

<<别卖产品,卖欲望>>

图书基本信息

书名：<<别卖产品,卖欲望>>

13位ISBN编号：9787122126139

10位ISBN编号：7122126137

出版时间：2012-2

出版时间：化学工业

作者：张野

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>

## <<别卖产品,卖欲望>>

### 前言

客户为什么会购买？

这个问题的答案可能五花八门。

但无论什么答案，都可以归到一点：在购买某种产品或服务前的一刹那，客户想的就是要拥有它！

正是这种欲望促使客户下定决心购买。

优秀销售，应该是能把握住客户欲望的高手。

他们利用客户的各种欲望和心理，为客户带去更好的产品或服务，从而更受客户的青睐。

所以我们在销售产品的时候，要学会把卖产品的想法转变成向客户“销售欲望”。

就是要从产品出发，把核心欲望传递给客户，接着再重新回到产品，从而使销售工作达到事半功倍效率。

一个好的销售应当善于去发现客户的潜在欲望，并将其与自己的产品联系起来，从而促成购买行动。

而如果更上一层，一个大师级的销售则不仅能够发现客户的潜在欲望，甚至还能够发掘欲望，让客户对产品产生某种必需的欲望。

客户有需要，但为什么不买？

这要归因于客户的各种心理。

当客户回避我们，这是因为客户具有戒备心理，这是每个人都会有的；当客户不愿意改变现状，致使销售行为无法完成，这是因为客户的安全心理，他们害怕改变后情况会更加糟糕；当客户对我们提出异议，是因为客户有避害心理，他们害怕买到的产品并不是很好；那些总是不满意的客户，则是因为他们具有趋利心理，他们总是想要发掘更大的利益，占更大的便宜。

然而，即使我们突破了上面几道心理防线，还会有客户的完美心理在前面等着。

而这一切都是让我们感到销售工作无比艰难的原因。

但这一切是不是就是无法克服与改变的呢？

当然不是。

好的销售往往都是心理大师，他们能够在销售过程中恰当地运用心理规律，挖掘客户的潜在欲望，甚至激发客户产生新的欲望。

客户的戒备心理——猎奇欲望来消除。

客户的安全心理——稀有欲望来引导。

客户的避害心理——价值欲望来解除。

客户的趋利心理——核心欲望来抓住。

客户的完美心理——“请耐心等待本书。”

我们与其说是在销售产品，不如说是靠挖掘和激发客户的欲望来促使客户对产品产生需求——用产品满足自身欲望，从而更主动作出购买产品的决定。

人人都有欲望，只要恰到好处地把握住它，就会发现，我们可以将任何产品，卖给任何人：因为产品有限而欲望却无限。

“卖产品不如卖欲望”，这是本书提出的一个颠覆性的销售法则！

当我们切实地理解本书的要义，就会发现，在销售路上，我们能走得更远！

## <<别卖产品,卖欲望>>

### 内容概要

如今的客户越来越挑剔，成交也越来越难。  
要想在销售业绩上有所突破，需要改变之前以产品为中心的销售模式。  
本书提出“卖产品不如卖欲望”的理念，针对客户购买过程中的戒备心理、安全心理、避害心理、趋利心理、完美心理等5种不同心理，从“卖欲望”这一独特的切入点，阐述了如何攻破客户的心理防线，顺利成交。

## <<别卖产品,卖欲望>>

### 作者简介

张野，国家注册高级企业培训师，“欲火重生”销售集训营创始人，销售精英意志力集训营创始人，沈阳华人成长企业咨询有限公司董事长。

1995年开始从事陌生拜访，屡获销售冠军称号；2000年开始从事培训工作，在全国巡回演讲、培训上千场。

在销售及培训生涯中总结出销售最高境界：随心所欲。

参加培训的企业客户满意率高达99%。

已经出版专著《成交无限：有效客户沟通的55个技巧》。

## <<别卖产品,卖欲望>>

### 书籍目录

#### 第1篇 卖产品不如卖欲望

##### 第1章 好销售员都是心理大师

1. 美容奇品海蓝之谜——出售猎奇欲望
2. 绝无仅有百达翡丽——出售稀有欲望
3. 品质出众苹果品牌——出售核心欲望
4. 棒球热狗雪佛兰——出售价值欲望
5. 恕不出售的劳斯莱斯——出售占有欲望

