

<<左右脑销售>>

图书基本信息

书名：<<左右脑销售>>

13位ISBN编号：9787115169778

10位ISBN编号：7115169772

出版时间：2007-12

出版时间：人民邮电出版社

作者：赵红瑾

页数：209

字数：186000

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>

<<左右脑销售>>

内容概要

本书旨在运用左右脑博弈的理论帮助推销员处理销售中遇到的一些关键问题，提高推销员的销售业绩。

本书首先介绍了左右脑博弈的基本理论及作用，然后分别介绍了左右脑销售博弈在销售流程中的运用，在销售技巧中的运用和在大客户销售中的运用。

本书的每章都选择了6个左右的经典实战案例，并运用左右脑博弈的知识进行详细的案例分析，切实从实战的角度，帮助销售人员将本书中的销售技能真正运用到实际工作中去。

<<左右脑销售>>

书籍目录

- 第一部分 在实战中解读左右脑销售博弈的概念 第一章 全脑销售, 学会使用左右脑策略 案例
- 案例1.1 “您喜欢厦门的小吃吗”——全脑出击, 应用多种方法成功接触客户 案例1.2 “好漂亮的盆栽啊! 平常似乎很少见到”——耐心倾听, 右脑实力打动潜在客户 案例1.3 “我今天来拜访您, 是因为我看到了一篇关于您公司所在行业的报道”——左脑精心设计, 用问题来控制会谈节奏 案例
- 案例1.4 “您还有什么其他的方法能够为家人提供这样的保障呢”——运用爱的力量, 全脑激发客户的责任心 案例1.5 “请转告你们的总经理, 我为他儿子弄到了一些邮票”——投客户所好, 主攻客户右脑成功签单 案例1.6 “我刚才访问你们的网站, 反应很慢”——左右脑并用, 电话行销创造理想销售业绩 案例1.7 “我可以给你12美分的价格, 但请你告诉我你打算与我们合作多长时间”——主动让利, 左脑追求产品的长远收益 第二部分 左右脑销售博弈在销售流程中的运用
- 第二章 发挥左右脑优势, 寻找可能的销售机会 案例2.1 “那您大概什么时候准备买新车呢”——发挥全脑实力, 利用电话搜寻潜在销售机会 案例2.2 “我可不可以邀请您跟我们俱乐部一起度个周末呢”——发挥右脑优势, 把打错的电话变成销售机会 案例2.3 “您买保险还有其他的目的吗”——左脑分析, 抓住隐藏在失败背后的机会 案例2.4 “没想到你还有这两下子, 一看就是科班出身, 功底不浅啊”——储备左脑实力, 用宽广的知识面抓住销售机会 案例2.5 “这里市场太大了, 因为岛上的居民都没鞋穿”——左脑深入思考, 主动创造客户的需求开拓市场 案例2.6 “您是创造资产的生产者, 为何不趁现在为家庭经济购买‘备胎’”——全脑说服, 树立客户的危机意识促成客户购买 第三章 要想钓到鱼, 先要知道鱼儿想吃什么 案例3.1 “我是来向您请教的”——向客户请教, 右脑策略掌握客户的真正需求 案例3.2 “您为什么不现在就决定迁移诊所呢”——左脑思考, 预测客户的未来需求 案例3.3 “针对这次您计划采购的服务器, 您有什么要求呢”——左脑准备, 通过提问了解客户需求 案例3.4 “那您肯定喜欢看影碟啰”——启用右脑, 为客户创造需求 案例3.5 “您初来纽约的时候, 您的办公室在哪里”——破解客户的深层心思, 挖掘客户的真实需求 第四章 约访须知: 顾客用右脑建立认知, 用左脑建立信任 案例4.1 “如果你是这样的形象到我家谈业务, 我也不会理你”——良好的形象会让客户的右脑接受你 案例4.2 “我这是第一次进税务局, 进入大堂的时候感觉到很自豪”——直击客户右脑, 精彩的开场白可以抓住客户的心 案例4.3 “您在这么短的时间内取得了这么辉煌的成就, 您真是太了不起了”——赞美客户, 获得潜在客户的好感和信任 案例4.4 “我只是要买一些鸡蛋罢了”——采用迂回策略, 把客户的右脑防范转化为左脑的信任 案例4.5 “我还能说出它们的密度”——发挥左脑实力, 用百问不倒的专业能力赢得客户的赞叹 第五章 巧妙刺激, 全脑激发顾客的购买欲 案例5.1 “您从任何一个房间的窗户向外看, 都可以看到院子里的樱桃树”——发挥全脑优势, 用独特卖点打动客户 案例5.2 “我应该让您签订‘29天保险合同’”——利用好奇心, 刺激客户的右脑 案例5.3 “我的这个游戏卡是专门为中学生设计的益智游戏”——把话说到点子上, 右脑出色的口才刺激顾客的购买欲 案例5.4 “如果您送一套化妆品给太太做情人节礼物, 她一定非常高兴”——巧妙刺激, 右脑激发顾客需求心理 57 案例5.5 “高级法院的理查德法官也是我的客户”——公共权威的符号作用影响潜在顾客的右脑 案例5.6 “只要订购本产品, 我就把录音带借给各位听”——营造融洽的气氛, 把客户的思维控制在右脑的使用上 59 案例5.7 “这种玩具比别的玩具更有吸引力, 孩子肯定会喜欢”——适时强化顾客的兴趣, 以加强顾客的右脑感知 第六章 运用思维利器, 让销售僵局“柳暗花明” 案例6.1 “您是否可以考虑一下买白手套呢”——突破思维定式, 创造更佳结果 案例6.2 “您不是要青豆吗? 我来介绍一种又便宜又好的产品”——换位思考, 掌握顾客的心理促成交 案例6.3 “未经我点头许可, 不管是谁都只许买一件”——转变思路, 让滞销品变成畅销品 案例6.4 “贵重商品, 请君动手”——运用反向思维, 让成交水到渠成 案例6.5 “于连的尿变成了色泽金黄、泡沫泛起的‘哈罗’啤酒”——戴上绿色思考帽, 创造性思维打开销售局面 案例6.6 “将番茄酱的包装瓶的口改大, 让大的汤匙可以伸进去掏”——运用发散思维法, 打破原有的思维格局, 提高销售业

