

<<商用读心术>>

图书基本信息

书名：<<商用读心术>>

13位ISBN编号：9787801129970

10位ISBN编号：7801129970

出版时间：2010-10

出版时间：民主与建设出版社

作者：李雯

页数：238

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>

<<商用读心术>>

前言

成交与不成交的距离只有0.01mm！

关键看你是否读懂了顾客的心！

“为什么没有业绩？

”营销员常常会这样自问。

是公司的产品没有竞争力？

是市场竞争太激烈了？

还是目前经济不景气？

其实这些都只是借口，作为一名营销员，没有业绩的原因主要在你自己。

作为营销员，不但要对自己的产品有透彻的了解，而且需要运用适当的营销技巧来获取客户的认同和信任，才能实现产品的营销。

营销员不懂心理学，就犹如在茫茫的黑夜里行走，永远只能误打误撞。

营销员要了解隐藏在营销过程背后的深层客户心理，才能提升你的销售业绩，改善人际关系，增加销售收入。

读心术是一种通过探测和观察人的生理和心理变化，从而轻易地看透对方心理的一种人际交往技巧。

如果你能够瞬间看透对方的内心，你就可以更好地打通与对方的沟通渠道。

心理营销其实就是一场心理博弈，有进攻，也有防守。

攻防有道，进退自如，方能赢得商业交流的最终胜利。

<<商用读心术>>

内容概要

读心术是一种通过探测和观察人的生理和心理变化，从而轻易地看透对方心理的一种人际交往技巧。

如果你能够瞬间看透对方的内心，你就可以更好地打通与对方的沟通渠道。

心理营销其实就是一场心理博弈，有进攻，也有防守。

攻防有道，进退自如，方能赢得商业交流的最终胜利。

本书是一部指导我们在商业博弈中赢得稳定心理优势的实用工具书。

以心理学知识作为理论基础，汇集了大量相关的营销实战案例，提炼出了在营销中卓有成效的各种心理策略。

<<商用读心术>>

作者简介

李雯，毕业于国内某知名大学，拥有心理学和市场营销学双学位，在市场营销领域摸爬滚打数年，欲从另一个角度切入，为心理营销找到突破口和捷径。

<<商用读心术>>

书籍目录

第一章 想让顾客说“YES”，得先读懂顾客的心 1.用心了解你的顾客，方能“知己知彼，百战不殆” 2.根据顾客购买心理差异，做到投其所好、投其所需 3.营销给不同顾客的应该是不同的产品 4.商用读心之读懂想做上帝的顾客 5.商用读心之读懂喜欢做VIP的顾客 6.商用读心之读懂愿意被恭维的顾客 7.商用读心之读懂具有从众心理的顾客 8.商用读心之读懂爱面子的顾客 9.商用读心之读懂贪便宜的顾客 10.顾客不喜欢的营销方式终极大揭秘第二章 得跟自己说“NO”，才能攻破顾客的第一道心理防线 1.只有了解自己的产品才能吸引你的顾客 2.如果你抱着这样的错误观念，永远也成不了营销高手 3.运用心理暗示调节术引导顾客 4.营造成功意象给自己.让成交水到渠成 5.报价是让顾客从说“NO”到说“YES”的关键 6.拒绝惯性思维是心理营销的有效战术 7.诱导顾客的前提是摆脱自己消极心理的阴影第三章 让我们离顾客近一点.再近一点 1.完美的第一印象是心理营销最易成功的“烟雾弹” 2.能够在顾客心中留存印象的开场自在这里 3.巧妙运用环境和气氛诱导顾客点头成交 4.营销就是情感的传递，情绪的转移 5.心理营销战术的制胜法宝——让沟通无极限 6.做自己的情绪管理师，才能做顾客的购买诱导师 7.信任是让顾客选择购买的基础 8.运用一次体验营销策略胜过千言万语的演示心理战术 9.表现自己的专业，帮顾客选择产品，而不是营销 10.利用广告让顾客无法抗拒的心理战术第四章 牢牢把握客户的心，让营销一步到成交 1.魔法式营销语言，成功诱导顾客 2.读懂顾客的肢体语言，离成交便不远 3.聆听顾客的心是种非常有效的心理营销策略 4.营销一种理念远胜于营销一种产品 5.欲擒故纵的心理营销战术 6.巧妙制造紧迫感.学会向顾客“施压” 7.若顾客有顾虑，需第一时间“解冻” 8.顾客抱怨成就营销高手 9.请不要因为施加太大压力而“吓跑”你的顾客 10.一定有说“NO”的顾客.这也是笔财富 11.不说“NO”也不说“YES”，但要学会说“SORRY” 12.商用读心之顾客接受营销的心理阶段及应对技巧第五章 用我们优质的售后服务，深度发掘潜在的客户 1.放好“马后炮”，让售后服务保质保量 2.抓住顾客不放手，客户回访很重要 3.良好的人际关系助你挖掘到潜在客户 4.列名单，找朋友——聚集人气才能聚集财气 5.诚信是培养顾客忠诚度、拓宽市场的重要保证和前提 6.拒绝贪婪，细水长流的策略才能留住顾客 7.培养顾客忠诚度，让心理营销完美收场第六章 心理营销战术之终极诱导的实战演练 1.电话营销中诱导顾客的绝妙战术 2.就是要你“诈”，用“兵不厌诈”让顾客无法拒绝的心理营销战术 3.立竿见影的激将战术让顾客从摇头到点头 4.吸引顾客眼球的包装让人无法抗拒 5.借他人之口，传一己之盲 6.熬过最艰难的时刻就能看见阳光——让沉默助你一臂之力

