第一图书网, tushu007.com

<<超感應銷售>>

图书基本信息

书名：<<超感應銷售>>

13位ISBN编号：9789861855851

10位ISBN编号：9861855858

出版时间：英屬維京群島商高寶國際

作者：張世輝 著

页数：256

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

第一图书网, tushu007.com

前言

【前言】　　誰是行為的主宰？

你有沒有背好了一堆銷售話術，到了客戶面前說的好像不是你原來背的？

你有沒有在面對客戶的拒絕時，突然冒出一句你根本不知道會講出的道理，瞬間逆轉頹勢？

你有沒有一天在起床的開始，就「感覺到」今天談所有的case都會很順利，而且一路順到底。接下來的一個禮拜，你簽下的顧客與佣金是平常的三倍！

你覺得銷售真有趣，你天生就是個銷售贏家。

你有沒有在從事銷售或拜訪客戶的第一天，就覺得自己不會做太久，雖然你只是短暫壓抑自己這個念頭，給自己「試試看」的機會，然而沒多久，你就離職了！

你有沒有常擔心賺不到錢而東省西省，連學習如何增加銷售力的成長訓練費也省，省到愈來愈窮，還怪自我成長的訓練費用昂貴?!　　身為銷售領導人，你有沒有以事業夥伴或下線都「應該」能夠複製你傳授的銷售技術與經驗，然而，卻只有不到百分之二十的事業夥伴吃你這一套，其他人還是照自己的方式在做？

自以為是的理智　　你以為的理智其實都不受理智的控制！

理智與主觀的認定其背後有更大的力量在影響並驅動它，這股看不見的影響力大到讓你看不見也摸不著，說也說不出個所以然來！

就因為如此，常有人自以為聰明到可以為「主觀」與「理智」做些評論，說你的理智掌握你的生活，潛意識是個不存在的東西。

事情的發展總有兩極化，既然有人聰明到認為理智掌控一切，那麼反過來說，更有人以潛意識開發各種語不驚人死不休的自我激勵課程、教材，讓許多生活無目標的人頓時間找到了可專注依賴的救生圈，他們都有一種得救的感覺。

不過，這些人從未離開過水面，所以，他們不斷一邊面臨來自生活中的巨浪襲擊，一邊更對激勵救生圈形成依賴，無法自拔！

許多經驗老道的銷售領導人或銷售人員，重視組織活動更甚於精進銷售能力，然而，他們又必須依據銷售力的好壞來決定最終是否達成每個階段的業績與人力成長目標。

真是怪異至極！

更怪的是，他們往往也能關關難過關關過，成績也差不到哪兒去，有時更會有亮眼的績效爆發出來，這是怎麼一回事？

自我的事業導師朱清成博士於經營成智公關並引進馬修．史維（Marshall Sylver）一系列的催眠訓練與自我成長課程開始，誘發了我深藏於潛意識中的好奇與學習一探究竟的潛能；這使我不斷地深入探究現代醫學催眠治療之父米爾頓．艾瑞克森博士（Dr. Milton H. Erickson）的催眠治療於短期心理與精神治療的技術、觀念、價值及其身體力行的種種實踐之道。

商品及服務以外的誘因　　因此，本書要探討的，不是銷售與推銷技巧，而是那看不見、背後更大的那隻手，是如何影響到銷售人員、銷售領導人、企業主與教育訓練人員們在銷售、談判、領導統御及訓練的執行績效上！

