

<<高效推销的心理操纵>>

图书基本信息

书名：<<高效推销的心理操纵>>

13位ISBN编号：9787504467676

10位ISBN编号：7504467677

出版时间：2010-4

出版时间：左夫 中国商业出版社 (2010-04出版)

作者：左夫

页数：278

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>

<<高效推销的心理操纵>>

前言

什么是推销？

推销的过程实质上是一个对客户的思维意识引导的过程。

从陌生到熟悉，从拒绝到接纳，从心理抵触到自愿将钱从兜里掏出来，这都是种种的心理操纵过程。

掌握了客户的心理就掌握了销售的原理，引导了客户的意识也就达到了推销的目的——成交。

美国的一项调查显示，在销售过程中，如果销售人员能根据客户的心理需要采用一种周到的、符合消费心理的方式来销售自己的产品，那么销售成功率大约为53%；而如果采用一般的销售方法，缺少心理技巧，则销售的成功率就只有24%，低了一大半。

可见，要想成为优秀的推销员，必须先成为优秀的心理学家——洞察意念、解读人性、引导心理，以及缓和对抗。

推销员如果不掌握人的心理，就无法引导客户的消费意识，使得销售行为的效率最大化。

销售活动是由推销员和客户共同参与的活动，推销就是与人打交道，每时每刻与各行各业、形形色色的人进行沟通。

在消费过程中，每个客户都有着复杂的心理过程，很多的因素会促使客户购买，也有很多因素会导致客户放弃购买，而心理因素对客户的决策的影响是巨大而深远的。

本书从推销心理学的基本原理出发，深入浅出地分析了具体销售过程中客户的心理动态和心理问题，分析了客户为什么不采购，为什么会质疑，为什么会拒绝，为什么会讨价还价，为什么会买、会不买

。当然，本书的重点是——将心理较量转化为心理引导——怎样让客户购买，怎样使客户喜欢你，怎样得到客户的信任等一系列在销售过程中行之有效的心理策略。

在销售的过程中，如果能恰当地运用这些心理策略，客户往往不会对产品百般挑剔，也不会对价格斤斤计较，而且能够使客户更加忠诚。

可以说，销售是一门心理学，它要求推销员扎扎实实地掌握销售心理的基本原则和方法；销售又是一门艺术，它要求推销员灵活地运用销售心理的原则和方法。

适当地运用销售心理技巧，并不是虚伪矫情的行为，这是现代社会的竞争使然，旧式的推销技巧已经过时，新一代的业绩创造者必须要有新的理念与新的技巧，才能在快速发展的市场中占有一席之地，因此学习各种不同的销售心理技巧与方法，将有助于自己推销业绩的提高。

<<高效推销的心理操纵>>

内容概要

《高效推销的心理操纵》内容简介：可以说，销售是一门心理学，它要求推销员扎扎实实地掌握销售心理的基本原则和方法；销售又是一门艺术，它要求推销员灵活地运用销售心理的原则和方法。

适当地运用销售心理技巧，并不是虚伪矫情的行为，这是现代社会的竞争使然，旧式的推销技巧已经过时，新一代的业绩创造者必须要有新的理念与新的技巧，才能在快速发展的市场中占有一席之地，因此学习各种不同的销售心理技巧与方法，将有助于自己推销业绩的提高。

<<高效推销的心理操纵>>

书籍目录

一、销售前必要的心理准备你尽自己最大努力了吗热情能得到别人得不到的订单我是销售，销售的是我如果你都不相信自己，谁还敢相信你凡事一定要主动出击销售，无法生存胆怯者用耐心去等待成功

二、引导顾客的消费意识感动“上帝”的心理过程把客户变成“人”小人物也有大自尊赞美，迅速拉近心与心的距离赞美他真正在乎的亮点人们最关心的是他自己人都喜欢像他自己的人真诚，你才能感动“上帝”站在对方的立场上阐述自己的观点

三、买与卖的心理学效应区别“想要”与“需要”需求效应——客户购买的主要诱因意图效应——心理需求左右购买行为情感效应——赚客户感情的钱虚荣效应——很多人在买给别人看好奇效应——一切出于想要了解的目的短缺效应——利用“怕买不到”的心理逆反效应——你不卖他偏要买求廉效应——占便宜的心理人皆有之从众效应——大家都买了这个东西名人效应——人们往往喜欢跟着“权威”走

