

《销售心理控制方法》

图书基本信息

书名：《销售心理控制方法》

13位ISBN编号：9787506492423

10位ISBN编号：7506492423

出版时间：2013-1

出版社：中国纺织出版社

作者：王宝玲

页数：264

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

《销售心理控制方法》

前言

美国销售大师甘道夫博士有一句名言：“销售是98%的了解人性+2%的产品知识。”由此可以看出，销售员要想提升销售能力和销售业绩，就要上兵伐谋，攻心为上。销售，不仅仅是销售员简单地把商品推销给客户，而是一场心理博弈战，哪个销售员能牢牢掌握住客户的心理，谁就能在销售战中脱颖而出，成为最后的王者。销售的最高境界不是销售员把商品推销出去，而是把自己“推销”出去，把客户“引”进来。有人说，销售员是在天堂和地狱之间轮回的人。事实确实如此。做销售能赚大钱，发大财，但你也完全有可能一分钱都赚不到。有人说，销售是耍嘴皮的活儿，只有油嘴滑舌的人才能做好销售。虽然说得有些绝对，但是足以看出说话的技巧在销售中所占的分量。在销售过程中，把话说到客户的心坎里，打开客户的心，还愁客户不跟着你走吗？其实，每位成功的销售大师都是心理专家，他们的成功不是一朝一夕实现的，而是从与客户建立信赖感开始，在客户的一次次拒绝中，帮助客户解决问题，并不断满足客户的需求，最终实现目标。销售员的销售过程，本身就是与客户沟通的过程。销售员发出什么信息，客户就会像回声一样获得什么信息。但是通常也会遇到客户所接收的信息，并不是销售员所发出的信息的情况。这种情况的出现，是客户真的不在乎我们的所作所为，还是我们没有揣摩透客户的内心活动呢？要想保证传递给客户真实有效的信息，销售员不管如何做，都是为一个目的，那就是：在合适的时间以及合适的环境中，以合适的陈列方式，向合适的客户介绍合适的商品。那么，在明确了销售目的之后，如何洞悉客户的心理呢？一个好的销售人员在与客户初步交谈之后，就应判断出客户处于哪个心理阶段，明白客户对商品有无购买意向，如果买可能会在哪个时间点买。销售员要对客户心理所处的阶段有很好地把握，并作出相应的反应。如果对客户的心理环节把握失控，销售就很难进行下去。只有对客户的购买心理把握得好，才能促使销售行为按照自己的预想顺利完成。所以，作为一名销售员，要想“钓到”客户，就不要站在自己的角度去思考，而是站在客户的角度，想客户所想，做客户所做，让客户心甘情愿地购买商品。销售员想从客户的口袋里掏钱，就得有说服不同的客户掏钱的理由，而这个理由就源自客户的内心。不同的人有着不同的性格，不同客户的性格也千差万别，要想摸准不同类型客户的心理，并不是一件容易的事情，这就需要销售员练就一双鹰眼，观一点窥全局，使自己掌握主动权，牵着客户的鼻子走。销售与心理息息相关，销售员想要成功，就必须懂得心理学。《销售心理控制方法》这本书精心总结了82个心理控制方法，从七个方面为读者进行了阐述，并结合销售实例、销售心理学给出了准确的应对方法，让客户的秘密无处可藏。本书是渴望提升自己的销售员“俘获”客户的良方益典，希望本书能够为销售员提供帮助，使业绩更上一层楼。最后，要感谢为本书成功出版付出辛苦的以下人员：宋红超、代明鑫、韩海静、李莹、安梁因、张永琴、包丽娟、岳婷、袁华冰、杨莉。编著者2012年7月

《销售心理控制方法》

内容概要

《销售心理控制方法》内容简介：《孙子兵法》云：“知己知彼，百战不殆。”销售也是一场没有硝烟的战争，了解自己，洞悉对手，才能取得最后的成功。销售员在销售过程中应该练就一双火眼金睛，明白客户心里想什么，知道客户的需求和兴趣点在哪，只有掌握了客户的心理，才能更好地掌控销售局面。《销售心理控制方法》总结了83个销售心理控制方法，能够帮助你洞悉客户的秘密，快速解决在销售过程中遇到的各种棘手问题。