你怎麼知道要和顧客講哪些話才能驅使他（她）購買？

你又怎麼決定你的事業夥伴或下線能確實從你的銷售經驗中獲益？

在下意識當中所呈現的一切隱微線索，為什麼會是顧客購買與否，以及你調整自我好達到有效銷售的依據？

最小的最大影響力　　看得到、聽得見的力量不大；真正的影響力往往來自於你沒注意的、無法察覺、好像沒明顯症狀的隱微線索！

你有多瞭解顧客？

你有多瞭解來自不同背景與人格特質的顧客、事業夥伴、下線、主管、談判對手？

這裡的「瞭解」不是單指認不認識這個人、和他（她）有無朋友關係？

真正的重點，有兩項是值得你特別要學習的：　　1.分辨出顧客要或不要、喜歡或討厭、關心及擔心的分界線。

2.訓練自己並開發出敏銳的觀察力。
從人們潛意識中所散布出來的訊息何其多，嘴巴講出來的話卻是訊息最貧乏的來源。
這也是大部分以銷售為主的企業、團隊，與銷售人員在接受訓練的養成教育時最缺乏的關鍵要素，至於中、高階的銷售領導人則是除了經驗外，也尚未整理出系統對「人」的專業知識以運用在尋找業務高手，建立可被下線複製的有效策略的原因。
當你想要從詭譎多變的經濟局勢中脫穎而出、逆勢成長時，你必須要重新調整你的專注焦點，畢竟，想要突破十或百倍於原有的績效、收入或人力，你得重新劃定作戰區域、重新鎖定作戰對象，以及重新擬定作戰策略並發展新的攻擊與防禦性武器，你才有取得新戰場與新資源的可能。
理智是什麼？
你的理智是被發掘出的潛意識經驗；你被路上一個坑洞絆倒過，下回你經過時會聰明地閃過，這個地點、事件、經驗形成了你理智的一般化過程，而這個一般化過程會讓你特別小心路上是否有其它會絆倒你的坑洞，你變得更謹慎、更有警覺性！
而已形成的「趨吉避凶」經驗還被你「擴充」它的適用範圍！
你開始談論並告知其他人你被絆倒的事件經過，以及，坑洞的位置、路段，甚至它的大小與形狀。
如果你不幸受傷了，很可能你也會「展示」傷口，也讓其他人快速形成經驗，雖然這個經驗對其他人而言，還來不及發生。
好了，到底這與你的銷售成績突破、收入十或百倍成長有什麼關係？
告訴你，識人不容易，辨識潛意識訊號較有所依據。
這也是我在研習會上比較容易做的示範，既是突破績效、收入，與人力的訓練，當然要教銷售領導人、銷售人員們銷售的真功夫！
而且，保證不會在其它地方學得到，當然也包括你所服務的公司！
更不會存在於你過去的經驗範圍內。
你準備好要讓銷售事業績效一飛沖天了嗎？
我想，學習是肯定的。
現在，讓我們一起來體驗並學習使你的績效突破、收入十或百倍成長的秘訣。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

一眼看懂顧客心理，不費吹費之力贏到好業績！
如何從顧客握手的習慣嗅到成交的訊號？
怎麼從顧客指甲的顏色判斷能否成交？
又該如何辨別顧客說話的語氣以及聽懂購買的絃外之音?本書要探討的，不是銷售與推銷技巧，而是那看不見、背後更大的那隻手，是如何影響到銷售人員、銷售領導人、企業主與教育訓練人員們在銷售、談判、領導統御及訓練的執行績效上！
你怎麼知道要和顧客講哪些話才能驅使他（她）購買？
你又怎麼決定你的事業夥伴或下線能確實從你的銷售經驗中獲益？
在下意識當中所呈現的一切隱微線索，為什麼會是顧客購買與否，以及你調整自我好達到有效銷售的依據？
識人不容易，辨識潛意識訊號較有所依據，而此也是突破績效、收入與人力的真工夫！
而且，保證不會在其它地方學得到，當然也包括你所服務的公司！
更不會存在於你過去的經驗範圍內。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

張世輝　於1997年創辦威力行銷研習會，以突破傳統銷售思維與做法為前提，發展出如何讓銷售人員超越原有績效的作法，至今已有超過4萬5千名銷售人員、領導人接受過他的訓練，是全球第一位研究催眠治療與系統思考，並結合至銷售、談判、領導統御運用，獲得實際可証的催眠式銷售教練。
著作有：地球人拒絕不了的推銷術、催眠式逆轉銷售、催眠式銷售、威力行銷。
訓練內容、影片、績效實證請上　www.powerselling.com.tw　演講、訓練諮詢請電　07-3335326　8:40AM～6:00PM　E-MAIL　power.sale@msa.hinet.net　作者相關著作：《催眠式逆轉銷售法》、《催眠式銷售》、《地球人拒絕不了的推銷術》

第一图书网, tushu007.com

<<超感應銷售>>

书籍目录

第一章：為什麼顧客享受購買，卻不喜歡被推銷？
第二章：為什麼大部份顧客想要被瞭解，卻不喜歡被分析？
第三章：為什麼顧客擔心有風險，卻不喜歡被威脅？
第四章：為什麼顧客渴望被關懷，卻不喜歡被說服？
第五章：為什麼顧客渴望有解決方案，卻不想承認問題？
第六章：為什麼顧客喜歡價格有折扣，卻不接受服務有折扣？
第七章：為什麼顧客傾向於做對自己有利的選擇，卻逃避決定？
第八章：為什麼顧客想被視為獨立的個體，而討厭一視同仁的對待？
第九章：為什麼顧客喜歡能啟發他（她）的人，而不是傭人？
第十章：為什麼顧客渴望跟著銷售贏家走，卻遠離銷售輸家？

