

<<每天学点销售心理学>>

图书基本信息

书名：<<每天学点销售心理学>>

13位ISBN编号：9787506486941

10位ISBN编号：7506486946

出版时间：2012-7

出版时间：中国纺织出版社

作者：秋禾 编著

页数：268

字数：259000

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>

## &lt;&lt;每天学点销售心理学&gt;&gt;

## 前言

每个销售员都想取得非凡的业绩，签下大批订单，赚取丰厚的提成，甚至幻想有朝一日，作为“销售精英”、“营销专家”对新人进行业务培训。

目标靠行动达成，于是，一些销售员为实现这些目标积极行动了：千方百计地约见客户，讨好客户，口若悬河地介绍产品，迫不及待地提供报价，软磨硬泡地要求签单，恨不得每走完一遍销售流程，就做成一笔大生意。

然而，无论他们怎样努力，即使跑断了腿、磨破了嘴，客户就是不买账，始终不肯签单。

在挫折面前，很多销售员抱怨客户不近人情、抱怨业绩难做，整日带着愤懑情绪约见客户，这样就更难以取得好的业绩。

如此恶性循环，最终，原本满怀豪情壮志的销售员，大多选择做了销售战场上的逃兵。

真的是客户不近人情吗？

真的是业绩难做吗？

做出业绩不易，但上述销售员没能做出业绩，并不是因为他们所谓的“业绩难做”——没能做出业绩，更多是因为“逃兵”们不懂销售，准确地说，是不懂销售心理。

销售过程就是客户对销售员和产品从拒绝到接受，从排斥到认同的心理转变过程。

销售成功的关键点就是赢得客户的信赖，而赢得客户信赖的前提是掌握客户心理，了解其真实想法，解决其问题，满足其需求。

关于如何做销售，来看看销售大师们是怎么说的：汤姆·霍普金斯：“若你想获得自己梦寐以求的成功，理解销售过程背后的心理学非常重要。

”乔·康多尔夫：“在销售领域，有98%的知识是理解人的心理和行为，2%的知识是产品知识。

”查尔斯·M.弗特勒尔：“每个销售人员都必须关注顾客的心理与行为，诸如动机、感知、学识、态度以及人格特征。

”博恩·崔西：“销售是面对人的，所以，知道销售对象是如何想的，这比什么都重要。

不懂心理学的销售人员，往往会产生适得其反的效果。

所以，要想提升你的销售业绩，试试从了解销售心理学开始吧！

”大师们的话，掷地有声，总结一下就是：销售是一项与人打交道的事业，一味埋头推销是不行的，应该认真揣摩客户的心理。

回到刚才的话题：销售“逃兵”们的失败，真的是因为客户不近人情吗？

真的是业绩难做吗？

其实原因很简单，他们忽视了对客户心理的研究。

比如，客户对销售员会有抵触心理，对产品质量会有怀疑心理，对价格会有嫌贵心理，临近成交还会有犹豫心理，签完合同又会有获取服务心理，等等，对于客户的这些心理，“志大才疏”的销售员们一概不去研究，更不懂如何满足，他们只知道苦干、蛮干，将销售这一需要双方互动的活动变成了自己的“口才秀”，甚至流露出咄咄逼人的“强卖”情绪，这样一来，客户不反感才怪呢？

做销售工作，多少有点“有心栽花花不发”的意思，就是说，销售员要端正自己的态度，不能一头扎到钱眼儿里。

整天想着怎样从客户钱包里掏钱，是做不好销售工作的。

优秀销售员的销售理念，不是赚钱，而是服务，他们是在为客户谋利益，而不是想方设法掏空客户的钱包。

优秀销售员的销售方式，不是单方面向客户推销产品，而是站在客户的立场上，帮助客户选择产品。

销售的最高境界，不是把产品“推出去”，而是把客户“拉进来”。

所谓“拉进来”，就是让客户主动来购买。

销售是销售员与客户之间心与心的互动，也可以说是双方的心理博弈。

销售成功就是从拒绝中走出来的，要化解客户的拒绝，首先要明白客户拒绝的原因；找到客户真正的“抗拒点”，往往就找到了攻心的切入点。

销售员在和客户进行心理博弈的过程中，需要猜透客户的心思，赢得客户的信任、抓住客户的“软肋

## <<每天学点销售心理学>>

”、引导客户的思路，总之，要在这场心理博弈中占上风，用“心”（而不是“嘴”）来赢得订单。在销售的过程中，采用恰当的心理策略能帮助销售人员取得成功，使得销售行为的效率最大化，从而创造骄人的业绩。

