

<<开店要懂得的顾客心理学>>

图书基本信息

书名：<<开店要懂得的顾客心理学>>

13位ISBN编号：9787504738851

10位ISBN编号：7504738859

出版时间：2011-7

出版时间：中国物资

作者：周锡冰

页数：194

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>

<<开店要懂得的顾客心理学>>

内容概要

《开店要懂得的顾客心理学》绝非市场上晦涩难懂的“心理学”教科书，而是以真实的案例、活泼的语言、深刻的反思和鲜明的立意，真真切切地为广大店铺经营者提供一份顾客心理档案。《开店要懂得的顾客心理学》在手，生意必定红红火火，因为顾客的心理就掌握在你的手中。

<<开店要懂得的顾客心理学>>

作者简介

周锡冰，中国本土化管理资深管理专家，区域经济研究青年学者，浙商研究资深管理专家，中国家族企业问题研究中心主任，中国本土企业软权力研究中心研究员，中国标杆企业案例营销中心研究员，北京华夏圣文管理咨询有限公司首席咨询师，签约财经作家。

资深财经畅销图书策划人。

成果介绍：发表财经管理类作品数百万字，常年研究联想、海尔、青岛啤酒、国美、娃哈哈等大型企业。

代表作品有：《顺势突围：复苏时代的中国企业生存密码》《中外家族企业成功之道》《命门：中国家族企业死亡真相调查》《马云教你创业》《史玉柱教你创业》《丰田式成本管理》《联想：中国IT企业国际化品牌行销之道》《娃哈哈营销革命》《格力非常道》《青啤百年攻略》《雁阵规则》《中小企业28种激励误区》《领导潜规则》《中国冠军企业的长尾战略》《解读浙商》等。

<<开店要懂得的顾客心理学>>

书籍目录

第一章 了解顾客的购买心理第一节 顾客购买心理及过程一、开店就必须懂得顾客心理学二、不同类型的顾客其心理特征相差各异三、顾客购买的心理阶段第二节 顾客的购买心理一、顾客贪利的心理二、顾客好奇的心理三、顾客的恐惧心理四、顾客的逆反心理五、顾客的从众心理第二章 摸清顾客的心理底线第一节 任何时候都要给足顾客面子一、在顾客眼中，面子比金钱更重要二、给足顾客面子，顾客才能掏出票子三、提升店铺的经营业绩就必须懂得给足顾客面子第二节 无论顾客对与错都不要与顾客争论一、赢得争论的最好方式是避免争论二、与顾客发生争执是店铺经营者的大忌三、与顾客争辩是一种极不明智的做法第三节 尽可能让顾客感觉占到大便宜一、让顾客觉得物超所值二、顾客占便宜是人性使然三、从心理学角度思考顾客占便宜的因素第四节 不要随意打断顾客的谈话一、打断顾客的谈话是销售中最不理智的行为二、任何时候都不能随意打断顾客的谈话三、绝对不允许有意识地打断顾客的谈话第三章 读懂每一类顾客的性格第一节 优柔寡断型顾客第二节 冲动型顾客第三节 暴躁型顾客第四节 节俭型顾客第五节 圆滑难缠型顾客第六节 沉默寡言型顾客第七节 刨根问底型顾客第八节 似懂非懂型顾客第九节 挑剔型顾客第十节 讨价还价型顾客第十一节 自以为是型顾客第四章 从顾客心理学的角度设计店铺第一节 给你的店铺取一个好名字一、好名字店铺将影响顾客的购买决策二、店铺起名的原则三、店铺名称不仅仅是一个代号第二节 为顾客提供一个舒适的购物环境一、购物环境要舒适、安全二、购物环境要人性化三、为顾客打造舒适的购物环境第三节 具有强烈视觉信息的店标一、醒目的个性化店标二、店标要能够吸引顾客的眼球三、店标设计要符合顾客的购买心理第四节 独具匠心的店面广告一、店面广告设计要新颖二、店面广告的种类三、店面广告设计的要求第五节 商品陈列要丰富一、合理地陈列商品二、陈列商品一定要“活”三、商品陈列的技巧参考文献附：《超市购物环境标准》后记

<<开店要懂得的顾客心理学>>

章节摘录

版权页：插图：可以肯定地说，洛克菲勒能取得如此的成就，与洛克菲勒不与他的员工争论有关。或许，在当时，洛克菲勒完全可以用铁腕手段使得员工屈服，但是这样做的后果就非常严重，这也是洛克菲勒的高明之处。

