

<<给大忙人看的商务心理学>>

图书基本信息

书名：<<给大忙人看的商务心理学>>

13位ISBN编号：9787802558007

10位ISBN编号：780255800X

出版时间：2011-6

出版时间：企业管理出版社

作者：李貌

页数：231

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>

<<给大忙人看的商务心理学>>

前言

常常听到这些感慨：“人的心，比海深”、“知人知面不知心”、“赚了钱，伤了心”……毫无疑问，我们都渴望读懂人心，因为“得人心者得天下”，“人心齐，泰山移”……这些真知灼见都直指人“心”！

一切有意义而持久的变化都先从内心开始，商务心理学将教会你如何赢在人心。

美国著名心理学家威廉·詹姆斯说过，人类本性上最深的企图之一是期望被赞美、钦佩和尊重，它是人们内心深处的一种愿望。

因此，不要吝惜你的赞美，它会让你的口袋变得充盈。

“推销之神”乔·吉拉德则说过，不管你所遇见的是怎样的人，你都必须将他们视为真的想向你购买商品为顾客。

当你把每一个人都当作潜在顾客时，通常情况下，他们大部分都会成为你的真实顾客。

几乎每销售出一种商品、每签下一笔订单、每推出一种新产品，都是一次商家与顾客心理的较量。如何在这场利益的争斗战与心理的较量中获得优势，成为商家立足市场的生存之根。

因此，一个成功的商家，必须首先了解顾客的心理。

本书为您解读顾客的身体语言和心理密码，从而使您把握顾客心理，引导购买。

通过介绍销售中多种心理定律以及这些心理定律如何发挥效用，在分析问题的同时，向您展示商务心理学对各种商务活动中实际问题的具体解决方法及操作要领，具有很强的实用性。

本书不乏生动的例子、有趣的故事以及身临其境的场景设计，希望您在阅读故事的同时，能够心领神会商务心理的特点，并以此为根据，有效解决各种商务活动中的实际问题，在今后的工作中胸有成竹、胜券在握！

编者

<<给大忙人看的商务心理学>>

内容概要

谈判对手，亲切、温和、严肃、冷漠、防卫……各种性格和态度等因素杂糅在一起，显得难以捉摸，交流起来困难重重。

本书《给大忙人看的商务心理学》详细阐述了多种营销商务谈判的心理因素，并介绍了各种克敌制胜的心理技巧，帮助你顺利解决问题，有效达成目标。

《给大忙人看的商务心理学》由李貌编著。

<<给大忙人看的商务心理学>>

书籍目录

第1章 三步助你破译成交的心理密码

第一步察言——化解顾客的拒绝心理

- 1.客户抱怨“价格太贵了”的潜台词
- 2.客户说“不需要”就真的不需要吗
- 3.客户说“考虑考虑”是什么意思
- 4.成功化解拒绝的四个关键点
- 5.突破客户拒绝的话术

第二步观色——读懂顾客的隐语

- 1.会说话的眼睛——从眼睛中读出顾客的隐语
- 2.流露感情的双手——从顾客的手部动作破译其心理密码
- 3.摸鼻子和捏鼻梁——从鼻子上解读顾客的心理信号
- 4.不出声也会说话的嘴巴——看嘴巴揣测顾客心理
- 5.多“情”多“义”的腿——看腿如何泄露顾客的心理秘密

第三步攻心——销售成功的必备法宝

- 1.别出心裁的销售计谋
- 2.解决顾客顾虑的小诀窍
- 3.专业的销售用语

第2章 换位思考，让你的销售如鱼得水

- 1.我的地盘我做主——客户的需求第一
- 2.留人以利——让客户感受到实实在在的好处
- 3.站在客户的角度，给他一个购买的理由
- 4.顾客就是上帝，所以别对上帝犯傻
- 5.顾客只是想要更便宜的价格吗
- 6.怎样让顾客买得开心，
- 7.怎样“追求”你的顾客
- 8.把握顾客的心理历程，引导购买
- 9.人以群分，不同群体的需求不同
- 10.男女有“别”，针对销售

第3章 销售中必须掌握的心理定律

- 1.13效应：客户最可能在一条街上的13处成交
- 2.首因效应：第一印象决定你的成败
- 3.多看效应：让你与客户尽快熟悉的秘诀
- 4.麦基效应：竞争与共生让你立于不败之地
- 5.过度理由效应：给消费者一个非买不可的可信理由
- 6.钟摆理论：每个人都有一颗驿动的心
- 7.刻板效应：不要用你的定式思维判断客户
- 8.名人效应：巧妙缩小与客户的心理距离
- 9.沸腾效应：将客户的购买热情99度加1度
- 10.诱饵效应：在不知不觉中诱导你的客户
- 11.踢猫效应：发现不幸背后的利益种子
- 12.狄德罗效应：让你的商品源源不断地卖出
- 13.南风效应：心平气和地化解客户的抱怨
- 14.凡勃伦效应：感性消费藏有大商机
- 15.稀缺效应：得不到的往往是最好的