<<左右脑销售>>

绩 第七章 谈判制胜=左脑计划+右脑机智 案例7.1 “45分钟之后您有空吗”——制造悬念，作用客户的右脑 案例7.2 “另外一位阿里就由我来充当好了”——虚拟未来事件，左右脑互补轻松制胜 案例7.3 “您能不能在另一部分机上也听听”——让事实说话，全脑出击扭转谈判局面 案例7.4 “这根棍子只能弯到这个程度”——使用形象化语言，右脑策略破解销售难题 案例7.5 “今天天气很热，请允许我脱掉外衣，好吗”——利用环境的特点，以右脑应对左脑成功签单 案例7.6 “最后一幅画能与三幅画卖一样的价钱吗”——以退为进，右脑灵活机智让谈判对手“束手就擒”

第八章 启用对脑，成交高于一切 案例8.1 “每次不到1毛5分钱，您不觉得很划算吗”——左脑数字技术化解客户价格异议 案例8.2 “您难道不想延长车的寿命吗”——启发式销售，影响客户的左右脑 案例8.3 “我看这种‘炉子’只会省气，不会费气”——从结论到现象，左脑演绎能力消除顾客的顾虑 案例8.4 “您有了这台打字机就像找到了一位好帮手”——左右脑配合，利益陈述法打动顾客的心 案例8.5 “您所指的售后服务是哪些方面呢”——以右对左，找到客户异议的症结所在 案例8.6 “您有了这台冰箱就可以一举数得了”——积极发问，让左脑技能通过右脑完美体现 案例8.7 “当您说‘价值’时，您指的是教育价值呢，还是金钱价值”——启用对脑才能顺利成交

