

<<最轻松的销售心理学>>

图书基本信息

书名：<<最轻松的销售心理学>>

13位ISBN编号：9787563934539

10位ISBN编号：7563934537

出版时间：2013-4

出版时间：北京工业大学出版社

作者：王保衡

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>

## <<最轻松的销售心理学>>

### 前言

提起销售，很多人都会产生这样的想法：“销售不就是卖东西吗？”

但事实并非如此简单。

因为在很多时候，一个销售员不可能永远只卖一种商品，而且他们也不可能对自己所推销的每一件产品都了解得那么透彻，这就需要人们不断地去学习一些销售知识及技巧，以取得好业绩。

然而，有些人却认为，卖东西首先要会说，销售员只要能说会道就一定能够将商品销售出去。可是事实并非如此，有很多能言善辩的人最终都没能成为一名合格的销售员，因为能言善辩与能说会道不等于能够让顾客从心理上对你的理论信服，这对于一名销售人员来讲是没有任何意义的。

那么，推销员怎样做才能够让顾客心甘情愿地主动来购买商品呢？

美国著名图书推销员比恩·崔西曾经说过：“我能让任何人买我的图书。”

之所以比恩·崔西能如此说，是因为他明白一个道理：要想让一个人心甘情愿地去做一件事情，那么首先就必须让这个人心里产生愉悦。

而让顾客产生愉悦的唯一途径就是了解对方的心理，比如，顾客往往都是怀着怎样的心理来购物的？

一个人在什么样的心理作用下容易产生购买行为？

只要推销员能够准确地把握住顾客的心理，那么自然就可以根据顾客不同的心理状态而采取不同的策略，去博取对方的欢心，满足对方的“虚荣心”。

而一旦对方的心理得到了满足，那么彼此之间的交易将会很容易达成。

当然，在取悦顾客的过程中，并不只是专挑对方爱听的话说就可以了，因为与其说很多好听的话，不如将一句话讲到点儿上。

也就是说，无论在什么样的情况下，对什么样的人说什么样的话，都要做得适可而止，做得太过反而容易事与愿违，达不到最终的目的。

所以，如何做到既让顾客感到高兴而言语间又不显山露水就显得尤为重要了。

但如何做到这一点呢？

对此，被誉为“全球最伟大的销售员”的乔·吉拉德是这样回答的：“诚实是推销的最佳策略。”

……

## <<最轻松的销售心理学>>

### 内容概要

《最轻松的销售心理学》内容简介：我们所处的时代，科技发展日新月异，经济发展突飞猛进，新生事物层出不穷，因此我们必须敢想、敢说、敢干、敢于创新，跟上时代潮流，更要有超前意识。

