

<<销售读心术>>

图书基本信息

书名：<<销售读心术>>

13位ISBN编号：9787506477017

10位ISBN编号：7506477017

出版时间：2012-3

出版时间：中国纺织出版社

作者：李晓霄

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>

<<销售读心术>>

前言

销售活动是销售员向客户推荐商品并最终达成交易的活动，对于客户来说，则是挑选产品或者享受服务，并最终获得满意的消费过程。

在消费中，客户有着复杂的心理，很多的因素会促使客户购买，也有很多的因素会导致客户放弃购买，而心理因素对客户决策的影响是较大的。

销售员要想把自己的商品销售出去，就必须了解客户的心理，知道客户真正想要的是什么，有哪些不利因素会影响客户的心情，从而采取有效的措施，激发促使客户购买的积极因素，消除阻碍客户购买的消极因素，让客户愉快地、满意地购买到自己喜欢的商品，从而既能够赢得客户的心，使自己受到欢迎和青睐，也能给企业和自己带来巨大的利益。

面对这个问题，很多销售员感觉现在的销售工作很难做。

其实，行业的激烈竞争以及客户的更高要求，都是社会发展的必然趋势。

我们只有更准确地摸清客户的真实想法，了解客户犹豫或者拒绝的真正缘由，才能对症下药，化拒绝为接受，最终成功说服客户。

所以，销售是从了解客户的心理开始的，想要成为一名优秀的销售员首先要学会全面地了解客户的心理。

优秀的销售员往往就像一位心理学家，他具有高超而敏锐的读心术，能够透过客户的外貌、衣着、言谈举止，判断出客户的性格、需求、心理变化以及真实的意愿，这样就能深入地了解客户的心声，并运用一些积极有效的心理影响力，消除客户的心理障碍，化解客户的心理抵制和抗拒，为客户搭建起一个愉悦和谐的平台，让客户感觉良好，让销售变得顺其自然。

那么，这样的销售才是真正成功的。

本书重在从心理学的角度出发，帮助销售员分析客户的消费特点和心理特征，掌握察言观色、听话听音的技巧，善于从细微处体察客户的真实心理，以便快速地读懂并把握客户的心理，巧妙应对各种类型的客户，进而提高销售业绩，成为企业最优秀的销售员。

编著者 2011年6月

<<销售读心术>>

内容概要

销售从了解客户的心理开始，优秀的销售员就像心理学家一样，具有高超的读心术，能够透过客户的外貌、衣着、言谈举止，判断出客户的性格、需求以及心理变化。

本书旨

在教授销售员察颜观色、听话听音的读心技巧，从而帮助销售员有效地把握客户心理，化解客户抗拒，提高销售业绩。

<<销售读心术>>

书籍目录

- 上篇 “望闻问切”，读懂客户的心
- 第一章 望——察颜又观色，知面更知心
- 一、透过穿着评估客户的购买力
 - 二、从客户的眼神变化衡量好感度
 - 三、揣摩客户笑背后的丰富含义
 - 四、从客户的头部动作判断其心理变化
 - 五、捕捉客户“手上”透露出的秘密
 - 六、透过走姿、站姿判断客户性格
 - 七、从选择座位的细节判断客户的性格
 - 八、从点菜中分析客户从众心理的强弱
 - 九、从吸烟的姿势分析客户的性格
 - 十、从付款方式判断客户的人品
- 第二章 闻——听话要听音，辨别真假话
- 一、根据讲话声音判断客户的个性
 - 二、根据语气、语速变化把握客户的心理
 - 三、透过称呼分析客户的心理距离
 - 四、透过口头禅分析客户的心理
 - 五、从说话方式揣摩客户的性格特点
 - 六、从说话顺序判断客户的行事作风
 - 七、透过措辞分析客户的购买意愿
 - 八、透过谈话话题发现客户关注的重点
 - 九、透过交谈发现客户潜在的购买需求
- 第三章 问——能言且善问，问出真心话
- 一、主动发问“撬”开客户的金口
 - 二、用巧妙的开场引发客户的好奇心
 - 三、站在客户的立场上进行询问
 - 四、以生活话题引发客户的情感共鸣
 - 五、从孩子入手消除客户的戒心
 - 六、用假定问出客户心中想要的商品
 - 七、在轮番询问中改变客户的观点
 - 八、在二选一的发问中锁定客户
 - 九、巧妙询问发现客户的隐性需求
- 第四章 切——驭人有方法，对症开药方
- 一、当客户说“随便看看”
 - 二、当客户觉得你在“自卖自夸”
 - 三、当客户挑剔“产品没有知名度”
 - 四、当客户说等打折的时候再来买
 - 五、当客户不想要最后一件
 - 六、当客户不断地与你进行砍价
 - 七、当客户被其他闲逛的顾客干扰
 - 八、当客户的陪同者持相反意见
 - 九、当客户因照顾不周而抱怨
- 下篇 “由表及里”，赢得客户的心
- 第五章 潜移默化——不动声与色，感染细无声
- 一、不动声色地巧妙接近客户