《销售心理控制方法》

作者简介

王宝玲 (Dr. Jack

Wang) 台湾大学经济系毕业，美国加州大学MBA、统计学博士。现任盖曼群岛商创意创投董事长、香港华文网控股集团、上海兆丰集团及台湾擎天文教暨补教集团总裁，并创办台湾采舍国际公司、北京含章行文公司、华文博采文化发展公司。为台湾知名出版家、营销学大师，对企业管理、个人生涯规划及微型管理、营销学理论及实务，多有独到之见解及成功的实务经验。主要著作：《用听的学营销》、《为什么没有业绩》、《超级销售口才训练方法》、《管理者Know How》、《紫牛学管理》、《销售应该这样说》、《销售潜规则》、《王道：成功3.0》、《王道：业绩3.0》等近百册。

近年主要经历：2006年北大管理学院聘为首席实务管理讲座教授。

2007年香港国际经营管理学会世界级年会获聘为首席主讲师。2008年吉隆坡论坛获颁亚洲八大首席名师。

2009年受邀亚洲世界级企业领袖协会 (AWBC) 专题演讲。2010年上海世博主题论坛“未来学”主讲者。

书籍目录

心态好业绩才好

第1章

1. 告诉自己：销售是最好的工作 / 2
2. 经验可以积累，热情却不能复制 / 5
3. 自信+技巧才能十全十美 / 9
4. 不抛弃产品，不放弃客户 / 12
5. 好脾气才能造就好业绩 / 15
6. 企图心是你不断进取的动力 / 18
7. 诚信是销售员的护身符 / 20
8. 有魅力的销售员才会有市场 / 24
9. 销售员是穿梭于“天堂”和“地狱”间的天使 / 27
10. 破除销售中的心理障碍 / 30

摸清心理易说服

第2章

1. 逆反心理——不卖给我，我偏要买 / 36
2. 从众心理——大家都在用的产品肯定不错 / 40
3. 攀比心理——他买了，我也能买得起 / 42
4. 物以稀为贵心理——我要买限量版 / 45
5. 贪便宜心理——嘿嘿，这次我赚到了 / 48
6. 信任权威心理——专家的话一定没错 / 51
7. 礼尚往来心理——把他给的人情送回去 / 54
8. 害怕被骗心理——他有没有骗我 / 57
9. 选择心理——我要挑出最好的 / 59
10. 虚荣心理——它才配得上我的身份 / 62

打开客户的心门

第3章

1. 250定律：赢得了一个客户，就赢得了250个潜在客户 / 68
2. 贝勃定律：介绍产品时，先把优点展现给客户 / 71
3. 二选一定律：给客户表面上的主动权 / 74
4. 伯内特定律：吸引眼球的产品更好卖 / 76
5. 墨菲定律：业绩再差也应该保持激情 / 79
6. 木桶定律：做好销售的每个环节才能赢 / 82
7. 斯通定律：能享受拒绝才能享受成功 / 85
8. 超限效应：见好就收才算明智 / 88
9. 折中效应：客户购买前会权衡利弊 / 91
10. 跨栏定律：不在自己的销售记录前止步 / 94
11. 刺猬效应：与同行和同事和睦相处 / 97
12. 蝴蝶效应：好口碑让你受益无穷 / 100
13. 光环效应：抓住客户的兴趣点，努力说服成交 / 102
14. 登门槛效应：对于客户的要求，销售员不能全盘接受 / 105

懂心理沟通更顺畅

第4章

1. 客户需要购物指导而非产品介绍员 / 110

2. 微笑是最实用的沟通工具 / 113
3. 亲和力让你即便推销失败也赚足人气 / 116
4. 倾听会给客户留下自我展示的机会 / 119
5. 尊重，客户需要一种满足感 / 122
6. 赞美可以降低客户的警惕性 / 126
7. 好奇心是激发客户购买欲望的第一步 / 129
8. 巧妙示弱，让客户感觉他比你强 / 132
9. 人情，将“头回客”变成“回头客” / 135
10. 为客户考虑他也会替你着想 / 138
11. 不期而遇，削减客户的戒备心理 / 140
12. 步步为营，用问题控制商谈节奏 / 143
13. 谁的地盘谁做主，利用商谈的主场心理 / 146