四、高效成交的心理引导向顾客“买”东西专家，而不仅仅是推销视所有人都是百万客户爱你就等于爱自己让顾客自己说服自己调动客户的“参与心理”为客户省钱才能赚钱信任是关键——巧诈不如拙诚想成交，小处不妨忍让没有一个顾客会完全满意控制情绪——喜怒不形于色

五、推销是一场心理较量把大决定变成小决定反复刺激客户的购买兴趣点在三分之一处成交销售过程不可忽视细节扮演不情愿的卖主让第三者来当“证人”牧羊，要抓领头羊让他们单独待一会儿“围魏救赵”的杀价手法以柔克刚，以静制动用激将法帮他下决心换个角度，柳暗花明旧的不去，新的不来一次示范胜过一千句话任何时刻都是签单的最佳时机订购单也是说服的工具弱者往往在交涉中达到目的见方则方、见圆则圆的急智煮熟的鸭子别飞了当所有的方法都失败了，还有一招“胜对胜”，而不是“零和”

六、推销是心与心的沟通难就难在与人打交道生意是“谈”出来的把话说得入耳动听设置疑问勾起好奇心话不投机半句多用语言引导顾客的心理听是工夫，说是本领有耐心，才会有高效率问对问题赚大钱肢体语言传达着潜意识的信号

七、面对面时的心理距离如果有出错的可能，就会出错珍惜最初的6秒钟好的开场白是成功推销的一半卖方必须自始至终扮演配角用微笑去面对陌生环境商务关系说白了就是人际关系陌生人只是你还没认识的朋友展示商品的内在价值别在细节上摔跟头用环境制造心理压力成交是下次推销的开始

八、一切都是为了成交销售从被拒绝开始每个客户都有内在的防卫机制化解客户心理上的抗拒形形色色的拒绝理由破解之道不要被不是理由的理由所迷惑对待吹毛求疵的人把握恰当的推销时机抓住一切机会成交

九、洞察各类顾客的心理弱点因人而异量体裁衣对待精明型的人对待执著型的人对待独断专行的人对待外向型性格的人对待随和的人对待分析型的人对待沉默寡言的人对待喜欢炫耀的人对待学者型的人对待演员型的人对待令人讨厌型的人关注年轻人的购买力走老人的路线在小孩身上动点脑筋巧讨主妇欢心

<<高效推销的心理操纵>>

章节摘录

赞美，迅速拉近心与心的距离说出他们所有美德，对朋友和对手都一样。

人性的另一个特点，就是爱听赞美自己的话。

在推销工作中，真诚、慷慨地赞美别人，是赢得友谊、信任、融洽关系的良方。

马克·吐温说：“听到一句赞美的话，我就可以多活两个月。”

下面是阿布巴卡如何让顾客满心欢喜而又不知不觉地促成生意成交的一个情景。

一位身材高挑的年轻女子在阿布巴卡的服装商店试衣服，试了几件衣服，不是这儿鼓起来，就是那儿紧巴巴的，都不合适。

阿布巴卡凭经验觉得，问题出在她没有挺直身子。

于是在一旁对她说：“这些衣服看来不是有些大就是有些小，把您娇美的身材给遮住了。”

年轻女子一听，直起身来重新在试衣镜中打量自己。

这时情形发生了变化：年轻女子发现自己挺立的身躯看起来那么令人赏心悦目，那些难看的鼓包和褶皱都不见了，线条和轮廓也显现出来了。

阿布巴卡看得出，她喜欢这件衣服。

“真漂亮！”

阿布巴卡赞许地说，“你喜欢这一件吗？”

“是的，它使我苗条多了，啊，真的，我好像减轻了两三公斤体重。”