第三部分 左右脑销售博弈在销售技巧中的运用

第九章 全脑销售的使命：读懂和掌控顾客的左右脑 案例9.1 “我什么都不需要”——使用右脑，改变客户右脑形成的习惯 案例9.2 “这事归他们管，你去见他们吧”——左脑体现思考能力，右脑体现处世水平 案例9.3 “别家比较便宜”——客户左脑考虑价值，右脑考虑价格 案例9.4 “每个人每月4万，我都可以雇用3位厂长了”——客户左脑考虑收益，右脑考虑成本 案例9.5 “我们一直都在××报纸上刊登广告，合作很久了”——利用左右脑技巧，转移潜在客户现有的忠诚度 108 案例9.6 “我不能再向你订购发动机了”——先右后左，让客户由“拒绝”变为“接受” 案例9.7 “我是不是太冲动了”——读懂客户的左右脑，引导客户决策

第十章 激发右脑：销售现场尽在掌控中 案例10.1 “在重庆，车辆最怕的是鸽子”——右脑策略，用故事赢得客户的认可 案例10.2 “你现在就像在爬楼梯”——打个比方，让客户更容易接受你的方案 案例10.3 “我给你400万美元的免税利润怎么样”——善用对比，让销售现场尽在掌控中 案例10.4 “你一定没资格投保”——运用激将法，使客户思维由左脑转移到右脑 案例10.5 “您看，现在向地板上喷洒一点清洗剂，然后用拖把一拖，就干干净净了”——让右脑影响决策，在演示中抓住胜机 案例10.6 “这条裤子比较适合年轻姑娘穿”——善于察言观色，发挥右脑实力成功销售 案例10.7 “你们看，像这样的杯子我是不会卖给你们的”——随机应变，右脑实力成功化解尴尬局面 案例10.8 “我也是靠销售生活的人，也就是说您决定着我们这些推销员的工资”——采用右脑技巧，在议价过程中获得客户的好感

第十一章 四两可以拨千斤——服务中的全脑运用 案例11.1 “我已经为您计算好升级需要的费用了”——左脑准备，用高效服务弥补产品上的不足 案例11.2 “知道什么是幸福，比赚再多的钱都重要”——提供超值服务，右脑策略赢得客户长期的忠诚 案例11.3 “您误会了，这是我们应该做的，我们不收小费”——满足个性化需求，作用客户的右脑建立客户忠诚 案例11.4 “您的印刷时间有规律可循吗”——细心+恒心，发挥全脑优势变常客为忠诚顾客 案例11.5 “您不但不必退保，而且还能拿到5000美元”——激发左右脑，永远抱着服务客户的准则 案例11.6 “您的咖啡还在准备中，请先看一看报纸”——了解客户的心境，“温暖人心”的服务获得顾客右脑的认可 案例11.7 “绝不只为销售而服务”——把销售融入服务，让客户在左右脑的作用下成功签单

第十二章 洞察人性，登上成功销售的快车道 案例12.1 “您能否跟我讲一下如何才能画好这些设计图呢”——转换大脑，肯定客户引以为荣的能力 案例12.2 “卢卡斯太太，这是为你特制的派”——让独一无二的感觉提高顾客右脑的忠诚度 案例12.3 “T型福特是过去盛极一时的汽车，正如你的点式字模打印机”——适时冒险，右脑采用讥讽的方式拿下爱面子的顾客 案例12.4 “我今天不是来推销东西的，是来请您帮忙的”——请客户帮忙，右脑策略满足客户自负的心理需求 案例12.5 “真是漂亮的戒指，您是什么时候买的啊”——洞察人性，全脑攻克傲慢的客户 案例12.6 “我本来想在今天将产品提供给你们，但我想将来可能还有机会”——利用产品短缺的真空压力，让客户失去理性思考 案例12.7 “如果哪位顾客发现了戒指，那戒指就权当礼物相送，不必归还”——巧打广告，利用人的爱财心理促进销售