##### 第2章 失败销售,败在不懂心理

1. 戒备心理使客户回避销售员
2. 安全心理使客户不愿意改变现状
3. 避害心理使客户提出异议
4. 趋利心理使客户总不满意
5. 完美心理使客户拒绝购买

##### 第3章 恰到“痒”处的欲望式销售

1. 用猎奇欲望引起客户的兴趣
2. 用稀有欲望引导客户的购买
3. 用价值欲望消除客户的异议
4. 用核心欲望抓住客户的关键需求
5. 用占有欲望促成购买行为

#### 第2篇 消除戒备心理:卖猎奇欲望

##### 第4章 消除戒备心

1. 打造销售员的第一印象
2. 消除客户的戒备心
3. 巧妙预约,打开销售之门

##### 第5章 引起猎奇欲

1. 观察客户的核心兴趣点
2. 好奇心是客户注意你的前提
3. 良好的时间管理启动销售流程

##### 第6章 三种客户的三种欲望

1. 有需求有意向:抓住他的购买欲望
2. 有需求无意向:引起他的购买欲望
3. 无需求无意向:埋下他的关注欲望

#### 第3篇 突破安全心理:卖稀有欲望

##### 第7章 突破安全心理的防线

1. 营造氛围,满足客户的安全感需要
2. 不销而销建立情感欲望

##### 第8章 改变客户不购买的想法

1. 用惯性思维引导客户
2. 洞悉安全心理背后的深层需要
3. 用权威榜样击破客户的心理防线

##### 第9章 稀有价值引起购买欲望

1. 稀有价值动摇客户的心墙
2. 迎合客户的稀有欲望

#### 第4篇 消除避害心理:卖价值欲望

##### 第10章 避害心理引起异议

## <<别卖产品,卖欲望>>

1. 挑剔的客户才是真客户

2. 积极回应客户的异议

3. 处理异议的LSCPAS法则

第11章 处理异议,挖掘欲望

1. 消除对拒绝的恐惧

2. 异议是促成购买的契机

3. 让尊重欲望来弥补售后异议

第12章 价值欲望引导客户跟着走

1. 让客户按照我们的引导进行思维

2. 每个客户心里都有价值尺度

3. 用自身价值打动客户的心

第5篇 放弃趋利心理:卖核心欲望

第13章 客户都有趋利心理

1. 一些客户总是会贪小便宜

2. 将重点放在产品上

3. 用小便宜释放客户的欲望

第14章 用核心欲望击溃趋利心理

1. 使用SPIN模式进行提问

2. 抓住言谈后的内心需求

3. 暗示后果引起不安全感

第15章 核心欲望是决定购买的关键因素

1. 抓住产品与客户的共同点

2. 用核心欲望来促成购买

3. 让客户自己肯定自己

第6篇 战胜完美心理:卖占有欲望

第16章 使客户犹疑的完美心理

1. 客户总是想要更好的

2. 得不到的才是最好的

3. 心急吃不了热豆腐

第17章 突破完美心理的防线

1. 用热情敲开客户的门

2. 细心体贴满足舒适欲望

3. 让客户帮我们突破防线

第18章 引起客户的占有欲望

1. 正视难点,引起占有欲

2. 从细节寻找突破点

3. 以退为进,促成更多购买

## <<别卖产品,卖欲望>>

### 章节摘录

版权页：在新型销售模式中我们总是强调要根据客户的潜藏欲望来推介产品，和客户产生交流，尽量了解客户，进而介绍自己的产品。

就客户的潜在欲望来说，拥有最具核心价值的产品，购买到最物有所值的东西，是每个人都期望的。抓住这一点，销售员就会有更多的信心进行接下来的介绍。

优秀的销售员会站在客户的角度去判断，客户是否需要自己的产品，并且帮助客户将产品的这种作用最大化，也就是强调产品的核心价值，以及对客户个人核心价值的提升作用。

法则2：关注客户的核心需要新型的销售模式更倾向于感性销售。

销售员首先需取得客户信任，才能进一步促成与客户的销售关系。

想要拉近与客户之间的关系，销售员就应当从各个方面去了解自己的客户。

关注客户的核心欲望，了解客户的核心需要，是一个优秀的销售员让客户信任自己的先决条件。

客户信服销售员能够切实为自己谋取利益，他们认为销售员了解自己，也就了解自己的所需，所提出的方案就是切实可行的。

任何一个人都很难摆脱已有的生活和习惯，销售员应当能够理解客户开始是没有安全感的。

当销售员要说服客户去改变以往的做法，促成购买行为，那么就要从根本上让客户感受到产品的核心价值，让客户感觉到——什么是值？

这就是值！

他所做出的购买行为也是匹配其身份，彰显提升其自身核心价值的。

法则3：提升自身的核心价值如何让客户更信任自己，这对每一个销售员来说都是一个相当重要的课题。

而在这个课题当中最重要的部分是一个销售员如何提高自身的核心价值。

当一个销售员懂得每天每时每刻对自己说“你是最棒的”，对自己进行自我鼓励，那么他的自我价值就在提升，他在潜意识中为此付出努力。

同样，就一个产品的品牌来说也是如此。

一个产品也有其核心价值，这份核心价值在于凸显自己与其他产品的不同。

## <<别卖产品,卖欲望>>

### 编辑推荐

《别卖产品,卖欲望》编辑推荐：客户的戒备心理——猎奇欲望来消除、客户的安全心理——稀有欲望来引导、客户的避害心理——价值欲望来解除、客户的趋利心理——核心欲望来抓住、客户的完美心理——占有欲望求征服。

顶尖销售都是心理大师，他们对客户的心理了如指掌他们不是单纯的产品销售者，而是客户欲望的“催化剂”通过激发客户的欲望，他们创造了一个又一个销售奇迹。

客户为什么购买？

一切由心理决定！

销售就是一场心理战，只有激活客户的欲望，才能成功抓住客户的心，让客户心甘情愿地掏钱！

畅销书《卖什么也别卖东西》姊妹篇，教你真正管用的销售攻心术。



<<别卖产品,卖欲望>>

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>