

<<金牌销售员必备的客户心理操控术>>

图书基本信息

书名：<<金牌销售员必备的客户心理操控术>>

13位ISBN编号：9787506483674

10位ISBN编号：750648367X

出版时间：2011-6

出版时间：中国纺织出版社

作者：杨广恩

页数：256

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>

<<金牌销售员必备的客户心理操控术>>

内容概要

《金牌销售员必备的客户心理操控术(经典版)》(作者杨广恩)力图通过实用性极强的案例和理念,为从事销售、营销、导购等行业的年轻人提供正确的工作理念和实战技巧,教授给他们正确地与客户打交道的方式和心理学知识。

本书是一本全面提升销售员业务素质,让普通销售员从职场底层逐步提高进而蜕变为金牌销售员的实战技能书。

《金牌销售员必备的客户心理操控术(经典版)》主要内容从认识自己的心理素质开始,包括解析客户心理特质、了解影响客户购买心理的主要因素、把握客户购买过程中的不同心理阶段、化解客户心理拒绝技巧、掌握促进交易成交的心理技巧等,是交易成功的必备攻略、操控客户的心理绝学。

本书有大量生动、实用的案例,明晰准确的分析,独到犀利的点评,是职场达人不可多得的成功秘诀。

。

<<金牌销售员必备的客户心理操控术>>

作者简介

杨广恩，中南民族大学历史学硕士，青年学者，策划编辑。
在省级以上刊物发表学术论文数篇。

编著有《日月同辉——民族文化的积淀与发展》、《孟子全集》、《鬼谷子全集》、《熟语趣话》、《马云教典》《金融学的诡计》《销售学的诡计》等书。

书籍目录

第一章 认识自己——相信自己永远是销售的主角

第一节 充分认识自己的性格

1. 热情多言, 自我中心的活泼型销售员
2. 乐观勇敢, 支配欲强的力量型销售员
3. 内向理性, 敏感多疑的完美型销售员
4. 谦让随和, 安于现状的平和型销售员