<<商用读心术>>

章节摘录

插图：营销还有一个主要的环节，那就是营销展示。

当我们按照上文所述的方法对客户的特点、消费心理、消费趋向有了一个比较清楚的了解之后，就要根据不同顾客的特点为他（她）展示不同性能、服务以及营销的产品。

这就需要在对顾客了解的基础上迅速为他们对号入座，判断他们大致属于哪种类型以及应该如何应对这一类型。

按照顾客的消费心理和消费特征，我们将客户分为八大类型，根据每种类型的客户的不同特点，相应的选择不同的方式来与他们沟通、介绍产品并最终将产品营销给他们。

第一类型：理智型顾客。

特点：理智型客户通常在购买商品的时候很少凭感觉做决定，而是有原则、有规律。

这类客户不会因为关系的好与坏而选择供应商，更不会因为个人的感觉选择对象。

这类客户大部分工作比较细心，有责任感，他们在选择供应商之前都会做适当的心理考核比较，得出理智的选择。

攻密：想对理智型顾客“软上钩”可行不通，这一类顾客常自认为“坐得端，行得正”，对贿赂、拍马屁这一套很少动心。

要让他们点头买下产品，最好的方式还是用正面交流、坦诚直率地介绍自己的产品，并且千万不能漫无边际地夸夸其谈，自己的产品质优价廉将是营销最好的砝码。

在营销过程中，尽量把产品的特点、优势，能给顾客带来什么好处一一说清，有什么不足的地方也没有必要掩饰。

也不要随便给顾客什么承诺，一旦向他们许下了承诺就一定要做到。

不需要过多的请客送礼，否则反而容易适得其反。

<<商用读心术>>

编辑推荐

《商用读心术:从NO到YES的心理营销战术》：如果你想钓到鱼，就得像鱼那样思考，而不是像渔夫那样思考。
当陷入营销困境时，你是否想过改变方法，从另一个角度切入，就像翻动纸张一样，去看看顾客的内
心，如此，你也许会找到一条捷径。
如果你想钓到鱼，就得像鱼那样思考，而不是像渔夫那样思考。
大到飞机轮船，小到一针一线，营销的本质都是一样的，无非就是把货卖出去，把钱拿回来。

<<商用读心术>>

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>