第4章 看心理效应在谈判中如何发挥神奇效用

<<给大忙人看的商务心理学>>

1.商务谈判——一场心理的博弈

2.主场作战还是客场陪练

3.谈判的语言艺术

4.讨价还价的心理拉锯

5.谈判遭遇冲突怎么办

6.不可不知的谈判心理效应

7.谈判中的两种心理误区

8.谈判高手的心理战术

第5章 投其所好——心理学与市场营销的亲密接触

1.他纪念似水年华，你攫取滚滚财源

2.开发情感产品，给客户一个寄托情感的机会

3.使用情感商标，让人情不自禁、另眼相看

4.设计情感包装，有个性 and 人情味是独特魅力

5.制定情感价格，关键取决于顾客的意愿

6.保证情感服务，“人情味”感动你的客户

7.运用情感促销，给顾客更贴心的实惠

8.进行情感广告，给人一种被关爱的感觉

9.创意情感营销典型案例

第6章 一个谈判高手的心理建设

1.选择了她，就要爱她

2.销售赢的是心态

3.巧用想象，助你到达巅峰状态

4.拉近彼此距离的心理术

5.运用二八法则，不断提升自己

6.释放压力，轻装上阵

7.克服惰性，马上行动

8.注意细节，为客户留下一个好印象

9.走出心理误区，还销售一片广阔天地

10.看心理法则如何造就卓越销售员

11.销售高手必备的心理素质

<<给大忙人看的商务心理学>>

章节摘录

版权页：1.客户抱怨“价格太贵了”的潜台词“价格太贵了！”

”这是销售人员面对拒绝的客户听到最多的一句话，也常常成为其不能实现业务增长的一块挡箭牌。

客户说“价格太贵了”的背后，他关注的究竟是什么？

摸清这个，你的销售业绩增长将不是问题。

(1)顾客说价格太贵了，也许是说“你的价格比竞争者的高，能不能降价。

”如果你听懂了他的潜台词，采取为他降价来实现成交，那么你的利润呢？

你驾驭销售的能力呢？

显然，这时客户已进入购买的“比较权衡”阶段，这时你需要做的是摸清影响客户评估的准则，弱化价格，把竞争对手比下去。

这里有一个典型的例子：终于有一天，赵经理决定要为自己的电子邮件租用企业邮箱了，一来为了职业形象(电子邮箱与网址使用同一域名)；二来也可以少些垃圾邮件和故障。

他有几个选择，年费从500~900元不等。

赵经理想要最便宜的，最终却选了一个最贵的。

为什么呢？

看了下面一段对话你就能明白了。

赵经理：“你的价格太贵了！”

”营销商：“先生，您现在每天收到的垃圾邮件有多少？”

”赵经理：“少说也有50封，真不知道他们是怎么搞到我的邮箱的，现在毫无个人隐私可言！”

”营销商：“您是如何处理的呢？”

”赵经理：“也不能一下子清空啊，一些有用的邮件甚至客户的邮件也夹杂在里面，所以还得一个一个看，至少是标题。

”营销商：“这很占用您的时间吗？”

”赵经理：“当然！”

碰到连续几天在外讲课，邮箱就爆满了！

不看吧，又害怕遗漏了重要信息。

”营销商：“有这样的事发生啊？”

”赵经理：“别提了，最近就有一次，因为没及时看到客户的问讯邮件，丢了一个机会！”

”营销商：“那真的很不幸：除了垃圾邮件，您现在邮箱服务器的稳定性如何？”

”赵经理：“经常停机检修，而且不定期。

每次停机，邮件是收不到的。

<<给大忙人看的商务心理学>>

编辑推荐

《给大忙人看的商务心理学》：纵横商场、百战百胜的谈判技巧知己知彼、稳操胜券的心理洞察吸引顾客、识别动机、选择策略、建立信任引导需求、推荐产品、排除异议、确定购买。

客户抱怨“价格太贵了”的潜台词是什么？

如何从鼻子上解读顾客的心理信号？

怎样巧妙缩小与客户心理距离？

哪些是你不可不知的谈判心理效应？

商务活动中的心理秘密，将一一为你揭开。

<<给大忙人看的商务心理学>>

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>