

《看穿人心的识人术》

图书基本信息

书名：《看穿人心的识人术》

13位ISBN编号：9787509006290

10位ISBN编号：7509006295

出版时间：2010-4

出版社：当代世界

作者：张潜

页数：204

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《看穿人心的识人术》

前言

日本最有名的保险业务专员柴田和子在接受周刊专访时说了一句很值得思索的话，她说：“普通的打扮，就只能做普通的事情。”她这里所说的，其实就是“以貌取人”这件事。我想，她说这句话的意思是，如果你不能在第一眼就得到客户的注目，或表现得和其他业务、销售人员有所差异，凭什么期望自己能得到比别人更好的机会？之所以会提到这些，是因为我发现自从两年前我所著作的《公关专家不告诉你的读心术》、《公关专家不告诉你的识人术》系列书出版后，市面上也相继出现许多指导业务、销售人员如何“以貌取人”的书。不过，和那些特别强调肢体动作的书不同的是，我所说的“以貌取人”，指的不只是肢体动作，更不是一般坊间算命师所说的“面相”、“手相”之类，而是希望大家能更进一步，除了透过对方的肢体动作外，更能综观他们使用的语言和语气、穿着打扮等等，来解析你所面对的客户性格，唯有这样才能真正认识他们，了解他们究竟是怎样的人，而不被一些刻意为之的小动作所欺骗。不过近来我和一些业务、销售人员接触交流后，却也发现一件值得深省的事：很多人心中都有个似是而非的观念，他们似乎认为，“只要能透过这些读心、识人的技巧‘看透对方’，就能提高成功销售的机率。”这句话本身并没有什么不对，但是如果想要成为一个成功的业务销售人员，仅仅掌握这些是不够的。

《看穿人心的识人术》

内容概要

《看穿人心的识人术》内容简介：面对面的沟通和谈判，光靠一张嘴成不了事，能否识人才是关键。

《看穿人心的识人术》结合心理学和实战经验。搭配上百幅插图，读者只需通过对客户面部表情、肢体动作及随身配饰的观察，就能瞬间看穿人心。

耳朵小而肉薄的人，最容易三心二意

别让抓头的客户有喘息的机会

看鼻梁骨掌握对手最脆弱的死穴

好话专说给厚嘴唇的人听

面对招风耳的客户千万不要故意抬价

面对咬手指的人，要比钓鱼更有耐

透过眼镜来摸清对手想隐藏的真相

耳环是女人的另一张脸

《看穿人心的识人术》

作者简介

张潜，营销管理专业顾问，畅销书作家。

曾任企管公司业务经理、公关室对外发言人，现任国际管理顾问公司特约企划，有丰富的业务，公关经验，对公共关系及人际心理有深入的研究，归纳发展出独特的“读心术”、“识人术”，累积了众多人脉和财富。

所著《公关专家不告诉你的读人术》，《公关专家不告诉你的M型人脉厚黑法则》和《说话致富》等书在台湾拥有超强的人气。

《看穿人心的识人术》

书籍目录

【自序】以貌取人，打造双赢Chapter 1 读懂面部表情，才能按对客户的心动钮 识人法则1 具备识人能力，才能让客户说YES 【满足客户的购物心理】才是真正的销售关键 识人法则2 眉间距离近的人，最在乎产品的附加价值 从眉毛形状看穿客户的健康情况 识人法则3 细眉毛的人喜欢你用聊天方式开场 从眉间距离看出一个人的度量 眉毛粗细 职场压力承受度 识人法则4 短眉毛最注重长期投资报酬率 足够的利益才能吸引眉毛稀疏的人 别对三角眉的人采用负面营销 成功人士的眉毛较短 识人法则5 跟大小眼的客户交涉前，先准备白纸跟黑笔 瞳孔放大是乘胜追击的最佳时机 眼睛的血丝透露冲动购买的讯息 识人法则6 圆眼的人耳根软，多说好话成交快 【毒树果实】理论 识人法则7 眼睛习惯向右上方看的人【画面】是最佳的销售工具 识人法则8 面对额头有痣的人，千万不要劈头谈公事 痣呈现咖啡色的人较多愁善感 识人法则9 有王字型抬头纹的人最强势 识人法则10 眉间有数条直纹的人，玩笑开不得 面对嘴角纹路复杂的客户，你应该这么做 法令纹不对称，心意比大海更难琢磨 识人法则11 颧骨扁平的客户，要你推他一把 五形三骨影响一个人的美丑、善恶与情绪 识人法则12 面对眉骨凸出的客户，要有话直说 从眉骨看出客户的职业 识人法则13 看鼻梁骨掌握客户最脆弱的死穴 【将心比心】是成功销售的第一步 从鼻子看出客户的理财观 同理心是进入客户心房的钥匙Chapter 2 瞬间看穿需求，让客户主动成交 识人法则14 精确数据最能打动国宇脸客户的心 脸部比例大，是销售员的最爱 识人法则15 侣时尚感是上唇胡客户的死穴 说服山羊胡客户的销售法则 识人法则16 单边酒窝的客户，喜欢挑战权威 服务，要像一帖独一无二的药方 识人法则17 避免跟嘴歪的人讨价还价 从嘴巴观察对方在公司中的重要程度 识人法则18 嘴尖且薄，赠品是他们的最爱 识人法则19 好话专说给厚嘴唇的人听 别跟嘴唇红润的人跑马拉松 最容易成交的客户特征 识人法则20 面对耳朵高过眉毛的客户，要自问自答 识人法则21 耳朵尖且耳垂小的人，没签约都不算数 不购买主流产品的黑耳族研 说服耳朵尖的人，怎么做才会成功？ 耳朵厚薄，看出客户利益敏感度 识人法则22 耳朵小而肉薄的人，最容易三心二意 准备图表说明，才能说服耳朵大的人 多介绍不同产品给耳朵小、整体形状圆的客户 识人法则23 面对招风耳客户，千万不要故意拉抬价格 识人法则24 下巴戽斗的人，最喜欢你有话直说 识人法则25 面对发际低额头窄的人，要帮他做决定 额头告诉你，客户要什么 别对有美人尖的人吐露太多 说服额头高、发线向后退的人，你应该这么做 识人法则26 面对利落的短发女性，专业的权威感才能说服她 从摸头发的动作，看出客户的个性 头发软而密的客户最肯花钱Chapter 3 客户的肢体动作，会透露他的死穴 识人法则27 面对咬手指的人，要比钓鱼更有耐心 识人法则28 习惯把烟刁在嘴上的人，要采取亲情攻势 从抽烟方式看出个性 识人法则29 客户怎么找座位，隐藏合作机会 从客户挑选座位，看出他对你的想法 识人法则30 从喝茶的习惯，看出客户的性格与品味 业务必知：与人谈话的最佳距离 识人法则31 边说话边摸脸颊的客户，要采用【曝光策略】 识人法则32 别让抓头的客户有喘息的机会 点头不等于认同，摇头不等于否认 女性客户的地雷 面对压力或紧张情绪，男女动作大不同 识人法则33 透过眼镜来摸清对手想隐瞒的真相 识人法则34 从领带的样式抓住客户的独特暗示 识人法则35 耳环是女人的另一张脸 为女性顾客营造一个【对号入座】的情景 识人法则36 从衣着看出客户的人际关系 识人法则37 爱用发饰的女人，需要你注意力放在她身上 面对被动的客户，你该怎么说 识人法则38 客户的皮包是你判断成交的关键点 从公文包材质看出客户的个性 识人法则39 面对犹豫型客户要善用【二选一策略】 面对优柔寡断的客户，你该怎么说

