第一图书网, tushu007.com

<<销售要懂心理学>>

图书基本信息

书名：<<销售要懂心理学>>

13位ISBN编号：9787542935496

10位ISBN编号：7542935496

出版时间：2012-7

出版时间：立信会计出版社

作者：乔拉拉

页数：340

字数：143000

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

第一图书网, tushu007.com

前言

销售，从心开始要想说服你的客户，首先要对每个产品的性能、功效、价位等了解得清清楚楚，甚至亲自使用过，平时注意搜集客户使用过的感受、变化等，这就是所谓的“知己”。
“知彼”就是你要了解客户的真正需要，知道他想要什么，结合自己的产品知识、行业背景，满足他的需求。
一般来说，在迎接客户之后，销售人员应该通过询问客户的一些基本问题来了解客户的实际情况，只有掌握这些内容，才能向客户推荐合适的产品。
不同问题客户的回答和结果是不一样的。
必须预计每个问题可能的答案，以选择那些有利于销售的问题，因此，尽可能提供那些能获得信息、容易回答的问题。
如：谁、什么、哪里、什么时候、为什么、怎样、告诉我关于……这些容易回答并能获得信息的问题，能帮助销售人员了解客户的一些潜在需求。
通过提问，及时了解客户的特殊需求，避免说上一大堆，介绍了许多产品之后仍然不知道客户的真正需要，还要注意从客户的回答中找出隐藏着的真正需要。
因此，对于销售人员来说，聆听客户的回答和陈述很重要，因为它包含了客户很多的潜在需要，也就是说隐藏了许多的销售机会。
聆听客户的陈述时，应该注意，保持最大的注意力，切忌东张西望，心不在焉，也不要随意打断客户的话，因为这样显然不尊重客户，对客户不礼貌。
还有就是尽量避免否定的价值判断，如“你这话就不对了”……在提问和聆听之后，销售人员就要分析一下，抓住其中的销售机会。
有时候，客户并没有直接说出他的需要，而是用一些否定的说法和判断掩盖了他的需要。
例如客户说：“我不需要这种产品，因为我……，所以我……。
”乍听之下，客户似乎并没有什么需要，但仔细一分析，其实客户真正的需要是相对这种产品之外的另外某种产品。
小品中高秀敏道出赵本山的强项：“听说人家买马上人家那儿卖车套，听说人家买摩托上那儿卖安全帽，听说人家失眠上那人家卖安眠药……听说柱子开四轮车把腿砸了，贪黑起早做了这副拐……”赵本山：“这叫市场，抓好提前量！
”最快速的销售就是根据客人的需求来推荐。
很多门店的导购不知道客人的需求，也不去询问客人，转身就给客人推荐一些自己感觉很合适或者自己认为很漂亮的衣服，结果客人来一句“不喜欢，一般般”的回答，给销售服务反而造成障碍。
因此，在销售过程中，只有了解消费者的真正需求，才能结合自己的知识，去满足他（她）。
客户服务员要善于从客户的身体姿态中体察客户的心理。
客户听到你说这个产品价格是多少时，总觉得你在催促他掏钱买你的东西，难免会产生紧张心理，因此，对价格问题，一定要强化产品给客户带来的好处，减弱产品价格的副作用，让客户有一种“拥有”该产品的心理。
由此可见，抓住客户的心理你才能事半功倍，取得好的营业效果。

第一图书网, tushu007.com

<<销售要懂心理学>>

内容概要

本书着重讲述销售员如何掌握客户的心理，进而通过对客户心理的把握，促成交易。书中案例丰富，点评精彩，具有很强的可读性，对销售工作会有很大的帮助，让你在销售道路上走得更顺畅，让你
的销售业绩一路飘红！

第一图书网, tushu007.com

<<销售要懂心理学>>

书籍目录

第一章
销售如此艰难，你要内心强大
1 树立必胜的信心
2 抛开推销的恐惧
3 坚守固有的责任
4 激发成功的欲望
5 挖掘无限的潜能
6 唤醒憧憬的力量
7 海纳百川的胸怀
第二章
找准成功之匙，开启客户心门
1 让客户记住你的第一印象
2 用真诚打动客户
3 锁定客户的兴趣
4 了解客户的购买动机
5 根据特定环境创造需求
6 让客户感觉到自己的重要
第三章
钻进客户心里，探知客户需求
1 吃透客户心理，生意才能滚滚来
2 先做知心人，再做生意人
3 巧妙提问，发现客户真正需求
4 性价比是客户最想知道的
5 客户喜欢买“值得买”的东西
6 用价格阀门调节客户心理
7 并非价格越低客户越喜欢
8 把握客户，击中对方的软肋
9 不断满足客户的“感性需求”
第四章
掌握5种方法，读懂客户意图
1 专业的客户调查
2 亲自的客户访谈
3 观察客户的行为
4 倾听客户的声音，尤其是抱怨
5 系统学习客户的消费心理学
第五章
客户追求“便宜”，做好优促活动
1 先给甜头，才有嚼头
2 浮动价格，先高后低
3 买一赠一，吃定贪心的客户
4 折价促销，折本赚吆喝
5 优惠卡，拴住客户的绳索
6 有奖销售，吊足客户胃口
第六章
客户追赶“新潮”，推陈出新应对