所以，要想真正实现上述“订单”“提成”“销售精英”“营销专家”等目标，销售员就必须掌握一定的销售心理学，灵活运用一些销售的技巧和方法，成为客户的“知心人”。

虽然人是这个世界上最复杂的生物，人的心理更是变化无常，但只要销售员在销售的过程中善于观察、总结，客户的心理还是有一定规律可循的。

本书以心理学知识作为理论基础，汇集了大量相关的销售实战案例，提炼出了在销售中销售员掌握客户心理的114个方法，这些方法环环相扣，直击销售全流程客户的各种心理，销售员迅速掌握并运用这些方法，就能在销售过程中不断取得骄人业绩。

## <<每天学点销售心理学>>

### 内容概要

销售过程本质上来说，就是销售人员与客户之间进行心灵互动的过程。专业的销售员不仅要洞察客户心理，了解客户购买需求，同时还要掌握灵活的心理应对方式，以此来完成实现销售的目的。

这是一本有关销售心理的图书，书中将销售人员必备的销售心理进行了模式化的解读，是为销售人员量身打造的销售心理宝典。

书中引用了大量的销售实战案例，将理论与实践相结合，帮助销售人员轻松掌握和应对销售过程中的客户心理，从而提升自身的销售能力。

## <<每天学点销售心理学>>

### 书籍目录

#### 第1章

做销售先要“懂人心”——不可不知的销售心理学定律

- 1.哈默定律：只要人有需求，就可以做成买卖
- 2.二八定律：重要客户希望得到更多的关怀
- 3.麦吉尔定理：每个客户都用他自己的方式看待服务
- 4.首因效应：给客户的第一印象决定销售成败
- 5.赫克金法则：对销售员来说做个好人比什么都重要
- 6.从众效应：客户消费喜欢随大溜
- 7.互惠效应：给客户甜头，自己才有赚头
- 8.权威效应：客户往往喜欢跟着“名人”走
- 9.凡勃伦效应：有时候最贵的就是最畅销的
- 10.奥美定律：被当做上帝对待，客户就会关照你的生意
- 11.曼狄诺定律：微笑可以换取黄金

#### 第2章

做销售要能“猜人心”——用读心术了解客户的内在心理

- 1.只有像鱼一样思考，才能钓到鱼
- 2.从眼神中获知客户的心理需求
- 3.从客户的头部动作了解其心理倾向
- 4.通过客户坐姿判断其心态想法
- 5.看清客户手部动作，知晓其心底秘密
- 6.客户情绪变化常体现在习惯动作上
- 7.透过口头语洞察客户的心理
- 8.声音的变化常能反映客户心理波动
- 9.话里有话要辨析，听出客户的言外之意
- 10.察言观色，读懂客户消极状态的本质

#### 第3章

做销售要能“近人心”——用笼络术消除客户戒备心理

- 1.与人自来熟，营造“一见如故”的氛围
- 2.初次见面要吸引客户，关键还是真诚待人
- 3.敬重初见客户，从牢记其姓名开始
- 4.要获得客户喜欢，言谈举止多模仿客户
- 5.“风头”让给对方，给客户表达的机会
- 6.用心倾听客户讲话，最能赢得客户好感
- 7.要拉近双方距离，可多谈谈彼此都熟悉的人或事
- 8.夸得巧才能走得近——巧妙地赞美你的客户
- 9.面对客户，多说“我们”少说“我”
- 10.小幽默最能活跃推销谈话的气氛
- 11.请反感自己的客户给予批评，他反而会接受你
- 12.记住客户小事上的好恶，常能令对方感激

#### 第4章

做销售要能“诱人心”——用引导术激发客户购买欲望

- 1.表现“偶然性”，告知客户“机不可失”
- 2.激发客户好奇心，让其对产品产生兴趣
- 3.适度运用专业语言，做好产品介绍
- 4.扬长避短，把产品的优势充分展现出来

## <<每天学点销售心理学>>

- 5.将推介“量化”，让数字为你说话
- 6.杜绝自吹自擂，承认产品有优点也有不足
- 7.展示使用价值，诱发客户消费欲望
- 8.让客户知道产品已经有很多人购买
- 9.适度夸张，制造“很可能买不到”的紧张气氛
- 10.人人都有趋利心理，巧用利益引导法

