。

但他们的的问题是：不能真正地倾听；试图过多地介绍产品优势和利益。

高级：懂得如何提问和倾听，针对客户的需求，向客户介绍不超过三个最重要的且能满足客户需求的特点、优势和利益点，更有经验的销售人员知道老板最关心利益，部门经理关心产品优势，技术人员关心特点，而使用部门关心功能。

同时使利益能够具体化。

## <<诱导你的顾客>>

### 编辑推荐

《诱导你的顾客》：为什么顾客会质疑你的产品？

为什么顾客会拒绝你的推销？

为什么顾客会讨价还价？

为什么顾客宁愿相信旁人的话？

又为什么顾客会喜欢你？

为什么顾客会信任你？

销售不仅要靠一张利嘴，一双锐眼，还要“有心”怎样才能摸清顾客心理？

怎样才能让顾客被你“牵着鼻子走”。

愿意购买你的产品？

在阅读这本书的过程中你会发现从“心”开始，以：“诱导”为方，没有什么销售是不可能的，下一个优秀的销售员就是你！

在实际销售过程中，面对一个又一个揣摩不出的问题时，你需要摸清顾客的心理，引导他们朝你所设定的思考方式前行，从而提高自己的销售成功率。

每一个销售精英都至少是半个心理学家，要打好销售这场心理战，不仅要认识顾客、知道顾客在想什么：更重要的是引导顾客，告诉他们应该怎么想。

用“心”销售，谁都能成为销售专家。

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>