第十三章 点燃红色思维，用情

<<左右脑销售>>

感控牢顾客 案例13.1 “今天特地前来向您致谢，感谢您曾如此关怀我的母亲”——右脑制胜，关爱客户获订单 案例13.2 “为什么每个店都一样”——遇到问题主动思考，用人性化的服务制度感动顾客 案例13.3 “征订小姐因为收不到征订单正在哭泣”——灵活用脑，激发客户的情感 案例13.4 “让每一双鞋都充满人情味”——赋予产品以感情色彩，促使顾客用右脑决策 案例13.5 “祝您生日快乐，尊敬的夫人”——真诚为顾客着想，让顾客感知你的真诚 案例13.6 “不知您信教的动机是什么”——理解客户，右脑拿下不受他人欢迎的客户的订单 案例13.7 “我曾有幸在印度生活过一段时间”——运用右脑策略，用感情去感化潜在客户 第十四章 左右脑互补，让人脉关系成为签单的助推器 案例14.1 “我是王丽的朋友，是她介绍我认识您的”——以朋友介绍的名义开场，消除客户右脑的警惕性 案例14.2 “我找到台里的朋友，得到您的电话”——利用潜在客户周围的人际关系拿订单 案例14.3 “我知道你也不容易，就不难为你了，我打算明天回去，记得常联系啊”——激发右脑感动接待人员，变销售障碍为签单的桥梁 案例14.4 “您什么时候到我们这儿放松一下”——左右脑互动，维护老客户 案例14.5 “您当初是怎么进入这一行的呢”——感性沟通，与客户先做朋友后做生意 案例14.6 “我不会把个人的娱乐与生意搅在一起”——与潜在客户长期接触，取得潜在客户的信任与尊重 第十五章 智慧博弈，攀上销售的顶峰 案例15.1 “公司的预算真的不够，您也是大企业，能否宽限一下”——全脑博弈，推动客户的左脑思考向右脑发展 案例15.2 “今天请二位来，主要是想请二位帮忙看一下这辆车能值多少钱”——调动客户左脑论证价格，轻松成交 案例15.3 “能解释一下为什么您目前使用的冰不花钱吗”——找到同类产品的差异，左右脑博弈把冰卖给爱斯基摩人 案例15.4 “火车将每天3次路过这里，每次60秒钟，即在每天24小时里共有3分钟”——量化产品的优缺点，让客户的左脑形成准确的认识 案例15.5 “如果您不喜欢请留下宝贵的意见，以便我们改进”——激发左右脑，探知顾客的心理类型促成交 案例15.6 “您觉得这部车怎么样您有没有什么意见”——让客户参与，体验营销刺激客户的购买欲望 案例15.7 “林总裁半年前也在这儿买了一辆跟您一模一样的车”——利用从众心理，影响潜在客户的右脑 第四部分 左右脑销售博弈在大客户销售中的运用 第十六章 大客户销售：放短线钓大鱼的艺术 案例16.1 “我们的产品可以明显降低汽车发动机的摩擦、磨损及油耗”——熟悉产品的性能，建立专家印象说服客户 案例16.2 “我们新推出的专业配送车可以大大提高贵公司的配送效率”——利益解说，运用左脑实力说服大客户 案例16.3 “房价其实很合理，我想很快就会卖掉的，我以我的经验保证”——制造紧张气氛，右脑压力推销拿下准客户 案例16.4 “本公司一向秉承诚信原则，绝对不会欺骗顾客，您可以放心购买”——掌控客户关系，右脑实力影响客户的采购决策 案例16.5 “不是什么幸运，我所有的客户的行程都记在这个本子上”——掌握大客户个人资料，右脑策略压倒竞争对手 案例16.6 “我一生还没有见过比这更漂亮的办公室呢”——赞扬客户，先取得好感后推销产品 203后记 参考书目

<<左右脑销售>>

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>