第一图书网, tushu007.com

<<销售要像心理专家>>

图书基本信息

书名：<<销售要像心理专家>>

13位ISBN编号：9787504471567

10位ISBN编号：7504471569

出版时间：2012-1

出版时间：中国商业出版社

作者：姜丽君

页数：225

字数：215000

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

<<销售要像心理专家>>

内容概要

姜丽君编著的《销售要像心理专家》讲述了：销售要用“心”，不是狭义的勾心斗角耍心眼儿，而是含有真情实意的社会交往的技巧，是销售员用心参与的感动客户的方法。
有感情的销售才是最打动人的销售，
阅读《销售要像心理专家》，让自己成为一位心理专家，对客户有全面的了解，全面的引导，全面的呵护，全面的帮助和全面的满足，做到专心、热心、知心、诚心、耐心、细心，从而用自己的竭力虔心换来客户的一体同心。

第一图书网, tushu007.com

<<销售要像心理专家>>

书籍目录

第一篇 像心理专家一样善于了解客户
——读懂客户的心
第一章 察言观色，知人知面还要知心
1. 从走路、站姿判断对方的想法
2. 从穿着打扮评价客户的购买能力
3. 从客户的“手中”提取信息
4. 从头部动作发现心理信息
5. 从客户的眼神衡量好感度
6. 从客户的笑揣摩客户的心意
7. 从座位发现客户的“心理地图”
8. 从点菜看客户的从众心理
9. 从喝酒透视客户的性格特征
10. 从吃饭中发现客户的个性
11. 从客户吸烟的手势透视性格
12. 从付款方式看客户的人品
第二章 听话听声，听懂客户的弦外之音
1. 从讲话的声音上判断人的个性
2. 从口头禅了解客户的性格
3. 根据语气、语速变化发现客户的心理变化
4. 从谈话的话题发现客户心中的秘密
5. 通过说话方式了解客户的心理状态
6. 称呼中体现出来的客户性格
7. 从措辞上看出客户是肯定还是否定
8. 从说话顺序发现客户的心理特点
9. 从交谈中发现客户自己都不知道的需求
10. 去伪存真，滤掉客户话语中的“水分”
第三章 寻根问底，问出客户的真实意愿
1. 以精彩的开场白引发客户的兴趣
2. 通过主动发问让客户无法保持沉默
3. 从生活的话题中刺激客户的欲望
4. 在假定客户会买的基础上发问
5. 站在为客户解决问题的角度来问问题
6. 从孩子人手消除客户的戒心
7. 在发问中觉察客户的隐陛需求
8. 在发问中引导客户自我否定
9. 发挥感染力问出客户的热情
10. 用二选一的问题把客户锁定
第二篇 像心理专家一样善于影响客户
——抓住客户的心
第一章 动机激发——勾起客户强烈的购买欲望
1. 动机来自于客户内心满足感的获得
2. 动机产生于心中的疑虑消除之后
3. 学会从客户的借口中寻找购买动机
第二章 情绪渲染——引导客户产生积极的情绪
1. 引导客户与你产生情感共鸣

第一图书网, tushu007.com

2. 真诚友好地回应客户的抱怨
3. 善意地为客户多考虑一些
4. 尽量避免和客户发生争辩
第三章 社会认同——借助群体的力量施加压力
1. 既然大家都买我也买
2. 客户很“听”专家的话
第四章 环境诱导——借助环境的因素操纵客户
1. 我们总会受到周围环境的影响
2. 使无形的环境因素显而易见
3. 这些因素影响了客户的消费心理
4. 让客户获得最舒适的体验
5. 利用环境给客户造成的威慑
第五章 互惠互利——让客户主动地来回报于你
1. 知恩图报的互惠法则
2. 用小恩惠换取大回报
3. 用主动让步来赢得优势
4. 从“免费的午餐”中获利
第六章 求之不得——刺激客户急切的购买欲望
1. “会失去”比“能得到”更有诱惑力
2. 越难得的东西人们才会越珍惜
3. 激发客户害怕买不到的紧迫心理
4. 你越是不卖客户却偏偏要买
第三篇 像心理专家一样善于说服客户
——俘虏客户的心
第一章 以高效沟通化解客户的拒绝和挑剔
1. 客户总说“随便看看”怎么办
2. 客户觉得你是在“自卖自夸”怎么办
3. 客户的陪伴者持相反意见怎么办
4. 客户被闲逛的顾客干扰怎么办
5. 客户因照顾不周而抱怨怎么办
6. 客户要回家商量一下再买怎么办
7. 客户觉得“产品没有知名度”怎么办
8. 客户说等打折的时候再来买怎么办
9. 客户不想要最后一件怎么办
10. 客户不断砍价怎么办
第二章 不同类型客户的心理分析和攻心方略
1. 遇到冷静的客户千万不要急躁
2. 精明理智的客户需要有效的证明
3. 发掘总是借故拖延的客户的隐衷
4. 给喜欢抱怨的客户发泄的机会
5. 喜欢斤斤计较的客户希望获得实惠
6. 满足大吹大擂客户的炫耀欲望
7. 面对自以为是的客户要交出主动权
8. 遇到情感冲动的客户要速战速决
9. 固执己见的客户渴望理解和安慰
10. 给足爱慕虚荣的客户面子
11. 用自信感染犹豫不决的客户

