

# 《电商销售心理学：把东西卖给任何人总

## 图书基本信息

书名：《电商销售心理学：把东西卖给任何人的网络营销方法》

13位ISBN编号：9787115441790

出版时间：2017-1

作者：李改霞

页数：260

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](http://www.tushu000.com)

# 《电商销售心理学：把东西卖给任何人总

## 内容概要

移动互联网时代，早已不是简单地将产品生产出来，然后再销售，而是电商化、社交化。社交电商时代已经到来，网店、朋友圈、公众号等平台都根据企业的实体情况开展了一系列的运营，获得了良好的效益。那么，如何通过电商销售心理学做好社交电商呢？《电商销售心理学：把东西卖给任何人的网络营销方法》从“引导用户产生不满足”和“满足用户的不满足”2个方面出发，通过省钱、会员体系、快捷、安全感、好奇、从众、焦虑、吐槽、寂寞、颜值、情调、外国经验、饥饿营销及同理心14个角度全面讲解及案例分析，让电商运营人员深入研究用户体验，从而完美地运用销售心理学做好社交电商。《电商销售心理学：把东西卖给任何人的网络营销方法》通俗易懂、实用性强，通过大量的案例分析、原因分析、内容分析等，以期让经营人员或有意转型的电商运营人员花费\*少的精力，学到更多的电商销售心理学知识。

# 《电商销售心理学：把东西卖给任何人总

## 作者简介

### 李改霞

博客中国、腾讯网、速途网、凤凰网、新浪网等多家知名网站专栏作家、认证博主。同时还是独立评论员、自由撰稿人、IT行业观察者。长期专注于互联网营销、微信营销、内容营销领域。对网络营销有独到的见解，能从人性的角度看待互联网运营。

## 书籍目录

### 第一章省钱：省钱之难，难于上青天

- 1.1 试用：不买不要紧，可以免费试用
- 1.2 抽奖：一张彩票两元钱，千万富翁转眼间
- 1.3 抢购：唯品会限时优惠
- 1.4 竞拍：眼光独具，轻松捡漏
- 1.5 优惠券：持券减100元
- 1.6 会员体系：办卡95折
- 1.7 包邮：9.9包邮
- 1.8 套餐：购买面肤组合，省钱168元
- 1.9 赠品：凡消费398元，送精品丝袜一条
- 1.10 推荐：邀请朋友注册奖励20元
- 1.11 签到：连续签到30天，获赠一份礼品
- 1.12 返利：购500元，返500元
- 1.13 零元购机：不花一分钱，拥有苹果新手机

### 第二章会员体系：我是VIP，我与众不同

- 2.1 会员体系：我是VIP，我与众不同
- 2.2 认证系统：微博开通名人认证
- 2.3 勋章系统：360设置四项勋章
- 2.4 排行榜：腾讯会员成长值，天天比排名
- 2.5 推荐：范冰冰推荐的产品，我也在用
- 2.6 特殊权限：仅限金牌会员（购买特权、购买特价）
- 2.7 超越了×××用户：你的QQ会员超过了95%的用户
- 2.8 晒单：这么大牌的产品，我也买了
- 2.9 粉丝：爱豆推荐的，我必须拥有
- 2.10 评论数：这本畅销书的评论好多呀，买买买
- 2.11 喜欢数：大家都喜欢，我怎么可以例外
- 2.12 转发数：这么高的转发率，我怎么能错过
- 2.13 分享数：老板都分享的，保证没问题

### 第三章快捷：能一步出结果，就不要分三步走

- 3.1 快捷支付：提供所有的支付方式
- 3.2 购物车：不用重复点击，一键搞定
- 3.3 收藏：收藏一下，省得以后再搜索
- 3.4 订阅：看不看没关系，我们每天都会给你发
- 3.5 默认信息：能提前填的，就全部填好
- 3.6 永远在线：我随叫随到，不要客气
- 3.7 搜索：需要什么直接搜，快捷方便
- 3.8 个性化推荐：我来告诉你，需要买什么
- 3.9 比价：同类商品都在这里，这个价格最低
- 3.10 精准推荐：我都给你挑好了，付款吧

