第一图书网, tushu007.com

<<3分钟把握客户心理>>

图书基本信息

书名：<<3分钟把握客户心理>>

13位ISBN编号：9787122090850

10位ISBN编号：712209085X

出版时间：2010-10

出版时间：化学工业

作者：海涛

页数：231

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

前言

在过去的十余年间，销售工作经历了戏剧性的变化。
以往一个销售人员的业绩高低，往往取决于产品本身质量的好坏或者广告推销的运用。
但是今天，我们越来越发现，销售是一个以心理学为导向的工作，销售力的高低取决于销售人员对客户心理的把控，所以销售员要在销售中获得更大的业绩，成为销售行业的佼佼者，必须对客户心理有着准确的把握　　世界上最伟大的推销大师乔?吉拉德说：“ 人人都是推销员。
”的确，每个人每天都在按照自己的沟通方式去试图说服别人；销售对于销售人员而言，就是通过语言去说服客户。
然而，为什么有些销售员做得优秀，而有些销售员却做得一塌糊涂？
要知道，销售过程是销售人员与客户之间心与心的互动，销售人员不仅要洞察客户的心理，还要根据客户的心理灵活采用各种策略。
判断一个销售人员优秀与否的标准之一，就是多快可以把握客户的心理。
换言之，当今时代，销售人员业绩的好坏，已经不仅仅是准确把握客户心理，而是如何在最短时间内把握准确客户的心理，进而作出响应。
你比别人早1分钟，销售的成功率就提高了10%。
设想一下，如果每次都能够在3分钟内，把握客户心理，那么你的成功率会是多少呢？
销售大师乔?吉拉德讲过一个自己的故事：　　一次，客户来找他买车，他推荐了一种最好的车型给客户，客户对车很满意，眼看就要成交了，可不知为何客户却突然变卦而去。
吉拉德为此事懊恼了一下午，百思不得其解。
他忍不住打电话给那人：“ 您好！
我是乔?吉拉德，今天下午我曾经向您介绍一部新车，您对此车很感兴趣，为何又突然离开了？
”　　客户说：“ 今天下午你根本没有用心听我说话。
就在签字之前，我提到我儿子即将进入大学念医科，我还提到我儿子的学科成绩、运动能力以及他将来的抱负，我以他为荣，但是你对此毫无反应。
”　　吉拉德记得客户当时的情景，当时客户在说他自己的儿子，可吉拉德对此却毫无反应。
他认为，客户在谈自己的儿子，没必要随声附和。
想不到这却成了失去这位客户的罪魁祸首。
这就是吉拉德失败的??因：除了销售，更需要理解客户的心理。
正是从这一点出发，本书从客户通常的心理特点、看穿客户的心理弱点、沟通心理术、把握成交时客户的心理、销售必知的定律、和客户做永久生意6个方面入手，提出问题、解决问题，并挖掘出解决每个问题的心理学依据，深入浅出地为销售人员进行介绍，并在文中尽可能多地穿插精彩的营销案例和故事，帮助销售人员从那些曾经头疼或者正在头疼的问题中解脱出来，尽快找到把握客户心理的诀窍。
本书在语言上力求精练、通俗易懂，提出的问题也是诸多销售人员在实际中切身遇到的问题，将销售学与心理学的知识巧妙而有机地结合在一起，能够帮助销售人员尽快掌握客户心理。
所以，在此真诚地推荐此书给读者朋友，希望您能受到启发或从中受益，从而找到符合自身特点的销售之路。

第一图书网, tushu007.com

<<3分钟把握客户心理>>

内容概要

销售，是销售人员与客户之间心与心的互动。
销售人员不仅要洞察客户的心理，了解客户的愿望，还要掌握灵活的心理应对方式，以达到销售的目的。
一名优秀的销售员能使陌生人在短时间内把他当成朋友，同时他会在第一次交谈的3分钟内引起客户的兴趣，进而让客户相信他所说的话。
在这重要的3分钟内，他会想方设法迅速搭好友谊的桥梁，建立起信任的基石。
本书帮助销售人员洞察并影响客户心理，并提供了许多行之有效的销售心理策略来操控客户心理，从而帮助销售人员创造出骄人的销售业绩。