第二节 克服销售中存在的心理障碍

1. 你需要克服恐惧心理
2. 你需要克服自卑心理
3. 你需要克服自闭心理
4. 你需要保持乐观之心

第三节 正确认识销售

1. 销售本质——一种生活方式
2. 销售步骤——需要灵活应对
3. 销售误区——不要自投罗网

第四节 完善自身的经验积累

1. 熟悉自己的商品
2. 准确预测并把握商机
3. 制订完善的销售计划

第五节 形成自己的销售性格

1. 自信
2. 耐心
3. 坚持

第二章 有效沟通——了解不同客户的心理

第一节 犹豫不决型客户——促使其尽快做决定

1. 犹豫不决型客户特点
2. 应对犹豫不决型客户策略

第二节 小心谨慎型客户——提供详细选择方案

1. 小心谨慎型客户特点
2. 应对小心谨慎型客户策略

第三节 求廉简朴型客户——在价格上巧做文章

1. 求廉简朴型客户特点
2. 应对求廉简朴型客户策略

第四节 自命清高型客户——赞美就是最好武器

1. 自命清高型客户特点
2. 应对自命清高型客户策略

第五节 脾气暴躁型客户——对其时刻保持耐心

1. 脾气暴躁型客户特点
2. 应对脾气暴躁型客户策略

第三章 曲径通幽——多个途径解析客户心理

第一节 年龄差别透析客户购买性格

1. 儿童心理特征表现
2. 少年心理特征表现及沟通要诀
3. 青年消费心理表现及沟通要诀
4. 中老年消费心理表现及沟通要诀

<<金牌销售员必备的客户心理操控术>>

第二节 性别差异揭示客户购买需求

1. 女性消费者的消费心理特征及沟通要诀
2. 男性消费者的消费心理特征及沟通要诀

第三节 穿着打扮揭示客户购买层次

1. 女性衣着特点及其对应的性格特征
2. 不同穿衣风格及其对应性格特征

第四节 通过言谈举止分析客户购买习惯

1. 按消费态度分类
2. 按消费要求分类
3. 按情感反应分类

第四章 心中有数——影响客户购买心理的主要因素

第一节 消费流行对客户心理的影响

1. 认识态度的改变影响客户心理
2. 购买动机的变化影响客户心理
3. 偏好受挫影响客户购买心理

第二节 客户的生活环境影响购买水平

1. 男女角色分工
2. 生活更为隔绝
3. 注重自我意识

第三节 参照群体对客户的影响

1. 参照群体分类
2. 参照群体影响因素

第四节 客户的自身能力影响购买价格

1. 认识需要阶段
2. 信息搜索阶段
3. 评估选择阶段
4. 购买决定阶段
5. 购后评估阶段

第五节 客户的兴趣帮助了解购买方向

1. 兴趣的种类
2. 兴趣的特点

第六节 公司的服务质量影响购买选择

1. 环境因素
2. 组织因素
3. 人际因素
4. 个人因素

第五章 层级突破——把握客户购买过程中不同阶段的心理

第一节 初步观察阶段——静观其变

1. 消费者的感觉
2. 消费者的知觉

第二节 稍感兴趣阶段——话语插入

1. 消费者的注意
2. 消费者的记忆
3. 消费者的思维和想象

第三节 购买欲望阶段——增其信心

1. 认知阶段
2. 情绪阶段

<<金牌销售员必备的客户心理操控术>>

3. 意志阶段

第四节 试图评价阶段——任其言说

1. 有需要, 但没有购买计划
2. 有需要, 但担心产品“不值”
3. 让客户说出愿意购买的条件

第五节 行动实践阶段——注意细节

1. 适当地为客户着想
2. 学会忍耐, 平息客户的怒火
3. 让幽默化解尴尬
4. 学会有效、积极地聆听

第六节 感受服务阶段——感同身受

1. 成交自有道
2. 合理巧妙的暗示

第六章 心心相印——有效接近客户, 引导客户购买

第一节 接近客户的基本原则

1. 三米原则
2. 面谈中该做的与不该做的事情
3. 有效进行面谈的要领
4. 寻找接近客户的最佳时机

第二节 充分调查了解客户

1. 拜访客户
2. 收集信息

第三节 销售环境非常重要

1. 创立良好的销售环境
2. 营造轻松的洽谈环境

第四节 销售细节 关系成败

1. 外表是无声的推销通行证
2. 礼貌待人重在销售细节
3. 尊重每一位客户

第五节 以身示范引导客户

1. 第一阶段, 收集并分析背景
2. 第二阶段, 引发并探讨问题
3. 第三阶段, 过渡并加强信任
4. 第四阶段, 扩展并增强影响
5. 第五阶段, 聚焦问题点与放大兴奋点
6. 第六阶段, 假想并提供方案

第七章 取得共识——化解客户心理拒绝技巧

第一节 针对“我只是看看”型的化解技巧

1. 这类客户喜欢“挑三拣四”
2. “再考虑考虑”也只是借口
3. 有效应对策略

第二节 针对“改天再来”型的化解技巧

1. “改天再来”是惯用的借口
2. “我很忙”也只是个推脱借口

第三节 针对“我的资金不足”型的化解技巧

1. “无法购买”也许是个托辞
2. “价格太高我买不起”是常用推辞

<<金牌销售员必备的客户心理操控术>>

第四节 针对“我要的是低价”型的化解技巧

1. “价格太高，我要的是低价”
2. “以前用过，并不好”也只是借口

第五节 针对“我目前较满意”型的化解技巧

1. 具体问题具体分析
2. 强调产品能给对方带来的利益

第六节 针对“我完全不需要”型的化解技巧

1. 表明实质
2. 为客户着想
3. 出奇制胜

第八章 宾至如归——掌握促成交易的心理技巧

第一节 请不要瞧不起任何人——尊重每位客户

1. 尊重每一位客户
2. 创造轻松的服务环境

第二节 请先听他说——了解客户需求

1. 掌握主动权的永远只能是客户
2. 以温情服务打动人
3. 让营销过程充满感情色彩

第三节 请讲重点，抓关键——切勿漫天乱谈

1. 把产品的卖点亮出来
2. 有效提问是销售成功的基础
3. 销售提问的基本方法

第四节 请说出产品的好处——突出产品特色

1. 突出产品的优势与卖点
2. 对产品的介绍要客观
3. 对自己销售的产品要有信心
4. 让产品自己说话

第五节 请提供不同选项——预备详细方案

1. 对客户进行巧妙的语言诱导
2. 帮客户做“加法”

第九章 了无牵挂——承诺完善的售后服务

第一节 售后服务是销售的延伸

1. 给客户意外惊喜
2. 尽快让客户得到产品
3. 运用已达成业务的客户，寻求连锁业务
4. 奖励客户
5. 给他们寄一张便条

第二节 建立有效的客户档案

1. 建立客户档案
2. 与客户经常联系

第三节 充分开展跟踪服务

1. 电话联系
2. 书信联系
3. 登门拜访

第四节 妥善处理客户投诉

1. 处理客户投诉的步骤
2. 客户投诉处理过程

<<金牌销售员必备的客户心理操控术>>

3. 化抱怨为满意

第五节 尽力留住老客户

1. 卖产品也是卖感情
2. 保持一颗警觉的心

第十章 真诚信任——永远的业务合作者

第一节 培养良好的销售习惯

1. 不断建立客源
2. 培养你的第二天性

第二节 与客户交流谈判要诚恳

1. 先做朋友，再谈生意
2. 凡事替别人着想

第三节 保证公司的利益和客户的需求

1. 尽量达到利益和要求的统一
2. 每件商品都有其价值

第四节 把客户的问题当做自己的问题

1. 真诚地关爱他人
2. 卖产品也是联络感情

第五节 我们销售的是诚信

1. 真诚待人，真诚做事
2. 有行动才能成功

参考文献

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>