洛克菲勒的这一处理方法成为中外一段化敌为友的绝佳例子。

对此，美国的媒体正面评价了洛克菲勒的做法：“假如洛克菲勒用另一套方法，假如他和工人们争辩，用严重的事实来吓唬他们，假如他用暗示的语气指出他们错了，假如用逻辑法则证明他们错了，那会发生什么事呢？

只能是更多的愤怒、更多的仇恨和更多的反抗。

”或许洛克菲勒处理危机的时间已经过去了上百年，但是洛克菲勒的做法值得店铺经营者借鉴。

正如睿智的本杰明·富兰克林所说的：“如果你老是争辩、反驳，也许偶尔能获胜，但那是空洞的胜利，因为你永远得不到对方的好感。

”因此，作为店铺经营者来说，在与顾客争论之前，先要衡量一下：“宁愿要那样一种字面上的、表面上的胜利，还是想要其他方法让顾客购买自己的商品？

”其实，店铺经营者在争论中可能有理，但要想改变顾客的购买决策，“争论”就会使自己的一切说服化做徒劳无功。

对此，美国威尔逊总统任内的财政部长威廉·麦肯铎，将多年政治生涯获得的经验归结为一句话：“靠辩论不可能使无知的人服气。

”

<<开店要懂得的顾客心理学>>

后记

每一位顾客就像一本书，有难有易，有浅有深。

当然，作为一个优秀的店铺经营者，不但要做到礼仪大方，而且最关键的是要能够洞悉顾客的购买心理，懂得这些才能顺利成交。

店铺经营者在实际的销售中，能否破译顾客购买心理显得至关重要，因为顾客的购买心理直接决定着购买意愿。

这就像根据顾客的文化观念、收入水平、消费习俗、生活方式的不同，可将顾客细分为各种类别。由于不同的顾客需要的商品不同，所以店铺经营者可以根据这一情况，分析其中的差别，从而制定不同的营销策略。

在商品经济日益增长的今天，在以人为本的社会，在买方市场主导下，“顾客就是上帝”的观念正日益深入人心。

所以，店铺经营者一定要懂点顾客心理学。

那么，如何与不同的顾客打交道呢？

关键就要看店铺经营者对顾客了解多少。

所谓“知彼知己，百战不殆”，做到心中有数，才能在工作中有的放矢。

要想成功地抓住顾客，就要懂得区分顾客，建立不同类型，使他们对于你店铺的服务感到贴心，从而增加信任感与忠诚度。

要做好这项工作，先决条件是要树立起“顾客至上”的宗旨，要让顾客实实在在地感觉到：“嗯，这家店铺真是用心在经营，服务就是与众不同。

”当然，判断分析顾客需要店铺经营者专业能力和经验阅历。

不管是按照购买的动机，还是按照购买的心理分类，所有的顾客都具备几个相似的特征，因为不管如何分类，万变不离其宗。

如果店铺经营者能够熟练掌握这些专业技巧，推介成功率也会快速提升。

接待顾客的时候巧妙运用这些技巧，店铺的业绩绝对会大幅度提升。

在写作过程中，笔者参阅了相关资料，包括电视、图书、网络、报纸、杂志等，由于篇幅所限，不能在参考文献中一一罗列，谨向这些文献的作者致谢。

本书在出版过程中得到了许多营销学教授、店铺老板、店铺员工、媒体朋友、业内人士以及出版社编辑等的大力支持和热心帮助，在此表示衷心的感谢。

本书能在较短的时间内出版真诚感谢汪洋、金易、徐世明、熊娜、何庆、荀斌、厉蓉等人在制图和文字修改方面的协助。

另外，为了增加本书的可读性和趣味性，体现本书的现实参考价值，本书在创作中选编了几十个现实的案例。

由于条件限制没有办法联系到作者，在此，特此声明如下：第一，本书引用案例的作品版权仍归原出版人所有；第二，再次感谢这些案例版权人的辛苦劳动。

由于时间仓促，书中纰漏在所难免，欢迎读者批评指正。

(E-mail: zhouyusi@sina.com.cn) 作者 2011年3月1日于紫竹苑

<<开店要懂得的顾客心理学>>

编辑推荐

《开店要懂得的顾客心理学》：古语云：知彼知己。
方能百战不殆。

在商品经济日益增长的今天，作为一个店铺经营者。

你了解顾客的购买心理吗？你知道顾客的心理底线是什么吗？顾客的性格对你的销售策略到底有什么影响？你的店铺设计考虑过顾客的购买心理吗？

请你翻开《开店要懂得的顾客心理学》，秘诀就在其中。

<<开店要懂得的顾客心理学>>

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>