第一图书网, tushu007.com

12. 独断专行的客户注重自我
13. 墨守陈规的客户注重实用
14. 先人为主的客户需要用真诚去打动
15. 以最恳切的态度应对生性多疑的客户
16. 追求时尚的客户喜欢标新立异

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

版权页： 从口头禅了解客户的性格 日常生活中，很多人说话时，往往会有一定的口头禅。
口头禅其实表达的人内心对事物的一种看法，是外界的信息经过内心的心理加工，形成了一种固定的语言反应模式，以至于出现类似的情形时，就会不假思索、脱口而出。
因此，口头禅会在一定程度上反映出一个人的心理。
在销售中，销售员可以通过客户的口头禅，领悟其背后的意思，进而把握住客户的心理，使销售的过程少费周折。
李颖是一家化妆品公司的销售员，她在销售中善于从口头禅中洞察出客户的心理，使销售的过程少走了很多弯路。
一次，店里来了一位三十多岁妇女，说需要一种保湿效果比较好的护肤品。
于是，李颖给她推荐了最新上市的一种套装，价格398元，包括洁面乳、营养水、润肤霜和补水面膜。
李颖详细地为她介绍了这套化妆品的主要功用，并询问她的意见。
妇女笑着说：“还可以吧！
”其实，李颖已经注意到在她们交谈的过程中，妇女已经很多次用到“还可以吧”。
所以，李颖断定，她是一个比较随和的人，但是自信心不强，需要别人来肯定。
而且她不会过多暴露自己的想法，即使她内心对这种产品不太满意，也不会挂在嘴边。
不过，李颖还发现，她一直在仔细看这套产品的说明书和价格标签。
李颖认为，可能是价格方面的原因，努力争取一下，应该可以成交。
于是，李颖说：“这套化妆品是公司为了促销，特意推出的一种实惠套装。
你可以发现，这几件产品单卖时，价格都在一百元以上，所以价格方面是非常实惠的。
而且它的保湿效果非常好。
此外，它也特别适合您这一类型的中性皮肤。
我发现，您皮肤非常好，平时肯定非常注重皮肤保养，遇到一套价格实惠、效果又好的化妆品，您还用犹豫吗？
”经过李颖的一番劝说，那位女士很高兴地买走了一套化妆品。
这次的销售之所以能够成功进行，与销售员李颖能够成功地从客户的口头禅中透析出客户的心理是分不开的。
可见，见微知著，从这些细节中发现客户的心理是十分重要的。
即使是“说者无心”的口头禅，销售员也要做到“听者有意”，善于从中判断和分析客户的真实心理。
1.喜欢说“差不多吧”、“无所谓”等 喜欢说“差不多吧”、“无所谓”、“随便”、“就那样”的客户往往是没有主见的人，他们目标不明确。
对待这一类型的客户，销售员要肯定他们的眼光和选择，并中肯地赞美他们的品位，利用鼓励帮助客户下定购买的决心。
2.喜欢说“听说”、“别人都说”、“也许”这类的客户明显表现出自信心不足。
因此，销售员要鼓励他们坚定自己的选择，让他们知道人与人之间是不同的，适合别人的产品并不一定适合自己。
这样，客户的自信心就会提升，也会按自己的想法去做。
3.喜欢说“真好玩”、“真有意思”很多客户常常会说“真好玩”、“真有意思”，这是他们好奇心的一种表现。
如果销售员能够抓住客户的好奇心，使他们对商品充满浓厚的兴趣，这样不用销售员在进行过多的语言解释，客户就会主动掏腰包。
4.喜欢说“没问题”、“我认为”、“我觉得”此类人多是自信心十足，而且乐于承担责任。
这时，销售员就要尊重客户的意见，多给客户一些赞美和鼓励，则更容易让客户做出选择。
5.喜欢说“老实说”、“说真的”、“的确”爱用这类口头禅的客户，性格往往比较急躁，害怕别人不相信自己，可望得到信赖，面对这样的客户，销售员要表现出非常信任的态度，对客户多加肯定，

第一图书网, tushu007.com

强调自己对他的信任。

第一图书网, tushu007.com

<<销售要像心理专家>>

编辑推荐

成功要用心，这个朴实的道理也同样适用于销售，姜丽君编著的《销售要像心理专家》则是指导销售员从一个全新的角度出发，用心去推动技巧的实施，从而达到对客户最深刻的影响，将这场心灵的较量胜利进行下去。

第一图书网, tushu007.com

<<销售要像心理专家>>

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