<<3分钟把握客户心理>>

书籍目录

第一章 了解你的上帝——客户通常的心理特点　1．客户都有怕被??的心理 / 2　2．爱挑剔的人才是准客户 / 4　3．价廉物美的东西??都想要 / 8　4．安全感是客户深层次的心理需求 / 11　5．体验会让客户早做决定 / 14　6．客户都希望能站在他的立场上思考问题 / 17　7．客户最关心的是自己 / 20　8．客户大多有喜欢被恭维的心理 / 23　9．了解顾客心理特质的4个途径 / 26　10．客户都希望以低廉的价格获得产品 / 29　11．逆向思维更能吸引客户 / 32　12．了解客户是否有怀旧心理 / 35　13．假如客户爱赶时髦该如何应对 / 38　14．积极引导客户参与体验 / 41　15．有些客户是爱冲动的 / 42第二章 对症下药才奏效——看穿客户的心理弱点　1．让节约俭朴的客户感觉到自己的钱花得值 / 47　2．适当奉承一下爱慕虚荣的客户 / 51　3．给贪小便宜的客户一些小便宜 / 54　4．真诚赞美自命清高的客户 / 56　5．用真诚和技巧打动脾气暴躁的客户 / 58　6．耐心应对小心谨慎型客户 / 61　7．给犹豫不决的客户一点危机感 / 63　8．世故老练的客户要开门见山地对待 / 67　9．用产品的质量吸引客户的注意力 / 70　10．吊足沉默羔羊型客户的购买欲望 / 71　11．让客户感受到自己受到尊重 / 73　12．客户有逆反心理时顺着他说 / 76第三章 话要说得恰到好处——销售中的沟通心理术　1．根据不同的人说不同的话 / 80　2．学会聆听客户陈述 / 82　3．反复刺激客户的购买兴趣点 / 85　4．用合适的询问展开与客户的互动 / 88　5．把客户当朋友而不是上帝 / 90　6．多说“我们”少说“我” / 93　7．说话要会投客户之所好 / 95　8．让客户一直说“是” / 99　9．扩大对方和你的“一些相同点” / 102　10．对非专业客户不说专业性术语 / 104　11．避免那些枯燥的话题 / 107　12．重复说明重要信息 / 109　13．利用客户的好奇心展开交流 / 112　14．销售员打死也不能说的5类话 / 114　15．从心理上吸引客户的注意力 / 117　16．洞悉身体语言中藏着的心理学 / 120第四章 在谈判中“俘虏”客户——把握好成交时的客户心理　1．永远不要接受第一次开价或还价 / 124　2．放长线钓大鱼 / 127　3．先给一颗糖吃，再来一巴掌 / 130　4．给客户一点善意的“威胁” / 133　5．掌握谈价中说“不”的艺术 / 135　6．促使客户早做决定 / 139　7．掌握好时间的妙用 / 142　8．越是要成交时越不能急 / 144　9．减少客户对风险的担忧 / 147　10．在作出让步的时候，要求对方给予回报 / 150　11．帮助客户缩小选择范围 / 152　12．使用有说服力的例证 / 155　13．销售不仅仅是销售 / 157　14．催款的七招“杀手锏” / 160第五章 有效引导客户——做好销售必知的心理定律　1．沉锚效应：第一印象与先入为主 / 165　2．趋利避害效应：驱动客户的伟大力量 / 168　3．物超所值效应：帮客户做笔划算的买卖 / 170　4．登门槛效应：销售人员就是要得寸进尺 / 172　5．互惠效应：相互都有好处，客户才没心理压力 / 175　6．投射效应：帮客户进行情感转移 / 178　7．面子效应：为客户脸上争取光彩 / 180　8．权威效应：无形之中的服从法则 / 182　9．承诺效应：保持前后一致的道德观 / 185　10．对比效应：参照下的隐形失真 / 188　11．固定思维效应：用客户的??验说服客户 / 192　12．禁果效应：你越不想卖，客户偏想买 / 195第六章 注重心理细节——和客户做永久的生意　1．从细节处寻找突破点 / 198　2．记住客户的重要日子 / 200　3．拜访客户时记得先讨一±?水 / 203　4．永远让客户先挂电话 / 205　5．随身携带记事本，及时记下客户的要求 / 208　6．只比客户穿得好一点 / 210　7．对客户的秘密守口如瓶 / 212　8．赢得了时间就赢得了销售 / 214　9．塑造打动人心的第一形象 / 217　10．假装巧合可以减轻客户的心理负担 / 220　11．用移情效应à?近与客户的距离 / 223　12．4种方法快速缩短心理距离 / 225　13．见面时间长，不如见面次数多有效 / 228

章节摘录

（1）摸准客户心理价位　　任何一类产品都有一个“心理价格”高手“心理价格”也就超出了大多数用户的预算范围，低于。
心理价格。
会让用户对产品的品质产生疑问。
因此，了解消费者的心理价位，有助于市场人员为产品制定合理的价格。
有助于销售人员销售出此种产品。
　　在IT行业，无论是软件还是硬件设备的销售，如果你了解到你的下限售价高于客户的心理价位，那么下面关键的工作就是拉升客户的心理价位，相反则需要适度提升你的售价：心理价位在终端销售表现就更为明显，以服装销售为例，消费者如果在一番讨价还价之后，如果最后的价格还是高于其心理价位。
可能最终还是不会达成交易，甚至消费者在初次探询价格时。
如果报价远高于其心理价位，就会懒得再看扭头就走。
（2）给客户一些实惠　　心理学认为，当人们给予别人好处后，别人心中会有负债感，并且希望能够通过同一方式或者其他方式偿还这份人情，这就是互惠原则的特点。
俗话说“鸦有反哺之义，羊知跪乳之恩”。
动物尚且如此，更何况人呢？
所以，如果你想驾驭别人，就要给人好处，让人对你有负债感，这样对方才会心服口服地跟着你走。
心理学上将其称为互惠原则。
　　……

编辑推荐

销售就是一场心理战，销售就是心与心的较量。
顾客已经变得越来越聪明！
一个成功的销售人员往往不是因为他聪明，而是因为他精通销售心理学！
《3分钟把握客户心理:不可不知的销售心理学》通过生动的解析和事例.结合心理学常识，让你准确地读懂客户的内心世界.更好地和客户交流，从而让你在在销售道路上走得更顺畅，让你的销售业绩变得更加卓越！
每天学点销售心理学，不懂心理学就成不了销售精英，销售是一场心理博弈战，必须读懂客户内心和了解客户需求才能立于不败之地。

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