### 第四章安全感：需要一个无法拒绝的承诺

- 4.1 货到付款：从此不怕钱到货不到了
- 4.2 保证正品：京东商品无假货
- 4.3 金牌卖家：能做到金牌，信誉绝对好
- 4.4 30天无理由退货：先买了试试看，反正还能退
- 4.5 官方旗舰店：直营店，有保证
- 4.6 店铺评分系统：这么高的评分，值得信任
- 4.7 店铺评论系统：差评那么少，好评那么多

- 4.8 信誉体系：产品信誉要高
- 4.9 咨询系统：随时随地可以联系到卖家
- 4.10 查看别人的购物体验：看看小伙伴的评论就知道了
- 4.11 收藏功能：大家都想买的产品，我也要买
- 4.12 先行赔付：买贵了，赔赔赔
- 第五章好奇：因为不解，所以要一探究竟
- 5.1 设置权限：不让其看朋友圈的动态
- 5.2 主动让步：终于可以看到想见的人了
- 5.3 会员隐身：你看不到我，但我能看到你
- 5.4 别人的购买记录：闺蜜在买什么
- 5.5 互动：你需要了解什么，我就告诉你什么
- 第六章从众：大家都买了，我怎可缺席
- 6.1 爆款：月销10万件，物超所值
- 6.2 热款：这是最受年轻女性欢迎的产品
- 6.3 热门话题：宋仲基同款上衣
- 6.4 热点人物：名人代言的产品
- 6.5 海淘代购：同事的包包是通过代购买来的
- 第七章焦虑：对人的天性，多引导、勤开导
- 7.1 远离焦虑：趋利避害是人的天性
- 7.2 细思极恐：“我害怕阅读的人”创意文案
- 7.3 对比：3Q大战中360的宣传
- 7.4 借助热点事件：舒肤佳的“正确洗手，预防H7N9禽流感”
- 第八章吐槽：无论好坏，一吐为快
- 8.1 分享需求：朋友圈转发
- 8.2 好评：好了，就点评
- 8.3 差评：坏了，就差评
- 8.4 愤怒：这款产品有些坏哦
- 8.5 投诉：我要打“315”
- 8.6 曝光：全渠道自媒体发布
- 8.7 店铺点评：留足评论空间，并耐心回复
- 第九章寂寞：群居动物，怎么可以落单
- 9.1 交友：交流聚会促成的订单
- 9.2 加好友：定期发放消息，总会有成交
- 9.3 论坛讨论：利用评论进行引导
- 9.4 社交圈讨论：共性问题，电商可以解决
- 9.5 留言交流：可以留下链接
- 9.6 购物分享：分享给朋友，有礼品相赠
- 9.7 购物小游戏：让小伙伴们参加进来
- 第十章颜值：第一眼就吸引住对方
- 10.1 美女帅哥头像：你的头像颜值要高，可PS
- 10.2 代言：长腿欧巴宋仲基代言的产品
- 10.3 模特：稀有动物，弥足珍贵
- 10.4 包装盒：高大上的产品包装，送亲友很合适
- 10.5 封面颜色搭配：要么有范，要么有味
- 第十一章情调：这是一种生活方式
- 11.1 宜家卖的是简约环保DIY、田园棉布小碎花
- 11.2 星巴克卖的不是咖啡，是休闲
- 11.3 法拉利卖的是一种近似疯狂的驾驶快感和高贵
- 11.4 劳力士卖的不是表，是自信

11.5 希尔顿卖的不是酒店，是舒适与安心

11.6 农夫山泉有点甜

第十二章国外经验：原汁原味的产品

12.1 海外代购：朋友从美国带来的产品

12.2 生产地址：此马桶盖是在日本生产

12.3 研发单位：由××国研发出来的产品

12.4 权威人物：俄罗斯总统都在用的手机

第十三章饥饿营销：买可以，但是要等3个月

13.1 买小米手机先交钱，坐等收货

13.2 苹果断货策略

13.3 调低供应量，制造供不应求的“假象”

13.4 先排队吧，特斯拉明年才能交货

第十四章同理心：先走心，再卖货

14.1 孔府家酒，叫人想家

14.2 谷歌地图让爷爷找到失散多年的朋友尤瑟夫

14.3 我是珞丹也是凡客，我只想和你在一起

14.4 别让我们的婚礼在别人的屋檐下举行

# 《电商销售心理学：把东西卖给任何人总

## 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](http://www.tushu000.com)