

<<5分钟销售攻心术>>

图书基本信息

书名：<<5分钟销售攻心术>>

13位ISBN编号：9787121101687

10位ISBN编号：7121101688

出版时间：2010-1

出版时间：电子工业

作者：沈方楠

页数：192

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>

## <<5分钟销售攻心术>>

### 内容概要

本书是一本销售心理学实战指导用书。作者用透彻的心理学理论和技巧阐释了销售过程中如何创造销售机会、如何顺利展开销售、如何避免被拒绝和如何突破客户的购买障碍等具体而重要的问题。对这些问题，作者从心理学的角度，提供了鲜明而有效的实践观点和技术，对各行各业的销售人员学习和提升销售能力有非常实际的指导价值。

## <<5分钟销售攻心术>>

### 作者简介

沈方楠，华通管理咨询专家委员会常务委员。

国际注册审核员，企业管理、市场营销培训专家。

曾在多家大型外资企业担任总经理、厂长、销售经理等职务。

具有丰富的商业实战经验，包括订单制造、客户开发、销售技巧、团队建设等方面的培训实践，拥有丰富的针对中高层管理人员和一线销售人员进行培训和管理经验。

主要研究方向：建立学习型组织、销售实战技能、精益化控制。

曾为美泰玩具、光宝集团、索尼、康舒电子、力士集团、王氏港建等200多家企业及上市公司提供合理化改善、卓越绩效管理训练等服务，深受客户信赖。

## &lt;&lt;5分钟销售攻心术&gt;&gt;

## 书籍目录

第一部分 真正重要的销售秘诀：创造机会 第1章 迅速发现潜在销售机会的SAEI法则 S=Survey, 问卷调查法 A=Analysis, 信息分析法 E=Exchange, 展会交流法 I=Introduced, 人脉引荐法 第2章 从3个方面轻松判定准客户的潜在价值 意向, 他真的可能跟我签单吗 能力, 他有实际支付能力跟我签单吗 资源, 他拿什么跟我签单 第3章 轻松提升销售业绩的方法：销售机会管理 订单是怎样丢失的 及时发现销售点 从客户数据中找准商机 有效跟踪是关键 第4章 提高销售的针对性, 有的放矢 发展销售的情报内线 与客户建立信任关系 更进一步了解需求 设计解决方案 获取销售支持

第二部分 为什么必须做销售分析：选准切入点 第5章 不做无用功的前提：了解客户更深一些 洞察客户的真实需求 发现销售的内容适用点 看清楚我们和客户的关系 确认我们的销售资源 风险和回报的计算 第6章 你必须掌握的3大成功销售突破点 价值创造：帮助客户实现价值增长 竞争支持：改善客户的竞争力 目标合作：帮助客户实现目标 第7章 用3个步骤了解并影响客户的购买决策 摸清客户的决策流程 积极了解和影响决策人员 创造支持性销售关系的3个策略 第8章 碰到竞争对手, 你应该做什么 价值竞争的三大分析法 竞争优势比较分析 优势显现：竞争性优势表述方法 第9章 打败竞争者：销售竞争的战术要领 常用竞争策略手段 价格战的应对措施

第三部分 怎样拜访才能少吃“闭门羹” 第10章 拜访前的准备工作：约见技巧和礼仪细节 心态三要素：预约的心理修炼 电话预约：请求并突破障碍 信函预约：如何写出一份漂亮信函 赏心悦目的仪容举止：商务礼仪 拜访中的交流礼节 第11章 从3个方面改善形象, 让客户更乐于接受你 有序地展开交流 制造价值点：让客户看到你和他一样出色 突出个性品质, 制造闪光点 第12章 拜访中初始销售阶段的3大交流原理 销售员要像算命师：巴南效应 增进与客户的感情：闲聊原理 寻找共同点：相似相惜定律 第13章 你至少应该掌握的4种情感交流技巧 情境共鸣技术：利用情境获得共鸣 情绪传递技术：利用情绪获得认同 7±2法则：强化关键信息 生动法则：软化语言表达