年轻女子惊奇地说。

每个人都有虚荣心，让人满足虚荣心的最好方法就是让对方产生优越感。

巧妙地奉承、阿谀固然能满足一些人的优越感，但也有弄巧成拙的时候。

让人产生优越感最有效的方法是对于他自傲的事情加以赞美。

若是客户讲究穿着，你可向他请教如何搭配衣服；若是客户是知名公司的员工，你可表示羡慕他能在这么好的公司上班。

客户的优越感被满足，初次见面的警戒心自然也消失了，彼此距离拉近，能让双方的好感向前迈一大步。

无论是谁，当他被人奉承时都是愉悦的。

对方埋藏于内心的虚荣心被人所承认，那他一定非常高兴。

奉承必须“确有其事”，理由充分。

毫无根据地奉承一个人，他不仅感到费解，还会莫名其妙，觉得你油嘴滑舌，有诡诈，进而引起他对你的防范。

当你看到一个人拥有一辆豪华汽车，你会怎么赞美汽车呢？

会不会轻轻地摸着汽车连声说：“好车，真棒！”

如果这样，你还徘徊在“赞美”大门之外。

你应该想到，车子再漂亮，那也是生产厂家的功劳，和车主有什么关系？

要是你说：“这车子保养得真好！”

说明你注意到了车主的活动，观察能力和思维方式都已入赞美之门。

交谈过程中，如果对方谈到自己的得意之事，那就是渴望与你分享他的喜悦。

这也可以看成是他准备接受你的赞美之辞的信号。

此时，你要停下所有的事情，接过话题顺势赞美一番，以满足对方的心愿。

例如，你和一位女士谈判时，她突然得意地对你说：“我儿子今年考上清华大学了。”

——你要立刻停下所有的事情，接着说清华大学五分钟：“啊，清华大学，真了不起，那可是中国最为高等的学府啊。”

他爸特别聪明，你也聪明，怪不得你们的儿子这么聪明呢！

记得当年我们高中，全年级几百人，也只能考一两个清华北大的……”之后，才可以说：“大姐，你看我们的合同怎么签？”

任何孩子在妈妈眼里都像天使一般可爱。

<<高效推销的心理操纵>>

一位母亲拿出自己孩子的照片给你看：“你看看，这是我儿子，多可爱！”

此时，你一定要赞美：“这是你儿子呀，我现在才知道帅哥小时候长什么样，我以前只见过大帅哥，没见过小帅哥。”

瞧你这儿子，长得多好，你看这皮肤多白，眼睛多大，哎，还是双眼皮耶！

你看这腿多长，将来一定是个大高个儿！

看这脑门儿多大，将来肯定特别聪明……”——你总能找出值得赞美的地方吧！

假如你接过照片，随意地看了一眼就还给了对方，什么也没说，那就表明你背后的意思是：“你的儿子，实在没有优点，没有值得夸耀的地方……”对方该多么郁闷啊！

对方拿出照片跟你说：“你看，这是我今年十一在香山玩的照片。”

你边看边赞叹：“哎呀，这是你的照片啊，照得真漂亮！”

明年我也去看看……”如果看完相片，无声地放回去，显得不重视对方，他会不高兴的。

初次见面，可以问对方是哪里人。

当对方说出自己的家乡后，你应该接上话题：“那个地方我去过，风景美，人也美……”或者说：“我在电视里看过那个地方，山美水美，出人才……”如果你既没去过，也没在电视上看过，那你小时候在地理课上学过或者听人说起过吧？

所以，你还是有话可说：“我听说过那个地方……”当你真诚地表达出自己的感受时，对方马上会产生一种亲切感，你与对方的心理距离也会大大缩短。

例如，有一次，刘先生和几个朋友在饭馆吃饭，他问服务员：“你是哪里人？”

服务员说：“我是湖南的。”

刘先生马上感叹道：“哦，那是伟人的诞生地，毛主席的家乡啊！”

我去过韶山……”服务员听了很高兴，站在他旁边不走了。

刘先生说吸烟需要个打火机，她一下子拿来了五个，一人送一个，最后结账时还打了个八折。

<<高效推销的心理操纵>>

编辑推荐

《高效推销的心理操纵》：在销售的过程中，如果能恰当地运用心理策略，客户往往不会对产品百般挑剔，也不会对价格斤斤计较，而且能使客户更加忠诚。

要想成为优秀的推销员，必须先成为优秀的心理学家。

推销的过程实质上是一个对客户的思维意识引导的过程，从陌生到熟悉，从拒绝到接纳，从心理抵拒到自愿将钱从兜里掏出来。

洞察意念，解读人性，引导心理。

<<高效推销的心理操纵>>

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>