

# 《潜意识推销术》

图书基本信息

# 《潜意识推销术》

## 前言

# 《潜意识推销术》

## 内容概要

# 《潜意识推销术》

## 作者简介

# 《潜意识推销术》

## 书籍目录

## 章节摘录

潜意识动机是一种无以言表的、情感上的动机，存在于客户的心中。这种情感核心是每个决定背后的真正动机。每个决定背后都存在潜意识动机，因为无以言表的需要、需求和价值观存在于客户的心中。潜意识动机是每次成功推销背后的真正动因。当你发现了它，当你把核心能力、信条和真正的抱负贴近客户的潜意识动机时，你便成功了。概念性目标适用于由共同的潜意识动机联系起来的人的集体，从中可以看出对于他们什么才是最重要的，以及如何邀请他们追随你。概念性目标是根据潜意识动机确认受众的工具，是人类共同享有的真理的结晶。概念性目标对于什么能够吸引客户，以及你该如何向他们推销有着巨大的暗示作用。发掘客户的潜意识动机需要你近距离地接触他们，通过仔细倾听来解读他们的情感问题，这意味着为你倾听客户的心声打开了一扇窗。寻找潜意识动机就是寻找渴求，但这并不明显，你需要安装特殊的“天线”来接收信号。你需要情感的洞察力、敏感度、周全性、同理心和很好的倾听技巧。记住：简报不简；还得思维敏捷；像神经科医生一样思考；以正确的方式倾听；问合理的问题。你的核心能力很关键，这是你心灵深处拥有的特殊能力。你所拥有的这份特殊天赋，使你与他人变得不同。这种核心能力可以用来满足客户的需求，因为这种特殊天赋是你拥有而客户欠缺的。你能加盟，是因为他们相信你可以解决问题。你的核心能力是你的本质，这种本质是你所拥有的能力，这是区分你与他人的特殊才能。任何向个人或者组织的推销，只有反映出你特殊的真实本质以及你的优势时才可信。你的核心能力是要如何增加价值，这会给别人提供追随你的强大动力。这只是来源于你，无处可寻。信条的字面意思是“我相信”。作为一个关键元素，任何推销都有其个体或者公司的持久且真诚的信条。这个信条贴近价值观，因为这是你和你的客户共享的价值体系。你能加入公司是因为你已经最好地理解了它的基本信仰和指导原则。你的信条以你的推销为中心。作为基本因素，任何推销都有个人或公司的永恒的和真诚的信仰。大批的人将会追随你，因为他们信任你和你所代表的。推销的有效性在于发展追随者，这取决于你引人注目的信条的真实性和明确性。真正的抱负是人类渴望成就从未发生过的光辉。它是对你以及你组织的价值的衡量，是使人们追随你的关键因素。真正的抱负用于贴近客户需求，因为这关系到你和客户共同看待如何实现未来的问题。客户追随你是因为他们认为自己的抱负与你相同。真正的抱负是人类渴望成就从未发生过的好事，它是对你和你的组织价值的衡量，是使人们追随你的关键因素。真正的抱负是你自己强烈渴求的提升，使你从一种境地达到更高的境地。真正的抱负是你推销的引擎，它是驱使成熟野心家朝一个特殊“境地”前进的永不停止的寻求。对真正的抱负的追求为任何推销指明了极其重要的方向。将你的杠杆工具——你真正的抱负、你的信条以及你的核心能力——与客户的潜意识动机相连接，从而将你和客户联系起来，这样就能制胜。制胜策略是你的杠杆工具和客户潜意识动机的结合物。你从你的客户身上观察到的潜意识动机决定了你将采用什么推销方式，以及什么杠杆工具去设计简报、打造团队及塑造故事，并且也决定了最终的结果。你的论据是坚定的案例主题的产物，它在逻辑上支持潜意识动机，是你推销能力的上层建筑。你的论据是你成功推销异常关键的因素。论据是对你提出的主题及证据的集合提取。你的论据建立在你的演绎推理的逻辑之上，同时推销的话语文本是以论据为总结构而建立起来的。把整个文本缩小到一个精华核心是需要勇气的，它需要你排除其他可能性，决定你真正的本质是什么及你的组织提出的是什么。围绕着潜意识动机来讲故事，让你的客户追随你，这种方式是人类最古老却最能调动积极性的沟通方式。讲故事是对激情、情感和渴求的一种传递。你的推销，从定理和逻辑向情感转移时，必须被编成以客户为中心的故事。讲故事之所以具有说服力，是因为它包含了人的元素：主角、反派角色、复杂的情节、挣扎、奋斗、旅途，还有救赎。你的推销不是对事实的背诵；相反，你的推销必须通过深深地触动和感动你的客户，来让他们追随你。



# 《潜意识推销术》

## 媒体关注与评论

凯文的书有趣、信息量大，并提醒大家，想深入交流，要先贴近别人的内心。 鲁迪·朱利安尼 纽约市前市长 凯文擅长激励身边的人。书中每一页都带有他高尚的精神。 史蒂文·奥弗曼 诺基亚副总裁、全球营销创意主管 《潜意识推销术》在理解客户的动机和获得成功之间搭建了一座无价的桥梁。凯文在全世界帮助企业发展，他的一些秘密手法也在此书中得以披露。全书以深层次贴近客户的技巧开篇，他的经验简单、永不过时。本书内容精彩，作者观点独到，不容错过。 丹·施瓦贝尔 个人品牌专家，畅销书作家， 千禧品牌所有人 凯文的知识体系、工作经验和人文情怀是埃培智集团的一笔宝贵财富。他是位极具天赋的发展专家，同时也是位天生的老师。共享的精神深入他的DNA中，这本书就是证明。任何把发展列入日程的人都不妨读读《潜意识推销术》。 戴维·贝尔 埃培智集团名誉主席， 入选2007年广告名人堂 凯文·艾伦是位独一无二的人，他的业务发展方法非常成功。虽然我更乐意长期和他共事，但《潜意识推销术》足以代替他的位置，阅读本书还是了解他的作风、慷慨和智慧的好机会。 波让·拉尔松 瑞典银行首席营销官、高级副总裁 《潜意识推销术》让我想起当初——差不多30年前从大学毕业时——为什么直接投奔麦迪逊大街。凯文以生动的描绘、解构和分析来充分宣传很多新业务，他的手法对读者很有吸引力。 摘自前言，劳伦斯·弗拉纳根 前万事达首席营销官， 纽黑文大学商学院行政院长



# 《潜意识推销术》

## 编辑推荐

《潜意识推销术》编辑推荐：世界顶级营销专家巨作，风靡全球的商业经典；微软、爱立信、诺基亚、夏普、强生、雀巢、欧莱雅、万豪国际、万事达、摩根大通、汉莎航空、辉瑞制药、德意志银行等公司都在用的行销法则；世界推销大师实战实录；成功赢得数十亿美元业务的新推销模式；业务=推销=财富=成功。

# 《潜意识推销术》

名人推荐

# 《潜意识推销术》

## 精彩短评

- 1、翻译的有问题还是怎么，整个书的逻辑缺乏内在联系。总结下来他要说的就一个意思，卖东西做策划要看懂客户的感情因素。
- 2、看的是繁体版，名字叫《说个撼动人心的好故事》

# 《潜意识推销术》

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