第四部分 实战心理技术：瞬间读懂客户内心 第14章 为什么顾客的话前后不一：情境影响力 交流的位置 交流的时间和气候 交流的室内环境 满足客户的食欲 第15章 主动泄露信息, 引导客户说出真实想法 无伤大雅的隐私 透露信息与信息互换 第16章 引导客户主动说出想法的3个心理技巧 巧用质问法 妙用“佯装不知”法 妙用“犯错误”法 第17章 从行为细节中读懂客户的真实意图 从行为表现看透客户心理 了解和观察生活细节 “您喜欢猫吗” 谈判中观察决策者的行为 第18章 巧用提问引导法：在对答中发现玄机 有效提问的步骤和方法 运用正确的提问技巧 巧妙提问的十大实战话术

第五部分 提升攻心力：破除销售障碍的心理策略 第19章 识别销售障碍并处理异议的心理技巧 倾听：听出潜台词 挖掘：问题背后的问题 策略：处理异议的方法 话术：有效语言攻略 第20章 更深入地介绍产品：这样做才更有效 让客户轻松接受你 用生动的演示增进客户体验 勇于承认自己产品的不足 第21章 突显产品价值的3大心理策略 让客户了解“自身优势”的途径 比较销售中的优势暗示策略 避免激发客户逆反心理 第22章 用提案说话：让客户相信你能做得更到位 销售提案的写作技巧 销售提案设计的8个关键要素 确定提案：提案评价三角度 第23章 把情感投入做得更到位, 会让销售更轻松 表达真诚 打动决策者 诱导对手出错 第24章 你必须掌握签单的6大心理引导技术 同步效应法 肯定否定法 “不是”、“是的”法 制造压力法 巧用激将法 顺其自然法

附录 运用10大关系法则提升业绩 法则1 对客户任何情况变动, 都应表达出关心 法则2 平时要抛弃专业语言, 用“生活态度”与客户交往 法则3 有策略地赞美：时刻能用的关系法则 法则4 服务不在实际价值, 而在于客户的心理感受 法则5 任何时候都与客户同在并保持行为同步 法则6 传递给客户“你在乎他”的心理感受 法则7 如果客户不满意, 就诚恳地请他说出来 法则8 帮助客户增强产品的市场价值 法则9 时刻跟踪客户, 有序提升让渡价值 法则10 适时参与客户的计划, 帮助客户谋划

## <<5分钟销售攻心术>>

### 章节摘录

第一部分 真正重要的销售秘诀：创造机会 第1章 迅速发现潜在销售机会的SAEI法则

I=Introduced, 人脉引荐法 20世纪60年代, 美国一所大学的社会心理学家米尔格兰姆用连锁信件实验证明了人际交往中的“人际六度空间理论”：世界上任何两个人之间的间隔人数不会超过六个。也就是说, 如果我们想认识一个陌生人, 甚至是美国总统, 最多也就需要通过六个人, 就可以建立和他的联系。

居住在美国内布拉斯加州奥马哈市的160个人某日收到了一套连锁信件, 这封陌生的来信寄自于大学教授米尔格兰姆。

信封中写了一个波士顿股票经纪人的名字, 米尔格兰姆在信中提到, 希望每个收信人将这封信寄给自己认为是比较接近那个股票经纪人的朋友, 朋友收信后也依照同样的办法把信转发出去。

你觉得这些信件最终能寄到那个股票经纪人的手中吗?

这看起来有些不可思议, 甚至有人嘲笑米尔格兰姆: “你干脆让他们寄给总统先生好了!”

一阵质疑和嘲讽过后, 似乎没有人再记得曾经发生过这样一个异想天开的事。

然而几个月后, 大部分信件在经过五六个人的转发后, 寄到了这个股票经纪人的手中。

当我们锁定自己的潜在客户以后, 尽管可能不认识对方, 但只要我们检索自己的人脉网, 通过已有的朋友和客户, 就总有办法和对方建立关系。

想要拓展自己的社交空间, 参与社团是非常必要的。

在社团活动中, 人与人之间都抱着积极的交往心态, 这种情况下很容易建立与交往对象之间的情感和信任。

## <<5分钟销售攻心术>>

### 编辑推荐

经由《5分钟销售攻心术》，你将发现：突破客户抵触、增进业务关系、提升销售业绩等，没有你想象得那么难！

<<5分钟销售攻心术>>

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>