## &lt;&lt;最轻松的销售心理学&gt;&gt;

## 书籍目录

- 前言 2Chapter 1 做销售，就要懂点心理“潜规则”——销售中的心理学定律 31.羊群效应：吸引大批的“羊”来吃你的“草” 32.伯内特定律：让产品在客户心中留下深刻的印象 53.二八定律：了解和维系属于自己的客户 74.布里斯定律：计划行事在销售活动中的重要性 85.哈默定律：哪里有需要，哪里就有市场 106.三分之一效应：为什么客人往往会一条街的三分之一处达成交易？
- 12Chapter 2 一块没用的石头居然被竞出天价？  
——销售中的购买心理学 141.人人都是购物狂——潜藏在人内心深处的占有欲望 142.为什么明明口袋里有一张百元大钞，却说自己“买不起”50元的化妆品？  
153.为什么到了超市里，一切理财计划都被击碎了？  
174.明明很划算，客户为什么就是不肯买？  
195.一个人通常会用他总财富的多少来购买商品呢？  
216.为什么积压的商品从商场里一走到大街上就得到了人们的狂买？
- 22Chapter 3 为什么专业的推销员会在销售竞赛当中输给家庭主妇？  
——销售中的客户心理学 241.想要猎到狐狸，就要像狐狸一样思考 242.巧妙发问，吸引客户注意力  
263.抱有双赢心理，销售员的必备功课 284.赞美顾客是销售成功的不二法则 305.了解客户的真正需求：销售成功的基本保证 326.销售员在了解客户后，如何成功地满足客户？
- 33Chapter 4 怎么样才能把梳子卖给和尚？  
——销售中的博弈心理学 351.为什么商家最喜欢不断“贬低”自己商品的人？  
352.为什么明星开价那么高，商家还是不惜重金请他们代言产品？  
373.为什么小产品大提价，反倒让它成为了畅销产品？  
394.消费群体当中，是不是也有一个“头狼”？  
405.为什么老板要花很多钱来给营销者买漂亮衣服？  
426.高档商场里的商品为什么越贵销量越好？
- 44Chapter 5 是谁搞垮了推销精英的名声？  
——销售中的细节心理学 451.眼观六路，寻找一切可以利用的销售契机 462.引导顾客主动倾诉，抓住顾客的真实消费诉求 473.如何从眼神中捕捉顾客的消费心理？  
494.养成关注细节的习惯和意识 505.内外兼修，提高自己的销售能力 52Chapter 6 什么人才会在炎热的夏天购入厚厚的棉衣？  
——销售中的营销心理学 541.“买一赠一”当中包含着哪些阴谋诡计？  
542.为什么有的“清仓大甩卖”会一直持续下去？  
563.为什么很多顾客中了大奖，生产商却没有倒闭？  
574.体验式销售更容易让顾客了解商品性能 595.为什么每一家麦当劳都能提供最干净的厕所？  
606.有理有据的解说才能征服顾客 61Chapter 7 为什么推销过程中推销员从不说“我”，而是说“我们”？  
——销售中的谈判心理学 631.客人的第一次报价已经超出了预期，为什么推销员还要继续“抬杠”？  
632.销售的本质：卖什么不重要，重要的是怎么卖 643.为什么顾客在谈价格的时候，推销员却一直在谈论价值？  
664.为什么推销员承认了产品有瑕疵，顾客还是买了？  
685.为什么在谈判过程中推销员从不说“我”，总是说“我们”？
- 70Chapter 8 真的只有性格外向的人才能当上销售冠军吗？  
——销售中的心态心理学 711.基本销售素质：心态是“1”，技巧是“0” 712.销售不是“一夜暴富”，请做好“找死”和“早死”的准备 733.销售的欲望：是想要，还是一定要？  
744.销售员为什么要练就“一笑了之”的豁达心态？  
765.为什么说推销产品，其实就是在推销自己？  
786.没有放弃购买的客户，只有放弃客户的销售员 797.木讷的推销员接到了大订单，是不是撞上狗屎运？

<<最轻松的销售心理学>>

81Chapter 9 为什么说电话销售员是最不受人欢迎的？

——销售中的肢体语言 831.头部动作所蕴含的客户心理信息 832.从手部动作捕捉客户的心理变化 843.顾客坐姿中蕴含的心理信息 864.鼻部动作可能会透露的心理信息 885.从眉部动作透视顾客的心理活动

89Chapter 10 遍地撒网的蜘蛛是最好的推销员吗？

——销售中的人脉心理学 901.说客户都是商家的“兼职销售员”，你也中枪了吗？

912.为什么吝啬的犹太商人要给身无分文的老人提供优惠？

923.每个客户背后都有250个潜在客户吗？

934.为什么产品被免费体验过后，许多客户会主动去购买？

945.为什么要从心理上吸引客户的注意力？

956.为什么要让顾客满意自己的购买行为？

97

<<最轻松的销售心理学>>

章节摘录

## <<最轻松的销售心理学>>

### 媒体关注与评论

言论就好像是一个超强生命力的病毒，而每个人都对这种病毒缺乏免疫力，因此，只要病毒开始传播，就会像流感一样肆虐。

——德国心理学家：海因茨·黑克豪森 我们所处的时代，科技发展日新月异，经济发展突飞猛进，新生事物层出不穷，因此我们必须敢想、敢说、敢干、敢于创新，跟上时代潮流，更要有超前意识。

这些，都是成功者必备之素质。

——美国著名广告专家：利奥·伯内特

## <<最轻松的销售心理学>>

### 编辑推荐

《最轻松的销售心理学》的宗旨就在于帮助读者了解消费者的心理，满足消费者需求。从心理学方面为读者剖析销售技巧，从细节中窥视消费者的思想，改变以往一味推销的坏习惯，使得销售工作变得更加轻松，打造出销售人员与客户之间的双赢局面。



## <<最轻松的销售心理学>>

### 名人推荐

言论就好像是一个超强生命力的病毒，而每个人都对这种病毒缺乏免疫力，因此，只要病毒开始传播，就会像流感一样肆虐。

——德国心理学家：海因茨·黑克豪森 我们所处的时代，科技发展日新月异，经济发展突飞猛进，新生事物层出不穷，因此我们必须敢想、敢说、敢干、敢于创新，跟上时代潮流，更要有超前意识。这些，都是成功者必备之素质。

——美国著名广告专家：利奥·伯内特

<<最轻松的销售心理学>>

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>