### 第5章

做销售要能“钻人心”——找准对各类客户的销售突破口

- 1.对贪便宜的客户，多实行“买一送一”
- 2.为爱慕虚荣型客户多戴高帽
- 3.对于骄傲型客户要维护好其自尊心
- 4.对爱表现口才的客户，要有听的耐心
- 5.对节约俭朴型客户，多讲讲价格的公道
- 6.对犹豫不决型客户，及时提出购买建议
- 7.对时间观念强的客户，推销要注重效率
- 8.对沉默型客户，引导其开口交谈
- 9.对固执型客户，一切需要商量着来
- 10.对稳健型客户，推销多走“理性路线”
- 11.巧激发，冲动型客户能成为“摇钱树”

### 第6章

做销售要能“合人心”——根据客户的消费偏好做推销

- 1.客户爱“实惠”，就突出性价比
- 2.客户爱“便宜”，就让价格先高后低
- 3.客户爱“新潮”，就巧用个性包装
- 4.客户爱“面子”，就诱发其虚荣心
- 5.客户求“效率”，就严守交易时间
- 6.客户求“真实”，就让其亲身体会彻底放心
- 7.客户求“方便”，就提供上门服务
- 8.客户爱“舒适”，就想客户之所想

### 第7章

做销售要能“动人心”——用攻心术说服客户同意购买

- 1.要想从客户口袋里掏钱，先让客户动心
- 2.交谈之初，就要让客户说“是”
- 3.有了切身体验，客户便可对自己进行暗示说服
- 4.让客户权衡，用支出和收益对比“攻心”
- 5.激发“攀比心理”，客户便不难被说服
- 6.试试“趁虚而入”——选择客户疲倦的时候攻心
- 7.利用客户“小偏好”，触动客户的心
- 8.客户激动才有销售机会——用煽情的话劝说客户购买
- 9.触动客户的“感情软肋”——推销可以利用客户的怀旧心理
- 10.指出不买的损失，让客户下决心购买
- 11.向客户证明物有所值
- 12.强化愉悦体验，让客户开心地花钱

### 第8章

做销售要能“转人心”——在客户的拒绝中寻找商机

- 1.给因为害怕风险而对推销说“不”的客户以心理安全感
- 2.正面不通走侧面，灵活应对否定产品的客户

## <<每天学点销售心理学>>

- 3.先“利”后“理”，客户的意愿就可以改变
- 4.让客户的“缓兵之计”无法施展——应对“以后再说”的策略
- 5.产品未完全满足客户要求也能成交
- 6.有备而来，不怕客户说“没钱”
- 7.对说“考虑考虑”的客户，说明“过了这村没这店”
- 8.对于说“我要和某某商量一下”的客户，容其缓作决定
- 9.买卖不成仁义在，尊重客户“不出手”的选择

### 第9章

做销售要能“结人心”——销售谈判应着眼于互利双赢

- 1.为留出谈判空间，要价须高于实价
- 2.别在第一次还价后就答应，给客户“好事多磨”的感觉
- 3.巧用“低飞球技巧”，销售讲究迂回前进
- 4.你有来言我有去语，巧妙拒绝客户不合理的价格
- 5.合理转移话题，多谈价值少谈价格
- 6.巧用“货比货”，能使客户主动加价
- 7.销售谈判要能妥协，但“底线”不能放弃
- 8.来而不往非礼也，作出让步时要让客户给予回报
- 9.演演“不情愿卖”的戏，让客户感觉占了便宜
- 10.做销售不要陷入“囚徒困境”，而要追求双赢

### 第10章

做销售要能“振人心”——掌握客户购买信号及时促成交

- 1.洞悉客户成交前的心理状态
- 2.“被挑剔”是好事，嫌货才是买货人
- 3.密切留意客户言谈，从中捕捉成交信号
- 4.对于不易说服的客户，使用“步步为营成交法”
- 5.适当制造紧迫感，给客户一些压力
- 6.缩小选择范围，“二选一成交法”能让客户快速成交
- 7.“利大于弊成交法”最能提振客户购买信心
- 8.要客户立即购买，就要运用“稀缺法则”
- 9.掌握“瞬间成交法”，踢好“临门一脚”
- 10.推销，别忘了使用“激将法”
- 11.“煮熟的鸭子”要抓牢——成交后避免客户反悔

### 第11章

做销售要能“赢人心”——改进售后服务获得长期客户

- 1.销售不应止于签单收款，做生意要有长远眼光
- 2.买卖即成深化感情，成交后对客户说声“谢谢”
- 3.以关注嫁出的女儿的心态，关注售出产品状况
- 4.签单后服务要跟上，成交后的服务最能体现诚意
- 5.卖完产品“卖”理念，按“一三七法则”开展售后服务
- 6.服务巧打“感情牌”，给产品披上“感情外衣”
- 7.信用值千金，答应客户的事一定要做到
- 8.听取并回应客户抱怨，能赢得对方的宽容与支持
- 9.提供超出期望的服务，才会有不断的客源
- 10.靠服务赢人心，用出色的售后服务招揽更多回头客

