第一图书网, tushu007.com

<<催眠推销法>>

图书基本信息

书名：<<催眠推销法>>

13位ISBN编号：9787801977885

10位ISBN编号：7801977882

出版时间：2010-9

出版时间：企业管理

作者：乔·维托

页数：235

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

昨晚，朋友们前来参加晚宴。
当地一家报纸的出版商维多利亚问我最近都在忙些什么。
“我正在整理过去写过的一些东西创作几本书”，我回答说：“这也是我的计划，我的成员的计划，我所投资的营养顾问公司，我的旅行，我的客户等等。
”“你现在写的是什么书？
”她问道。
“我称之为（（催眠推销法》，”我回答。
“关于销售和营销的新型心理学。
”她睁大眼睛，充满好奇。
她的丈夫坐在一旁，什么也没有说。
维多利亚已经被深深吸引，接着问道：“什么是催眠推销法？
”我整理了一下思路，回答说：“每个人都处在某种催眠状态下。
人们在思考自己的问题和梦想，他们并不考虑你以及你想要卖给他们什么。
这不是一件坏事，他们只是全神贯注于自己的生活。
为了实现销售，你必须深入他们现在的状态中，并将他们引向你希望他们关注的东西，也就是你的产品或服务。
如果你不能了解他们的内心，他们绝对不会关注你的生意，更不用说从你那里购买了。
”“所以你在劝说他们之前必须首先了解他们的想法？
”维多利亚问道。
事实上这就是催眠购买的核心。
在你将他们带入你想要他们去的地方之前，必须先清楚他们目前身处的位置。
这就是路边小店向人们吆喝“快来看，快来瞧”和把人们当作朋友来帮助他们购买你的产品之间的区别。
前者寻求快速购买，后者则追求长期的有利关系。

<<催眠推销法>>

内容概要

在《催眠推销法》中，维托揭示了最有效和最有力的说服秘诀：通过将良好的市场营销基础和说服影响相结合，你可以引导客户进入“ 催眠购买 ”中，使他们比平时更容易被暗示、更顺从，这样你就可以将你和你的产品顺利地渗透进客户的思维中，使他们确定无疑地进行购买。

当你读书、关注谈话或只是深入地思考生活时，你会远离周围的环境而进入自己的催眠世界中。这种催眠状态没有什么不同寻常，但是与正在催眠状态中的人们进行联系和沟通却是非同寻常的。最好的营销和销售信息被设计渗入客户的催眠中，并与他们所最关注或最感兴趣的事情相联系，从而创造出一个营销信息可以进入的窗口。

《催眠推销法》诠释了这些每天都普遍存在的催眠，并向想要利用这些催眠的销售人员提供了实践指导。

通过学习如何使自己进入客户的催眠世界，优秀的销售人员可以将其转化为催眠购买。

这听起来有点虚幻，但事实的确如此。

如果你知道他们的秘密，催眠是实实在在的并且很容易被操纵。

对于无时无刻不在追求销量的勇敢的销售人员来说，这些说服技巧是获得难以置信的成功的关键所在。

本书适合于所有期待掌握客户心理，引导客户消费的销售、公关和营销人员，尤其是与客户面对面沟通的销售人员，并会为他们带来意想不到的巨大成功。

作者简介

乔·维托(Joe Vimle)，Hypnotic Marketing公司总裁。
由于其将思维精神和市场敏锐性成功地结合在一起，故被称为“ 互联网导师 ”。
其服务过的客户有红十字会、美国公共广播公司(PBS)、儿童记忆赫尔曼医院等商业机构。
著有《诱人因素：创造财富的5个简捷步骤》(The Attractor

<<催眠推销法>>

书籍目录

序对本书的赞誉推荐序致谢奇异的前言第一章 走神了吗第二章 世界上最大的私人催眠书籍收藏第三章 戴金盔的人第四章 购买的真相第五章 教你赚钱的裸体巫师第六章 我是如何发现“ 催眠购买 ”的第七章 如何发现某人所处的催眠状态第八章 便携式帝国的故事第九章 对话催眠：四种心理状态第十章 怎样应对抗拒型客户第十一章 10秒催眠引导术第十二章 还有谁想写一个永远有效的标题？第十三章 最好的全时催眠导入第十四章 如何促使人们购买产品第十五章 如何实现一次不可思议的现场催眠第十六章 全书最重要的一章第十七章 一致意见的催眠力量第十八章 不要阅读本章第十九章 听：如何实现广播催眠购买第二十章 看：如何实现电视或视频催眠购买第二十一章 隐秘的催眠购买诱导第二十二章 惊喜礼物：提示性的总结第二十三章 特别榴告参考书目