章节摘录

【影響成交的關鍵線索】　　握手這樣的社交禮儀由來以久，除了表示熱情、友好、敞開心胸之外，在商業行為上又可被視為：合作、完成交易、事先達成初步協議、買賣雙方各滿足所需的肢體暗示。
因此，一個你鎖定的潛在顧客人選是否在一開始就敞開心胸、願意接受你及你的銷售鋪陳，你只需要友善的伸出右手，看看對方回應的方式，及可略知一二。
缺乏信任感的象徵，包含：　　．在你伸出手之際，對方的眼睛瞄向你的左或右後方，故意沒看見。
．看著你伸出的右手，遲疑約2至3秒，才慢慢地抬起很重的右手與你完成握手的動作。
．一握到手，對方面部表情不自然，握手力道柔弱，卻急著將手縮回去。
．很快速地回應的握手，也很快速地鬆開手，並作勢要去忙別的事，就走開了。
喜歡、並表示信任的象徵，則包含：　　．握手時快速回應並面帶微笑，同時較慢鬆開握著的手。
．握手時整個手心似乎皆握的「很紮實」，沒什麼空隙。
．常常邊握手邊問問題，如果是站著，對方會由握手改為牽著你的手，引導你坐下談。
．握手時，另一隻手也握住彼此的手，這種「雙手握」最常出現兩種情境：一是展示權利與主導性，許多國家元首都會這樣做。
另一種則是表示「有求於你」，請你幫忙、拜託你或一切都交給你處理、看你的了！
這常出現在選舉拜票、成交時較弱勢或客氣的顧客對其決定既期待、又充滿期望，同時也寄望銷售人員給的「額外」承諾必須真的實現；因此，「雙手握」的人往往也顯示出必須要得到一定的允諾，這也表現出缺乏安全感。
1.施捨者最易成交：握手不完全的人，也就是大大的一隻手，對方只是「施捨」你兩根手指頭，那通常是拇指與食指，或是食指與中指，吊在半空中，握這樣的手像走在馬戲團的鋼索上，代表這個人很高傲、階級觀念重，覺得社會地位比你高，自然有點瞧不起人的感覺，小心成交後，他（她）會將你當成奴婢或傭人使喚。
這種顧客較易成交，你只要將他（她）捧上天就行了。
2.虛情假意的人也不少：還有一種握手方式最讓人不舒服，握手時特別用力，而且手掌心拱起來讓你根本握不到，右手肘抬得很高，同時用力地甩手，你最好離這種人遠一點，他（她）從不會對你說的有興趣，也不會向你說真心話，對他（她）掏心掏肺地以誠相待，恐怕你只會浪費自己的時間而已！
3.面面俱到者最忙碌：握手時，他（她）還在和別人講電話或交代助理其它事情，你可以說這個人面面俱到，誰也不想得罪，是個八面玲瓏的人，你的銷售成交機會只存在於你給他（她）的第一印象以及，三分鐘內你要表達的銷售重點與其工作或人際上的關係，不過，你放心，所有的有關他（她）家庭、個人喜好等私人問題他（她）絕不輕易透露，你最好也別問，切忌為了建立關係而亂扯一通，他（她）最無法忍受沒有重點與利益的談話內容。
這樣的潛在顧客習慣在短時間內快速吸收資訊，跟具其關注的焦點做為判斷的依據，因此，缺乏耐心為其普遍的症狀。
見到這類型的顧客，你得快速反應，事前的準備與演練較能使妳從容以待，他（她）的口頭禪往往是：「不好意思，我沒有太多時間，待會還有個會要開，有什麼你就直說，十分鐘後我就要開會了……。」　　4.我要事實，其餘免談：握手時，身體僵硬、直挺挺地站著不動的顧客，握手力道堅實，然而手不抬過腰際。
這類型的人較沒彈性，凡事一板一眼，別隨便耍幽默和他（她）開玩笑，他們認為這是輕浮、不穩重的表現。
據實以告，準備完善的證明文件或證據、其他滿意顧客的見證，同時，每項商品利益要說明白、講清楚，他（她）無法容忍灰色地帶，而且，你也不能穿著花俏、衣服上的線頭不能外露、西裝或套裝對

第一图书网, tushu007.com

他（她）會是較好的合作對象（專業與權勢的衣著形象）。
規規矩矩對其做好銷售說明而不要花招，就是最好的對應策略。
　　當然，患有僵直性脊椎炎的人不在此列！
可千萬別弄混淆了。
　　...看全部

第一图书网, tushu007.com

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