## &lt;&lt;每天学点销售心理学&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：陈鑫是某大型购物广场临时聘用的促销员，他很会察言观色，因此促销业绩非常好。一个周末，来购物广场消费的人特别多，陈鑫忙得不可开交。

在众多客户中，有一位客户引起了陈鑫的注意。

那是一位三十多岁的男士，在那里站了好长时间。

和其他客户不同的是，男士不喜欢说话，陈鑫过去和他打招呼，他也是爱搭不理。

而且他站在促销货物的边上，一边看，一边不停地用脚尖击打地面。

陈鑫觉察出这种人是典型的完美主义者，非常自恋，并且不会与别人相处。

于是他站在不远处，观察着这位男士，男士犹豫许久终于抬头寻求帮助。

于是陈鑫上前为其提供帮助，很快，这位客户在他的帮助下购买了商品。

从上面的例子我们了解到，客户有各种各样的习惯动作，所以，销售员在和客户交流的时候，一定要从他们的言谈举止和行为习惯中搜集信息，然后针对不同性格的人采取不同的措施。

上面例子中的陈鑫就是从客户脚尖点地的动作中判断出了对方的性格和心理，从而给客户足够的空间，最终促成销售。

生活中的一些习惯动作，准确地反映了人们的心理活动，同样，客户在消费的过程中，也会很自然地将自己的习惯性动作表现出来。

销售员如果能积极捕捉客户的这些习惯性动作，就能准确把握客户心理，更好地促成合作。

那么，客户的哪些动作需要销售员捕捉和把握呢？

1.交谈时不停地打手势 如果销售员发现客户一边说话，一边不停地打手势，那么，他是个控制欲非常强的人，同时也是个雷厉风行的人，很讲究做事的效率。

遇到这样的客户，销售员要提高做事效率，迎合客户的做事风格。

只有这样，客户才能视你为知己，才会和你长期合作。

2.两脚自然站立，双手背在背后 有这种习惯的客户，一般都是有一定社会地位、知识水平，在单位里担任领导的关键人物。

因此，销售员与这类客户交谈时，热情礼貌，绝不能因为自己一时疏忽而给对方留下不好的印象，也许对方不能直接决定与你合作，却能间接影响他人不与你合作。

3.用脚尖拍打地面 用脚尖拍打地面的人懂得自我欣赏，但是也比较保守和封闭，不喜欢与他人交流。所以，如果销售员发现客户有这个习惯动作，就要做好打攻坚战准备，同时言谈举止一定要中规中矩，不可太随意，以免给客户留下不好的印象。

4.用点头和摇头来回答问题 一般来说，用点头和摇头来回答问题的人自我意识都比较强。

所以，销售员在和这类客户交流时，只要用心促成合作，以后就可以高枕无忧了。

因为这类客户一般不会轻易和他人合作，如果决定与你合作，就会认真负责地与你合作。

所以，遇到这样的客户，销售员虽然开始要投入较多的精力、付出较多的耐心，但是只要成功，对方就是你忠诚的客户。

5.双手不停地在口袋里插进去伸出来 如果客户有这样的习惯性动作，那么他答应你的事情可能不会完全做到，所以也不能太相信这类客户的承诺。

销售员要做好心理准备。

如果当时签不了合同，一定要及时跟进，千万不能等着客户主动联系你。

在合作的时候，也要把各种注意事项和客户说明白，即使合作了，也要时时保持联系。

因为这类客户做事情想的比做的多，行动起来总是小心谨慎。

所以，销售员要用一些保守的方法来合作。

不可着急，以免让客户对你起疑心。

总之，客户情绪变化常体现在习惯动作上，作为一名销售员，要善于捕捉客户的习惯动作，从而把握客户的心理。



## <<每天学点销售心理学>>

### 编辑推荐

《每天学点销售心理学》编辑推荐：销售过程就是客户对销售员和产品从拒绝到接受，从排斥到认同的心理转变过程。

销售成功的最关键点，就是赢得客户的信赖感。

而赢得信赖感的前提，是掌握客户心理，了解其真实想法，解决其问题，满足其需求。

《每天学点销售心理学》就销售过程中客户出现的心理波动进行了细致的分析，以便让销售人员知己知彼，百战百胜。

<<每天学点销售心理学>>

名人推荐

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>