《看穿人心的识人术》

章节摘录

在我认识的公关业务高手中，他们除了都拥有惊人的巨额销售业绩之外，最大的共同点就是他们都有惊人的识人能力。其中一位公关高手曾经在闲谈时，提到自己年轻时因为还不懂得识人的能力，而吃了大亏。某次，他在一个活动场合中，看到客户的高层主管来到会场，因为事前都没有见过这几位高层主管，于是，他看到其中一位西装笔挺的男士，穿着特别量身订做的高档名牌西装，因此认定对方就是大老板，便走过去和对方握手交谈。从自我介绍，到滔滔不绝地向对方详细说明整个活动的流程，没想到说到快结束时，他才发现，原来后面另一位穿着简朴夹克的老头子，才是真正的大老板。这位公关高手当时只从外表衣着进行判断，就误以为这样已经足够，却没有观察到从脸上就能察觉出来的秘密。他事后再多观察时，就发现当初误以为是老板的那位主管，虽然整个人看起来相当体面，但是与真正的大老板相比，他的眼神总是缺少沉稳与深藏不露的霸气，也就是说，衣着只是主管自我保护的盔甲，好让他看起来更有分量，自然成功地骗过这位公关高手。由此可知，面相就能决定一个人的性格，不论是先天生成的或是后天训练的，只要你能精准地判断，就能够抓住客户真正的心理需求。以客户为导向，才有成功的销售在行销学上，以往的“四P行销”，是以产品、价格、通路、促销，为行销四大重点，不过，现在的行销学把传统的“四P”转变成“四C行销”：客户的需求、成本、方便性、沟通，也就是过去以产品为导向已完全转变成以客户为导向。曾经有行为心理学家分析过，现代人每天的消费行为中，有将近百分之八十都是属于非必要性的消费，因此，了解顾客的心理状态，已成为销售行为中最重要的一个切入点。如何让客户心甘情愿地购买他原先不需要的东西，就是现在大多数超级业务员的工作。

《看穿人心的识人术》

媒体关注与评论

我把六、七成时间都花费在“人”身上，但还是有百分之二十五的几率会看走眼、用错人。 —GE集团前总裁 杰克·韦尔奇

《看穿人心的识人术》

编辑推荐

《看穿人心的识人术》对公共关系及人际心理有深入的研究，以独特的“读心术”、“识人术”累积了众多人脉和财富，并借由丰富的业务、公关经验，归纳出独门的“识人术”，读者只需通过对客户面部表情、肢体动作及随身配饰的观察，就能瞬间看穿人心。保险、公关、行销 / 职场、商场、官场必看的攻心战略圣经。公关界传奇人物罗毅教你摸透人性“死穴”的心理操控术。让真正的专家帮你看穿人心，看透人性。以貌取人的瞬间识人术

《看穿人心的识人术》

精彩短评

- 1、看穿人心的识人术
- 2、质量不错，内容很充实！
- 3、书包装算可以，但书中内容个人不是很满意偏重外形观察
- 4、不错，便宜！朋友很喜欢哦！
- 5、我哭了。。我过生日一个姑娘送我的。一点性趣也没有啊，怎摸办
- 6、喜欢看《lie to me》,所以买的

《看穿人心的识人术》

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：www.tushu000.com