

<<一点就通的客户心理解读术>>

图书基本信息

书名：<<一点就通的客户心理解读术>>

13位ISBN编号：9787115247513

10位ISBN编号：711524751X

出版时间：2011-2

出版时间：人民邮电出版社

作者：王宏

页数：189

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>

## <<一点就通的客户心理解读术>>

### 内容概要

了解客户心理有助于提高销售人员的拿单成功率。  
本书通过5个步骤及大量的实际销售案例，将看似复杂的销售心理学简单化、通俗化。  
销售人员能在本书阅读中轻松掌握营销方略和拿单技能，从而提升自身的销售能力。  
《一点就通的客户心理解读术：把握客户心理的5步57招》适合一线销售人员学习使用，也可作为销售管理者指导下属的参考用书。

## &lt;&lt;一点就通的客户心理解读术&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 知己知彼，洞悉客户的心理 关键点1 解读客户购买决策的心理过程 阶段1 吸引客户的注意 阶段2 激发出客户的购买“兴趣” 阶段3 让客户产生购买的“欲望” 阶段4 促使客户下定决心“行动” 阶段5 提高“满意度”促重复消费 关键点2 九类型客户的心理特征及应对技巧 类型1 价格敏感型——强调价格，甚至分毫必争 类型2 老于世故型——善隐藏真实想法与需求 类型3 自命清高型——过于自信，凭直觉办事 类型4 理智好辩型——喜欢争辩，跟你唱反调 类型5 沉默寡言型——不苟言笑，不动声色 类型6 小心谨慎型——谨小慎微，反感被催促 类型7 爱慕虚荣型——好面子，喜欢被“举着” 类型8 优柔寡断型——患得患失，不轻易作决定 类型9 感情冲动型——感情用事，冲动中作决定 第2章 望闻问切，读懂客户的心 关键点1 看出客户的爱好脾性 招术1 看穿客户的外表 招术2 看透客户的行为 招术3 看清每一个细节 关键点2 听出客户的心理需求 招术4 聆听客户的性格特征 招术5 听出客户的心理状态 招术6 听出客户的真正需求 关键点3 问出客户的真实想法 招术7 用提问打开客户心门 招术8 用提问控制销售进程 关键点4 把脉客户的消费心理 招术9 摸清客户的心理需求 招术10 分析影响客户购买心理的内在因素 招术11 分析影响客户购买心理的外在因素 招术12 分析客户的购买实力与决策心理 第3章 拉近距离，走进客户的心 关键点1 解除客户的心理防线 招术13 破冰，消除客户的陌生感 招术14 融冰，赢得客户的认同 招术15 化冰，瓦解客户防备情绪 83 关键点2 切中客户的心理需求 招术16 让客户多说，满足倾诉欲 招术17 先交上朋友，然后谈生意 招术18 尊重客户，等于帮助自己 招术19 卖的要专业，买的才踏实 招术20 以退为进，让客户有多得感 招术21 参与体验，主角让给客户 招术22 创造氛围，舒适感助成交 关键点3 想办法让客户喜欢你 招术23 幽默是最好的沟通润滑剂 招术24 摸准心理，投客户之所好 招术25 你的微笑，价值百万 招术26 共同点，就是共同语言 招术27 用最动听的语言赞美客户 第4章 明察秋毫，掌控客户的心 关键点1 照顾好客户的情绪 招术28 不要挑战客户的负面情绪 招术29 让客户尽享VIP待遇 关键点2 引导客户的决策心理 招术30 化解客户的偏见、成见与误解 招术31 一流的销售卖的是标准 关键点3 抓住客户的心理弱点 招术32 客户喜欢跟着“大家”走 招术33 越稀罕，越喜欢 招术34 越禁止，越热衷 招术35 不满足最能催生购买 招术36 感性多一点，理性少一点 招术37 越是疲惫，推销效果越好 招术38 先“得寸”，再“进尺” 招术39 先告诉客户最坏的情况 招术40 让客户也有竞争者 招术41 沉默的威力 招术42 从众的跟随者 招术43 贵得有理由 招术44 先卖马，再卖鞍 第5章 悉心经营，抓牢客户的心 关键点1 履行承诺，优质服务超预期 招术45 售前售后，一样的热情 招术46 订单落定，不要忽视客户不平静的心 招术47 言出必行，有信用才能立身 招术48 有惊喜，客户好感倍增 关键点2 关心帮助，日常维护暖如流 招术49 有始有终，多关注客户使用产品的情况 招术50 急人所急，第一时间帮助客户解决难题 招术51 经营好细节，多多关注客户 招术52 雪中送炭，帮助与关照暖人心 关键点3 建立友谊，稳固关系合作久 招术53 不断重复就会不断加强 招术54 关照好客户，客户才会关照你的生意 招术55 一个客户背后的250位潜在客户 招术56 客户再次购买时还会想起你 招术57 与众不同，老客户爱倚“老”卖“老”

## <<一点就通的客户心理解读术>>

### 章节摘录

第1章 知己知彼，洞悉客户的心理      关键点1 解读客户购买决策的心理过程      阶段1 吸引客户的注意      走在大街上，你是否曾经被销售人员生动形象的产品介绍吸住了，当即就要决定购买呢？

路过面包房，看到橱窗中精美的蛋糕模型，你是否想马上进去品尝一下美味呢？

逛街时，你是否曾因街上巨幅广告牌的吸引，而产生去看实体商品的冲动呢？

是的，你的注意力被吸引了过去，这是你购买的第一步。

吸引客户的注意，是销售人员需要迈出的第一步。

“注意”是指人们的心理活动对外界一定事物的指向和集中，它使心理活动具有一定的方向性。注意本身并不是一个独立的心理过程，而是感觉、知觉、记忆、思维等心理过程的综合表现。

客户只有把心理活动集中在产品或产品信息上，才能清晰地感知产品并记忆有关信息，并在此基础上作出购买决策。

开始推销时，销售人员必须先引起客户的注意，将客户的注意力集中到自己所说的每一句话、所做的每一个动作上。

然而，据有关研究表明，客户对一个陌生销售人员的耐心只有三秒。

为了在三秒内吸引客户的注意，销售人员要做到以下四点。

1. 塑造完美的第一印象      销售人员如果没有一个良好的形象，客户看到你的第一眼就会把你淘汰掉。

做业务就是做人，销售人员把自己先推销给客户，客户爱屋及乌，自然也会很容易地接受你所推销的产品。

.....

<<一点就通的客户心理解读术>>

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>