

<<高效推销的意识洞察>>

图书基本信息

书名：<<高效推销的意识洞察>>

13位ISBN编号：9787504469540

10位ISBN编号：7504469548

出版时间：2010-8

出版时间：中国商业出版社

作者：相天

页数：290

字数：280000

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>

<<高效推销的意识洞察>>

前言

现代社会是一个充斥着推销行为的社会，我们每个人都在不断地接受推销，每天也都需要从事推销。我们无时无刻不在推销自己的思想、观点、产品、成就、服务、主张、感情等等。不管从事何种工作，无论你的愿望是什么，若要达到你的目的，就必须具备向别人进行自我推销的能力。

只有通过自我推销，你才能取得成功，才能实现你的美好理想，达到你的目标。

婴儿又哭又闹，于是妈妈就把他抱在怀里，将奶瓶塞到他嘴里。

他用哭闹声向妈妈推销，接到的订单就是牛奶和妈妈温暖的怀抱；当你稍大一点时，你就向妈妈推销你的天真、活泼和可爱的天性；当你知道钱可以用来买东西时，你又采取“赖皮”的推销法，向父母索取零用钱；你向上司推销你的建议；你向部下推销你的决策；你向恋人推销爱情，你的第一次约会也同样是推销，比如你要说服对方你能给他幸福、快乐的一生；你向朋友推销忠心和真诚；你向儿女推销为人处世之道……可见，推销已经由我们原来理解的商务“推销”而变得无处不在、无时不在，变得充满了情感元素，上至国家元首，下至平民百姓，无一不需要推销。

了解到了推销的重要性，难题也随之而来：怎么才能将你的推销发挥出最大的潜能呢？

我想，这是大多数人都需要关注的问题。

<<高效推销的意识洞察>>

内容概要

善于察言观色是一个优秀推销者所必备的素质——从对方的举手投足之间揣摩其意向，从对方的小习惯中识别其真伪.从眼神和言语中判断出隐含的动机。

《高效推销的意识洞察》主要从人的印象、言谈、习惯、行为、交际和经验等方面入手，辨人于弹指之间，察其心而制其人；观人于咫尺之内，识其言而审其本；给推销者一双识人的慧眼，一把度人的尺子，以达到自己所要达到的推销目的。

<<高效推销的意识洞察>>

书籍目录

第一章 地域不同，推销手段有讲究 1. 大气的东北人 把“咱们”挂在嘴边 “亲情观念”，永远的王牌 “面子”功夫要做足 2. 豪迈的西北人 “情”动人心 跳楼价永远不“跳楼” 3. 时髦的东南人 “名牌”吸金的通行证 “绿色”的就是健康的 4. 精细的西南人 特价商品，请君人瓮 “纯手工”，大有文章可做

第二章 举手投足，消费心理全明了 1. 眼动而心动 挤眉弄眼有内涵 视线专注与否有深意 2. 手部动作演绎消费情绪 用手卷头发露状态 耍弄拇指有深意 指手画脚间显性格 买不买，搓手就知道 3. 从腿部动作发现对方心理动向 叉腿搂头有文章 两脚位置不容忽视 4. 无意识的小动作泄露内心 摇头晃脑有启发 拍拍头，心思全知道 行走角落有意义 抹抹头发，就知买不买

第三章 说话不同，买与不买全知道 1. 倾听也是一项技巧 想法是说出来的 听出对方心理的技巧 2. 用语言操纵消费者 泄露一分“秘密”，换取十分利益 欲擒故纵，说服你 恰到好处的沉默 把交易拖延到最后一分钟 3. 讨价还价的艺术 摸清底线 慎重接受第一次出价 “先苦后甜”好成交 打好“品质”这张牌 4. 没有拒绝。

就没有成功 “暂时不需要”——对现状满意 “不要打电话过来”——感觉被骚扰 “我不知道”——不信任 5. 异议也分真假 价格上的异议 感情上的异议 妥善处理消费者的各种异议

第四章 性格不同，销售方法也不同

第五章 年龄不同，推销手法不一样

第六章 性别不同，男女思维有差别

第七章 职业不同，消费思维尽不同

第八章 家庭不同，成员需求也不同

第九章 现代消费意识及策略

<<高效推销的意识洞察>>

章节摘录

水绕山环、沃野千里是东北地面结构的基本特征。

正是这种地理特征，使东北成为经济实力雄厚的大经济区；也正是这种地理特征，造就了东北人大气豪迈的性格特征。

对英雄的崇拜，对勇敢、强健、勤劳之品性的认同，正是东北文明在东北人身上的体现，东北土匪既有杀人越货、打家劫舍的凶残一面，也有仗义行侠、忠义抗敌的进步的一面，他们的品质可以说是狩猎民族本性在商业文明时代的变态表现。

东北人“霸气”而又“灵动”，其不胜不归的心劲体现为一种比野生东北虎更勇猛，比牛皮筋更柔韧的硬汉精神。

东北人有较为强烈的建功、立业、扬名的心劲。

“怕老婆的男人才是好男人”是东北爷们儿常挂在嘴边的一句话。

虽然在菜市场上看不到多少东北男人，但一发了工资就如数上缴的绝对是大多数东北男人的行径。

东北人还有一个特点就是热情豪爽，行侠仗义。

雪村的那首歌《咱们东北人都是活雷锋》就是对这种性格的最好解释。

在东北，常听到这样一句话：“别谈钱，一谈钱感情就远了”……综合以上的元素，我们不难得出：大气，豪爽，重感情，要面子，家庭观念强是东北人的整体性格特点。

性格决定消费思维，在产品的购买上，处于经济区的东北人的购买能力与其他地区相比会较强；热衷于名牌产品；家庭消耗品使用量大；对推销人员的介绍能够认真采纳。

<<高效推销的意识洞察>>

编辑推荐

《高效推销的意识洞察》：掌握既快速又简单的方法，洞察客户的想法和感受。
在真真假假的谈话中，读懂客户不愿意说出的真实想法。
在短短的几分钟内，识别形形色色的客户，争取主动，占据上风。

<<高效推销的意识洞察>>

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>