

<<3分钟把握客户心理>>

图书基本信息

书名：<<3分钟把握客户心理>>

13位ISBN编号：9787122090850

10位ISBN编号：712209085X

出版时间：2010-10

出版时间：化学工业

作者：海涛

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>

<<3分钟把握客户心理>>

前言

在过去的十余年间，销售工作经历了戏剧性的变化。

以往一个销售人员的业绩高低，往往取决于产品本身质量的好坏或者广告推销的运用。

但是今天，我们越来越发现，销售是一个以心理学为导向的工作，销售力的高低取决于销售人员对客户心理的把控，所以销售员要在销售中获得更大的业绩，成为销售行业的佼佼者，必须对客户心理有着准确的把握。世界上最伟大的推销大师乔·吉拉德说：“人人都是推销员。”

的确，每个人每天都在按照自己的沟通方式去试图说服别人；销售对于销售人员而言，就是通过语言去说服客户。

然而，为什么有些销售员做得优秀，而有些销售员却做得一塌糊涂？

要知道，销售过程是销售人员与客户之间心与心的互动，销售人员不仅要洞察客户的心理，还要根据客户的心理灵活采用各种策略。

判断一个销售人员优秀与否的标准之一，就是多快可以把握客户的心理。

换言之，当今时代，销售人员业绩的好坏，已经不仅仅是准确把握客户心理，而是如何在最短时间内把握准确客户的心理，进而作出响应。

你比别人早1分钟，销售的成功率就提高了10%。

设想一下，如果每次都能够在3分钟内，把握客户心理，那么你的成功率会是多少呢？

销售大师乔·吉拉德讲过一个自己的故事：一次，客户来找他买车，他推荐了一种最好的车型给客户，客户对车很满意，眼看就要成交了，可不知为何客户却突然变卦而去。

吉拉德为此事懊恼了一下午，百思不得其解。

他忍不住打电话给那人：“您好！”

我是乔·吉拉德，今天下午我曾经向您介绍一部新车，您对此车很感兴趣，为何又突然离开了？”

客户说：“今天下午你根本没有用心听我说话。”

就在签字之前，我提到我儿子即将进入大学念医科，我还提到我儿子的学科成绩、运动能力以及他将来的抱负，我以他为荣，但是你对此毫无反应。

吉拉德记得客户当时的情景，当时客户在说他自己的儿子，可吉拉德对此却毫无反应。

他认为，客户在谈自己的儿子，没必要随声附和。

想不到这却成了失去这位客户的罪魁祸首。

这就是吉拉德失败的??因：除了销售，更需要理解客户的心理。

正是从这一点出发，本书从客户通常的心理特点、看穿客户的心理弱点、沟通心理术、把握成交时客户的心理、销售必知的定律、和客户做永久生意6个方面入手，提出问题、解决问题，并挖掘出解决每个问题的心理学依据，深入浅出地为销售人员介绍，并在文中尽可能多地穿插精彩的营销案例和故事，帮助销售人员从那些曾经头疼或者正在头疼的问题中解脱出来，尽快找到把握客户心理的诀窍。

本书在语言上力求精练、通俗易懂，提出的问题也是诸多销售人员在实际中切身遇到的问题，将销售学与心理学的知识巧妙而有机地结合在一起，能够帮助销售人员尽快掌握客户心理。

