

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

图书基本信息

书名：<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

13位ISBN编号：9787511320247

10位ISBN编号：7511320244

出版时间：2012-8

出版时间：中国华侨出版社

作者：弗洛伊德工作坊 编

页数：232

字数：215000

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>

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

内容概要

本书精选了哈佛、耶鲁、剑桥、牛津等著名学府数百位心理学家的心理学实验，辅以丰富的现实销售案例，通过对近50个心理学实验带来的启示来探析顾客的心理。深入浅出，使你在轻松中学会如何观察、感知和驾驭顾客，获得竞争优势，迅速刷新销售业绩，成为销售行业中的佼佼者。

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

作者简介

弗洛伊德工作坊，来自北京大学、北京师范大学、中国科学院等名校和机构的博士、硕士自发组成了心理学研究小组，梳理了哈佛、耶鲁、剑桥、牛津等著名学府数百位心理学家的经典心理学实验，归纳为职场、情商、人际交往、消费心理、领导力等各个领域，将最前沿、最实用的心理学原理应用于大众生活。

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

书籍目录

第一章

洞察心理需求：顾客真正需要的不是产品
波斯托曼锐化实验：对顾客保持认知
基洛维奇实验：顾客真正需要的是你对他的重视
猩猩实验：你喜欢顾客，顾客就会喜欢你
查荣茨实验：与顾客见面时间长，不如见面次数多有效
哈洛的猴子实验：情胜于钱
凡勃伦实验：越贵的产品往往越有人买
印刻实验：抓住新顾客的第一次
科勒猩猩实验：刺激顾客，促进销售

第二章

判断购买心理：让顾客心甘情愿掏腰包
米尔格莱姆实验：顾客喜欢跟着“行家”走
沃切尔曲奇饼干实验：越是稀少，顾客越想买到它
阿希实验：抓住顾客的跟风心理
多伊奇竞争实验：以同类人作比较，激发顾客的攀比心态
霍桑实验：善于调动顾客情绪
留面子实验：让顾客高高兴兴去“上当”

第三章

解除心理防线：营造环境是赢得顾客的前提
第一印象实验：给顾客留下美好的印象
德阿雷情感一致实验：微笑可以带来收获
罗森汉精神诊断实验：通过环境对顾客施加影响
纽科姆相似人际关系实验：多谈谈彼此都熟悉的人或物
刺猬实验：和顾客保持合适的距离
餐桌实验：通过餐桌拉近与顾客的距离
莫扎特实验：音乐让顾客心情舒畅

第四章

展开心理博弈：销售是场“心”与“心”的较量
弗里德曼门槛实验：逐步提出自己的要求
冷热水实验：抓住顾客心理微妙的变化
罗森塔尔实验：没有卖不出去的产品
卢钦思实验：敢于创新
划消实验：坚强才能赢得机会
西尔维拉实验：销售不顺就停一下吧
沃森实验：他山之石可以攻玉

第五章

合理引导顾客：让顾客跟着你的思路走
詹巴斗偷车实验：学会引导顾客
赫洛克实验：顾客前多多赞美
哈罗德·西格尔改宗实验：说服你的顾客，让他更加相信你
青蛙实验：让顾客在不知不觉中说“是”
贝勃实验：打折促销吸引顾客

第六章

攻克心理壁垒：捅破销售的那层纸

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

巴甫洛夫实验：利用顾客的习惯

半途实验：将目标放在退一步的地方

齐加尼克效应实验：让自己和顾客放松

格维尔茨成败实验：有第一次成功就有第二次

叶克斯-道森定律实验：适当的压力促进销售

猴子与香蕉实验：销售无定式

木板实验：克服销售中的恐惧心理

萨勒迟延满足实验：把目光放得长远

六度分隔实验：真诚待人，让顾客帮你推荐顾客

第七章

提高心理满足：顾客永远是主角

洛伦兹混沌实验：注意自己的细节

阿维森纳情绪实验：别让糟糕情绪影响顾客

德西实验：寻找更深层次的原因

竞争与合作实验： $1+1>2$ ，合作实现双赢

帕拉克煤气实验：承诺值千金

蔡戈尼实验：因为坚持，所以成功

空白实验：给顾客多留点思考的时间

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

章节摘录

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

编辑推荐

《拿来就用的顾客操纵心理学》编辑推荐：哈佛、牛津、剑桥、耶鲁……数十所名校，300多位心理学家，200多项心理学实验，如何提升你的性格魅力？心理学实验告诉你答案！

<<拿来就用的顾客操纵心理学>>

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>