章节摘录

插图：你正在阅读本书吗？
能提出这个问题并不容易，同样，要回答这个问题也并非轻而易举。
不错，你可能正在盯着本页书，但是你的一部分思维却离题万里，或者将要离题万里。
因为你可能在考虑下一顿要吃什么，可能在设想下一次约会的情景如何，在猜测下一本书的内容怎样，在估算下一次交易的情况如何，或者其他事情。
实际上，你已经走神了。
尽管你尽力把注意力集中到本书的字句上，但如果我写出别字错句，或者触发了你的新思路，你的大脑思维马上就会偏离主题。
接下来你可能就会把这本书放下，不打算看完这一页，不打算再理睬这一章。
其实，这些都由我如何触发你的思路来决定。
现在暂停，思考一下下面的问题：当你读上面的段落时，你的思维是否真的溜开了？
当我提到你的下一顿饭时，你的肠胃是否开始咕咕叫？
当我提到你的下一个约会时，你是否瞥了一眼手表？
当我提到你的下一本书时，你是否想起了你准备读的其他书籍？
我一直小心翼翼地不给你任何能够直接刺激你的暗示。
如果我做了暗示的话，你的思维会立即溜开。
实际上，仅仅是上面这几句简单的话语，我就敢打赌你的思维至少因此多次离开了本书的主题。
上面这个小练习会让你多少了解一下，当你与你的客户聊天时，当你要求他们读你发送的电子邮件或信件时，或者当他们访问你的网站时，这些人会一直抱着什么样的心态。

媒体关注与评论

“乔·维托的天才光辉前所未有地闪耀着。
这本翔实可信且易于阅读的书是一本史无前例的著作。
维托给了你走入人们心中的钥匙。
你所需要做的只是去转动它。
之前很长一段时间里。
人们只会对你说‘是的’。
但在你实施催眠购买后人们会立刻恳求似地要购买你的产品。
‘催眠推销法’是一部深入人们思维的、令人兴奋的作品，也是乔迄今为止最好的作品。
” ——凯文·霍根《说服：透视沟通和说服心理的学问》和《转换说服方式》两书的作者“本书描绘了市场营销领域的最后一块领地——客户心理的详细地图。
并使他们的‘催眠购买’状态曝光于世。
坦率地说，这本书可能是有史以来最富智慧的市场营销书籍。
” ——戴夫·拉科尼《说服：实现你愿望的艺术》一书的合著者“与维托所著的其他书一样，本书中的每一页上都记载着秘密，就像一名狂热的拉斯维加斯发牌者在发牌一样。
根据本书，你不仅能学习到将人们置入‘催眠购买’状态的方法，而且阅读的过程中，你自己就会进入一种催眠状态.促使你熟练掌握这种方法。
” ——马克·乔伊纳 最佳畅销书《不可抗抵的报盘：如何在3秒钟或更少时间销售你的产品或服务》一书作者“在催眠市场营销领域里，维托结合专家指导意见以及他所做的广泛调查研究，向不同层次的读者们提出了挑战。
他促使你更为深入地去钻研催眠氛围和客户的催眠愿望所产生的利益。
这本书极其令人着迷。
” ——约瑟夫·休格曼 BluBIocker公司总裁

编辑推荐

《催眠推销法:全新而有效的销售与营销心理学(第2版)》：掌握客户心理，引导客户入眠，接受购买恳求，创造非凡业绩。
全球催眠销售经典著作。
《催眠推销法:全新而有效的销售与营销心理学(第2版)》适合于所有期待掌握客户心理，引导客户消费的销售、公关和营销人员，尤其是与客户面对面沟通的销售人员，并会为他们带来意想不到的巨大成功。

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