所以，在此真诚地推荐此书给读者朋友，希望您能受到启发或从中受益，从而找到符合自身特点的销售之路。

<<3分钟把握客户心理>>

内容概要

销售，是销售人员与客户之间心与心的互动。

销售人员不仅要洞察客户的心理，了解客户的愿望，还要掌握灵活的心理应对方式，以达到销售的目的。

一名优秀的销售员能使陌生人在短时间内把他当成朋友，同时他会在第一次交谈的3分钟内引起客户的兴趣，进而让客户相信他所说的话。

在这重要的3分钟内，他会想方设法迅速搭好友谊的桥梁，建立起信任的基石。

本书帮助销售人员洞察并影响客户心理，并提供了许多行之有效的销售心理策略来操控客户心理，从而帮助销售人员创造出骄人的销售业绩。

<<3分钟把握客户心理>>

书籍目录

- 第一章 了解你的上帝——客户通常的心理特点 1. 客户都有怕被??的心理 / 2 2. 爱挑剔的人才是准客户 / 4 3. 价廉物美的东西??都想要 / 8 4. 安全感是客户深层次的心理需求 / 11 5. 体验会让客户早做决定 / 14 6. 客户都希望能站在他的立场上思考问题 / 17 7. 客户最关心的是自己 / 20 8. 客户大多有喜欢被恭维的心理 / 23 9. 了解顾客心理特质的4个途径 / 26 10. 客户都希望以低廉的价格获得产品 / 29 11. 逆向思维更能吸引客户 / 32 12. 了解客户是否有怀旧心理 / 35 13. 假如客户爱赶时髦该如何应对 / 38 14. 积极引导客户参与体验 / 41 15. 有些客户是爱冲动的 / 42
- 第二章 对症下药——看穿客户的心理弱点 1. 让节约俭朴的客户感觉到自己的钱花得值 / 47 2. 适当奉承一下爱慕虚荣的客户 / 51 3. 给贪小便宜的客户一些小便宜 / 54 4. 真诚赞美自命清高的客户 / 56 5. 用真诚和技巧打动脾气暴躁的客户 / 58 6. 耐心应对小心谨慎型客户 / 61 7. 给犹豫不决的客户一点危机感 / 63 8. 世故老练的客户要开门见山地对待 / 67 9. 用产品的质量吸引客户的注意力 / 70 10. 吊足沉默羔羊型客户的购买欲望 / 71 11. 让客户感受到自己受到尊重 / 73 12. 客户有逆反心理时顺着他说 / 76
- 第三章 话要说得恰到好处——销售中的沟通心理术 1. 根据不同的人说不同的话 / 80 2. 学会聆听客户陈述 / 82 3. 反复刺激客户的购买兴趣点 / 85 4. 用合适的询问展开与客户的互动 / 88 5. 把客户当朋友而不是上帝 / 90 6. 多说“我们”少说“我” / 93 7. 说话要会投客户之所好 / 95 8. 让客户一直说“是” / 99 9. 扩大对方和你的“一些相同点” / 102 10. 对非专业客户不说专业性术语 / 104 11. 避免那些枯燥的话题 / 107 12. 重复说明重要信息 / 109 13. 利用客户的好奇心展开交流 / 112 14. 销售员打死也不能说的5类话 / 114 15. 从心理上吸引客户的注意力 / 117 16. 洞悉身体语言中藏着的心理学 / 120
- 第四章 在谈判中“俘虏”客户——把握好成交时的客户心理 1. 永远不要接受第一次开价或还价 / 124 2. 放长线钓大鱼 / 127 3. 先给一颗糖吃, 再来一巴掌 / 130 4. 给客户一点善意的“威胁” / 133 5. 掌握谈价中说“不”的艺术 / 135 6. 促使客户早做决定 / 139 7. 掌握好时间的妙用 / 142 8. 越是要成交时越不能急 / 144 9. 减少客户对风险的担忧 / 147 10. 在作出让步的时候, 要求对方给予回报 / 150 11. 帮助客户缩小选择范围 / 152 12. 使用有说服力的例证 / 155 13. 销售不仅仅是销售 / 157 14. 催款的七招“杀手锏” / 160
- 第五章 有效引导客户——做好销售必知的心理定律 1. 沉锚效应: 第一印象与先入为主 / 165 2. 趋利避害效应: 驱动客户的伟大力量 / 168 3. 物超所值效应: 帮客户做笔划算的买卖 / 170 4. 登门槛效应: 销售人员就是要得寸进尺 / 172 5. 互惠效应: 相互都有好处, 客户才没心理压力 / 175 6. 投射效应: 帮客户进行情感转移 / 178 7. 面子效应: 为客户脸上争取光彩 / 180 8. 权威效应: 无形之中的服从法则 / 182 9. 承诺效应: 保持前后一致的道德观 / 185 10. 对比效应: 参照下的隐形失真 / 188 11. 固定思维效应: 用客户的??验说服客户 / 192 12. 禁果效应: 你越不想卖, 客户偏想买 / 195
- 第六章 注重心理细节——和客户做永久的生意 1. 从细节处寻找突破点 / 198 2. 记住客户的重要日子 / 200 3. 拜访客户时记得先讨一??水 / 203 4. 永远让客户先挂电话 / 205 5. 随身携带记事本, 及时记下客户的要求 / 208 6. 只比客户穿得好一点 / 210 7. 对客户的秘密守口如瓶 / 212 8. 赢得了时间就赢得了销售 / 214 9. 塑造打动人心的第一形象 / 217 10. 假装巧合可以减轻客户的心理负担 / 220 11. 用移情效应??近与客户的距离 / 223 12. 4种方法快速缩短心理距离 / 225 13. 见面时间长, 不如见面次数多有效 / 228

<<3分钟把握客户心理>>

章节摘录

(1) 摸准客户心理价位 任何一类产品都有一个“心理价格”高手“心理价格”也就超出了大多数用户的预算范围，低于。

心理价格。

会让用户对产品的品质产生疑问。

因此，了解消费者的心理价位，有助于市场人员为产品制定合理的价格。

有助于销售人员销售出此种产品。

在IT行业，无论是软件还是硬件设备的销售，如果你了解到你的下限售价高于客户的心理价位，那么下面关键的工作就是拉升客户的心理价位，相反则需要适度提升你的售价：心理价位在终端销售表现就更为明显，以服装销售为例，消费者如果在一番讨价还价之后，如果最后的价格还是高于其心理价位。

可能最终还是不会达成交易，甚至消费者在初次探询价格时。

如果报价远高于其心理价位，就会懒得再看扭头就走。

(2) 给客户一些实惠 心理学认为，当人们给予别人好处后，别人心中会有负疚感，并且希望能够通过同一方式或者其他方式偿还这份人情，这就是互惠原则的特点。

俗话说“鸦有反哺之义，羊知跪乳之恩”。

动物尚且如此，更何况人呢？

所以，如果你想驾驭别人，就要给人好处，让人对你有负疚感，这样对方才会心服口服地跟着你走。

心理学上将其称为互惠原则。

.....

<<3分钟把握客户心理>>

编辑推荐

销售就是一场心理战，销售就是心与心的较量。

顾客已经变得越来越聪明！

一个成功的销售人员往往不是因为他聪明，而是因为他精通销售心理学！

《3分钟把握客户心理:不可不知的销售心理学》通过生动的解析和事例,结合心理学常识，让你准确地读懂客户的内心世界,更好地和客户交流，从而让你在销售道路上走得更顺畅，让你的销售业绩变得更加卓越！

每天学点销售心理学，不懂心理学就成不了销售精英，销售是一场心理博弈战，必须读懂客户内心和了解客户需求才能立于不败之地。

<<3分钟把握客户心理>>

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>