洞察客户身体语言

第5章

-
1. 眼睛是客户心理的先行官 / 150
 2. 点头YES摇头NO / 152
 3. 客户撒谎时会用手掩饰内心 / 156
 4. 人会撒谎，表情不会撒谎 / 160
 5. 从坐姿中窥探客户内心 / 163
 6. 从站姿中揣测客户想法 / 165
 7. 从服装看客户心理 / 168
 8. 多方位鉴别客户真实企图 / 171
 9. 保持距离，客户不想与你太亲密 / 174
 10. 模仿，客户会觉得你更亲切 / 177

《销售心理控制方法》

章节摘录

版权页： 9.销售员是穿梭于“天堂”和“地狱”间的天使 销售员的群体十分庞大，但有的销售员生活在天堂，享受着鲜花和掌声；有的销售员却整天忍受着地狱般的折磨，为生存问题苦恼。两者的待遇、处境、心情有着天地之差，这到底是为什么呢？我们不妨先来分析一下：销售不分金额的多少，一元钱的生意也好，一千万元的订单也罢，却时刻充满着机遇与挑战。这份挑战不仅来源于身体，更来源于心理。与客户达成交易之前，销售员需要不分昼夜地拜访客户，苦口婆心地向客户介绍产品。在这个过程中，客户不相信你，家人不理解你，公司还时刻给你压力，朋友也束手无策，无论产品多好，还是有客户怀疑；你的服务很优质，始终免不了遭遇拒绝；尽管产品价格已经很低了，却总是有人嫌贵。这种心理上的打击根本无法用言语表达。虽然历经千辛万苦，但如果成交了，你或许会一个月赚几千甚至上万元，在市场上受客户的欢迎，在企业里受老板的嘉奖，在家里受家人的宠爱，这就是销售的天堂生活；如果最后没有成交，客户没有享受产品的利益，也许还会说你是骗子，企业没有得到产品的收入，也许还会说你无能，自己没有拿到产品的提成，也许明天的生活费没有着落，这就是销售的地狱生活。大多数人做销售没能超过三个月，最重要的原因就是地狱般的生活令他们无法忍受。王强是一家报社的广告业务员，工作已经一个多月了，仍旧没有什么业绩。最近为了提高业绩，他经常在外边参加各种应酬活动，这引起了妻子的强烈不满。妻子的抱怨以及工作上的压力让王强郁闷极了。这天，他终于找到了一位潜在客户，虽然客户离自己公司很远，但王强还是直接去拜访客户，并向客户推荐了自己的广告版面。一连拜访了客户六七趟，虽然客户有这种需求，可总是不肯当即下定购买决心。就在他又一次拜访客户的时候，谁知被对方告知已经与别的报社签约了。王强了解到，那家公司的销售员仅仅约见了客户两次，就与其达成了交易，而自己……于是他开始抱怨上天的不公。接下来，在开发其他客户过程中，王强不断遭受客户的拒绝，有时甚至还无端受到客户指责，他也总是忍不住与客户发生争执。渐渐地，他开始怀疑自己可能真的不适合做销售。那个月，他每天上班，从未迟到，也未缺勤，甚至还不停地拜访客户，但一个月的工资发下来之后，他傻眼了。面对公司老板的压力、家人的不理解、不支持，自己工作中的屡次被拒，王强完全对销售失去了信心，最后终于还是辞掉了这份工作。是的，销售就是这样一份工作。任何事都并不是付出就有收获，同样，在销售中，不是销售员努力了就一定有好结果，销售成败受诸多因素影响，例如销售时机、销售环境等，所以很多人无法适应这种时而在天堂、时而在地狱的工作。正如案例中的王强一样，最终选择了放弃。

《销售心理控制方法》

编辑推荐

《销售心理控制方法》内容实用、通俗易懂，没有高深的理论，只有容易掌握和学习的销售技巧。既适合销售新手自己购买作为提升能力的读本，又可以作为销售经理培训下属的范本。

《销售心理控制方法》

精彩短评

- 1、当当网买书真是最好的地方。什么好书都有。又便宜
- 2、内容不错质量也可以
- 3、案例的解说会更加生动

《销售心理控制方法》

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