第一图书网, tushu007.com

1“ 新品就是佳品！
”
2 赢在新颖，胜在别样
3 从众心理，客户的致命弱点
4 让好奇心打开客户的钱袋子
5 巧用个性包装，吸引客户眼球
第七章
客户力保“ 面子 ”，优质优价独享
1“ 穿品牌就有面子 ”
2 恭维客户品位，顺意实施赞美
3 诱发虚荣心，让客户乖乖就范
4 戴高帽，把客户逼上“ 绝路 ”
5 站在众人面前，让客户无处可逃
6 利用攀比心态说服客户
7 激将法可以改变客户的意志
第八章
客户追求“ 效率 ”，速成快捷为宜
1 速战速决，压缩客户考虑的时间
2 制造短缺假象，促成今日交易
3 莫让客户多等一分钟
4 门把法，销售的杀手锏
5 交易完成，不妨来个法兰克式的结束
第九章
客户追求“ 安全 ”，试用后再成交
1 派送试用品，让客户先“ 尝 ”后买
2 亲身尝试，使客户彻底放心
3 以环保为导向，以绿色为主题
4 贬低对手就是贬低自己
5 建立投诉机制，客户才更放心
6 做出保证，让客户安心
7 为客户提供跟踪服务
8 让“ 将来的客户 ”也满意
第十章
客户追求“ 方便 ”，因人而异推荐
1 让客户方便就是为自己赚钱
2 便携式，时代的选择
3 推出不同号码，迎合多样需求
4 上门服务，送货到家
5 一对一服务，有问必“ 答 ”
6 销售就是服务
7 想客户之所想，把舒适送到心里
8 适度热情，让客户自己做决定
9 笑脸应对抱怨，切莫火上浇油

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

版权页： 第一章 销售如此艰难，你要内心强大 一个优秀的销售员，他不但要有卓越的口才，还要有强大的心理。
在面对客户时，要有无所畏惧的心态，要有时刻必备的责任心，要有成功的企图心，要有宽广的胸怀，要有对未来充满憧憬的自信心，这是优秀销售员必备的心态。
1.树立必胜的信心 在销售过程中的每一个环节，自信心都是必要的成分。
——乔·坎多尔弗 自信心不足是销售人员在销售工作中最容易出现的心理问题之一。
自信心不足就如同火箭的助推器燃料不足一样，飞到半空就会渐渐失去动力，最后摔落下来。
销售人员如果对自己没有足够的信心，或者对自己的公司和自己所推销的商品信心不足，就会在销售中失去动力，暂缓前进。
而且，没有自信，也很难感染客户，甚至会引起和增大客户的怀疑。
所以，能否充满自信往往直接影响着销售的成败，可以说销售人员是否能够充满自信地进行推销，是其能否获得成功的具有先决作用的心理因素。
一般来说，导致销售人员自信心不足的原因主要来自三个方面：首先，对自己本身没有足够的信心。
这类销售人员在从事销售工作时，常常会产生“心有余而力不足”的感觉，他们常常觉得自身条件差，怀疑自己的销售能力，认为自己不适合做销售工作，进而产生懈怠心理；或者是因为自身性格因素，在遭受一点挫折以后，产生了严重的挫败感，轻易选择放弃，而不敢继续争取。
其次，对自己所在的公司信心不足。
销售人员有时候会因为对自己所在公司或者企业的实力、前景、信誉等持有某些怀疑，而不能获得应有的安全感；或者不能得到公司为自己提供的相应的环境和机遇，而对公司失去信心。
这使得销售人员得不到必要的归属感和安全感，进而减少自己的工作热情，态度变得消极懈怠。
第三，对自己销售的产品信心不足。
商品是销售人员与客户交易的最直接的东西，产品的好坏对销售人员的心理也是有很大影响的。
如果销售人员觉得自己销售的产品质量不高、价格太贵、与同类产品相比缺少竞争力，就会对产品失去信心。
在进行推销的时候也会心中没谱儿，底气不足，害怕客户挑剔，害怕客户发现过多毛病而使自己丢面子。
以上因素都会对销售人员的心理产生影响，使销售人员自信心不足。
既然心中充满各种疑虑，内心不踏实，销售人员在面对客户时，就无法正常地发挥自己的潜力，就会影响销售，使其工作难以顺利进行。
销售人员只有克服这种信心不足的状况，以积极的态度去进行工作，才会取得好的业绩。

第一图书网, tushu007.com

媒体关注与评论

要想使消费者买你的东西，还得仔仔细细分析“ 上帝 ”们的购买心理。
——乔吉拉德　面对客户，你要从对方的身体语言中揣摩出他的真实意图，寻觅他的真实想法。
——原一平

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《时光文库:销售要懂心理学》编辑推荐：销售就是一场心理战。
只有潜入客户内心世界，找准客户内心真正需求，先做知心人，后做生意人，才能利用心理学战术去化解销售过程中遇到的种种难题。

第一图书网, tushu007.com

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