

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

图书基本信息

书名：<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

13位ISBN编号：9787511320247

10位ISBN编号：7511320244

出版时间：2012-8

出版时间：中国华侨出版社

作者：弗洛伊德工作坊 编

页数：232

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>

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

内容概要

本书精选了哈弗、耶鲁、剑桥、牛津等著名学府数百位心理学家的心理学实验，辅以丰富的现实销售案例，通过对近50个心理学实验带来的启示来探析顾客的心理。深入浅出，使你在轻松中学会如何观察、感知和驾驭顾客，获得竞争优势，迅速刷新销售业绩，成为销售行业中的佼佼者。

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

作者简介

弗洛伊德工作坊，来自北京大学、北京师范大学、中国科学院等名校和机构的博士、硕士自发组成了心理学研究小组，梳理了哈佛、耶鲁、剑桥、牛津等著名学府数百位心理学家的经典心理学实验，归纳为职场、情商、人际交往、消费心理、领导力等各个领域，将最前沿、最实用的心理学原理应用于大众生活。

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

书籍目录

第一章

- 洞察心理需求：顾客真正需要的不是产品
- 波斯托曼锐化实验：对顾客保持认知
- 基洛维奇实验：顾客真正需要的是你对他的重视
- 猩猩实验：你喜欢顾客，顾客就会喜欢你
- 查荣茨实验：与顾客见面时间长，不如见面次数多有效
- 哈洛的猴子实验：情胜于钱
- 凡勃伦实验：越贵的产品往往越有人买
- 印刻实验：抓住新顾客的第一次
- 科勒猩猩实验：刺激顾客，促进销售

第二章

- 判断购买心理：让顾客心甘情愿掏腰包
- 米尔格莱姆实验：顾客喜欢跟着“行家”走
- 沃切尔曲奇饼干实验：越是稀少，顾客越想买到它
- 阿希实验：抓住顾客的跟风心理
- 多伊奇竞争实验：以同类人作比较，激发顾客的攀比心态
- 霍桑实验：善于调动顾客情绪
- 留面子实验：让顾客高高兴兴去“上当”

第三章

- 解除心理防线：营造环境是赢得顾客的前提
- 第一印象实验：给顾客留下美好的印象
- 德阿雷情感一致实验：微笑可以带来收获
- 罗森汉精神诊断实验：通过环境对顾客施加影响
- 纽科姆相似人际关系实验：多谈谈彼此都熟悉的人或物
- 刺猬实验：和顾客保持合适的距离
- 餐桌实验：通过餐桌拉近与顾客的距离
- 莫扎特实验：音乐让顾客心情舒畅

第四章

- 展开心理博弈：销售是场“心”与“心”的较量
- 弗里德曼门槛实验：逐步提出自己的要求
- 冷热水实验：抓住顾客心理微妙的变化
- 罗森塔尔实验：没有卖不出去的产品
- 卢钦思实验：敢于创新
- 划消实验：坚强才能赢得机会
- 西尔维拉实验：销售不顺就停一下吧
- 沃森实验：他山之石可以攻玉

第五章

- 合理引导顾客：让顾客跟着你的思路走
- 詹巴斗偷车实验：学会引导顾客
- 赫洛克实验：顾客前多多赞美
- 哈罗德·西格尔改宗实验：说服你的顾客，让他更加相信你
- 青蛙实验：让顾客在不知不觉中说“是”
- 贝勃实验：打折促销吸引顾客

第六章

- 攻克心理壁垒：捅破销售的那层纸

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

巴甫洛夫实验：利用顾客的习惯

半途实验：将目标放在退一步的地方

齐加尼克效应实验：让自己和顾客放松

格维尔茨成败实验：有第一次成功就有第二次

叶克斯-道森定律实验：适当的压力促进销售

猴子与香蕉实验：销售无定式

木板实验：克服销售中的恐惧心理

萨勒延迟满足实验：把目光放得长远

六度分隔实验：真诚待人，让顾客帮你推荐顾客

第七章

提高心理满足：顾客永远是主角

洛伦兹混沌实验：注意自己的细节

阿维森纳情绪实验：别让糟糕情绪影响顾客

德西实验：寻找更深层次的原因

竞争与合作实验：1+1>2，合作实现双赢

帕拉克煤气实验：承诺值千金

蔡戈尼实验：因为坚持，所以成功

空白实验：给顾客多留点思考的时间

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

章节摘录

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

编辑推荐

《拿来就用的顾客操纵心理学》编辑推荐：哈佛、牛津、剑桥、耶鲁……数十所名校，300多位心理学家，200多项心理学实验，如何提升你的性格魅力？心理学实验告诉你答案！

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

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>