

<<亲和力>>

图书基本信息

书名：<<亲和力>>

13位ISBN编号：9787807475262

10位ISBN编号：7807475269

出版时间：2009-6

出版时间：海天

作者：樊永恒

页数：155

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>

<<亲和力>>

前言

亲和力——无障碍沟通的基石 在商业领域，那些终极的成功销售与个人的交际力有关，本书所探讨的就是这个课题。

在销售领域中，成功的案例都是人创造的，这就离不开个人的专业素质和交际能力。

专业素质是指销售人员对产品的价格、质量、服务、渠道有详细的了解；而人际能力则是指销售人员的信念力、信心力、意志力、热情力、沟通力…… 专业知识反复应用就可以技术见长，人际能力则更需要经历和突破。

亲和力是构筑人际能力的一个关键要素。

为什么有人可以轻易被他人接纳，而有人则孤家寡人处处受到冷遇。

顾客会从他们喜欢和信任的销售员那里购买商品，而他们更喜欢的是为他们的需要和利益着想的销售员，是能干、诚实、能理解他们的销售员。

这一切的优点构筑了卓越销售员的“亲和”特色。

亲和是一种“协调、一致或亲近的关系”，在销售员的人生际遇中，人际沟通以至整个销售生涯，亲和力的运用使他们的人生充满神奇和惊喜。

亲和力最早是属于化学领域的一个概念，是特指一种原子与另外一种原子之间的关联特性，但现在越来越多地被用于人际关系领域，某人对另外一人具有的友好表示，通常就形容为这个人具有亲和力。

有句话叫：力在则聚，力亡则散！

亲和力使得双方合作在一起，有一种合作的意识和共同作用的力量，亲和力是促成合作的起因。

顾客从销售员那里购买商品，这本身就是亲和力的体现。

作为一个销售员，如果你缺少亲和力，那么，你就会与成功失之交臂。

亲和力，是无障碍交流的基础，拥有亲和力，是成功交流的前提。

在任何具有真正价值的人际关系中，亲和力都是最重要的。

<<亲和力>>

内容概要

《亲和力：NLP销售魔法》从心灵出发的销售黄金法则，NLP是神经语言程序学的英文缩写。N（Neuro）指的是神经系统，包括大脑和思维过程。L（Linguistic）是指语言，更准确点说，是指从感觉信号的输入到构成意思的过程。P（Programming）是指为产生某种后果而要执行的一套具体指令。“N”、“L”、“P”放在一起，这三个词的意思是指人们为使他们的思维、讲话和活动达到具体的后果所采取的具体行为。

<<亲和力>>

书籍目录

第一章 NLP的前世今生一、NLP是什么NLP的涵义追求卓越表现NLP的缘起NLP原理二、关于NLP的故事NLP的故事一NLP的故事二三、如何从NLP中获益学习模拟脱离负面引导四、亲和力决定销售力第二章 亲和力与销售一、先跟后带二、同频共振三、赢得信任着装充满自信真诚请老顾客做见证成为某方面的明星四、建立亲和力配合顾客的感官方式配合顾客的兴趣与经历使用“我也”的句子真诚感共通性灵活性亲善特质幽默感第三章 NLP换框法一、意义换框二、环境换框三、重新定义第四章 知觉一、对知觉的探究选择性整体性理解性恒常性二、感觉创造需求视觉型听觉型感觉型三、价值影响知觉第五章 表象与感官一、表象系统五个外感官三个内感官先行表象系统二、三种感官类型从语言上了解从动作上了解从眼睛上了解三、六种契合法情绪及面部表情契合法语气语调语速契合法身体动作契合法语言文字契合法呼吸方式频率契合法价值观及规则契合法第六章 亲和地开发顾客一、聆听法聆听什么聆听的三个境界二、发问法发问技巧发问的方向发问的忠告三、区分法区分事实和假设区分事实和真相区分概念错觉与假象意义曲解四、回应法发问也是一种回应顾客的回应的回应的一般形式回应的关键因素第七章 亲和地解说产品1.预先框视法2.假设问句法3.引导式介绍法4.直接讲解法5.举例说明法6.借助名人法7.激将法8.实际示范法9.展示解说法10.资料证明法第八章 NLP销售成交法1.假设成交2.假象销售3.宠物成交法4.后设模式5.假填订单6.故事引导7.反客为主8.比较差异9.简单引导法10.顾客传递第九章 卓越销售员智慧一、意向：巅峰聚焦二、前提假设的智慧三、善用潜意识的力量附录：NLP名词术语表后记 亲和感主导顾客忠诚度参考文献

<<亲和力>>

章节摘录

一、先跟后带 先跟后带是NLP建立亲和关系的最有用的技巧。

所谓“先跟”，就是建立亲和感，去肯定和配合对方的信念、价值观，运用当事人自己的感知模式（在催眠术语中叫“临摹”）去引导当事人的一种方法。

在这里也许有读者朋友会问，如果对方的行为是错误的，其信念、价值观与我们不同怎么办？难道我们也要去肯定他吗？

在NLP中有这样一条前提假设：“信念和动机总没有错，只是行为没有效果”。

在这里，我们去肯定的，是对方的正面动机，而不是其行为本身。

“先跟后带”其实是“上推下切平行”的组合运用（有关“上推下切平行”可参考李中莹的《重塑心灵》一书），是一个固定模式的应用。

其程序为：“上推”——“平行”——“下切”；其要点是在“上推”时，重复对方的话、肯定对方的正面动机，让对方感受到被尊重、重视，在“带”的时候，要提出让对方一定回答“是啊”“对啊”“是的”的问话，然后，通过下切的方法，将对方带到你想要他去的方向。

顾客说：“我没有钱买电脑。

” 销售员说：“您是不是说，您对电脑是有兴趣的，不过没有钱买？”

” 顾客说：“是的。

”（呵，得到一个肯定的回复） 销售员说：“那么就是说，当你有钱时，你可能会选择买一台电脑？”

” 顾客说：“是的（又一个是的），不过我没有钱买。

” 销售员说：“假设有一个方法，可以让你以比这个价格更便宜的价钱买到电脑，还可以让你得到礼物，相信您愿意听一听，不是吗？”

” 顾客说：“有这样的事？

不可能吧？

” 销售员说：“我说的是假设，假设有，您觉得怎么样？”

” 顾客说：“那好啊，你给我讲一讲。

”（呵，机会来了，出手吧！

）

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>