<<销售读心术>>

- 二、用幽默化解冷场和尴尬
 - 三、通过语气营造不同的气氛
 - 四、利用多变眼神影响客户
 - 五、发挥感染力带动客户的情绪
 - 六、小话题中找到与客户的切合点
 - 七、转换问题探求客户的新需求
 - 八、在闲聊中化解客户的戒心
 - 九、在反复重复中增强认同感
- 第六章 心理操控——刺激购买欲，提升说服力
- 一、欲说还休激发客户好奇心
 - 二、正话反说激发客户购买欲
 - 三、通过比较刺激客户的攀比心
 - 四、通过想象构筑美好的画面
 - 五、营造一种得来不易的效果
 - 六、假装不卖让客户抢着买
 - 七、在客户提要求之前主动让步
 - 八、给客户诉说抱怨的机会
 - 九、做客户最好的情绪调节师
- 第七章 借力发力——展开拉锯战，摘取金苹果
- 一、帮客户把艰难的决定变简单
 - 二、让客户与你站在同一战线上
 - 三、用柔和持久的说服融化客户
 - 四、一步一步让客户接受你的要求
 - 五、利用参照群体向客户施加影响
 - 六、巧催客户快速做出决定
 - 七、适当地激将一下你的客户
 - 八、让客户立下承诺并履行
- 第八章 各个击破——摸准真性情，突围有妙方
- 一、真诚热情地对待冷静型客户
 - 二、用最有力的证据说服精明型客户
 - 三、用十足的自信感染犹豫型客户
 - 四、把主角地位让给自以为是型客户
 - 五、用实惠打动斤斤计较型客户
 - 六、用与众不同吸引时尚型客户
 - 七、探明拖延型客户心中的隐衷
 - 八、化解先入为主型客户的偏见
 - 九、对沉默型客户要晓之以理
 - 十、给吹嘘型客户以认同和肯定
 - 十一、给固执型客户以理解和安慰
 - 十二、给虚荣型客户以足够的面子

<<销售读心术>>

章节摘录

版权页:常言道:“人靠衣裳马靠鞍。

”意思是说人需要服饰来修饰,经过一番打扮以后,会使人变得更加美丽漂亮、更加气度不凡、更加高贵典雅。

而从另一个角度来说,服饰则从侧面反映了人们的一些实际情况,如经济能力、品位修养、爱好兴趣、思想观念等。

作为销售员,虽然不应该“只认衣服不认人”,看见穿得华丽的客户就努力巴结,遇到衣着一般的客户就爱理不理。

但却可以通过客户的服饰,来对客户的一些情况做出判断,以便在销售过程中能够为客户提供合适的商品和服务,使客户满意而归,又不至于弄巧成拙,伤害到客户。

销售员要善于察言观色,而其中十分重要的方面,就是销售员要善于从服饰来评估客户的购买力。

虽然说没有哪一个客户会主动地告诉销售员自己的经济实力,但是如果销售员能够通过对客户服饰的观察来发现谁是有钱人,谁有超强的购买力,那么就有利于在销售中把握机会,多卖一些商品,给自己带来经济利益。

因此销售员要善于观察和分析,由表及里,洞察客户表面之下的真实情况,对客户进行准确定位,使销售有的放矢。

<<销售读心术>>

编辑推荐

<<销售读心术>>

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>