

《销售工作的第一本心理书》

图书基本信息

书名：《销售工作的第一本心理书》

13位ISBN编号：9787121204012

10位ISBN编号：7121204010

出版社：孙健、陈智慧 电子工业出版社 (2013-07出版)

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

《销售工作的第一本心理书》

前言

想必大家都知道，销售是一个极具挑战性的工种，它要求置身其中的每一位员工都拥有一颗坚强的心，经得起打压，否则根本无法在这个行业立足。同时，销售工作也是一份两面性的工作，不仅需要做客户的销售顾问，顺利地把产品卖出去，还要用心经营与同事、领导等内部人际关系。可是，我们也知道，客户并不好“伺候”，稍有不慎，就会遭到他们的拒绝，失去成交的机会。若想抓住客户，让他们与我们合作，首先要做好最根本的一项工作：抓住客户的心。即跟客户打好心理战，抓准客户的消费心理，引起客户的关注度，采用一定的心理战术消除客户的心理防线，最后让他们心甘情愿与你达成合作交易。同时，销售部门内部成员中经常会出现个人特立独行、同事之间恶性竞争、互相猜忌等现象，而这些现象归根结底还是因为成员的心理认知出现了偏差，自以为是，缺乏团结协作意识等。鉴于以上情况，我们特此编制了这本《销售工作的第一本心理书》，以求从心理学的角度帮销售人员做好分析，协助他们处理好与客户、内部人员之间的各项事务。本书共有九章，前六章从销售人员面对客户时经常出现的问题出发，运用心理学的知识，对其进行分析解读，后面的三章从内部成员的关系经营角度入手，然后借助心理学的知识对其进行指导分析。为了方便读者朋友的阅读，下面我们对本书的编写特色进行说明。

1. 系统总结销售工作中的切实问题 系统总结了销售工作中的各类问题，提供了场景化的困境模式，你可以在这些经典案例中找到你正在经历的销售问题。
2. 用心理学原理解读问题的真正诱因 专业的心理分析，解读销售困境的深层原因，发现销售员与客户、销售员与销售员之间的冲突诱因，让你更加有力地掌控自己、释放自己。
3. 提供简洁、有效的行动策略 为重建心理秩序提供了最直接的销售行动策略，让你做到知行合一，以便在尖锐、激烈的销售竞争中脱颖而出，成就完美自我。
4. “1+1+1”式的内容组合方式 每个小节均采用“问题/现象+心理效应分析+解决措施”这样的结构进行内容的编排，首先从销售中的问题出发，结合实际案例展开说明，总结此问题下的一些行为现象，然后配合心理学知识，让读者了解问题背后的心理密码，进而找出心理症结所在。最后一部分是在心理学知识的引导下，总结销售工作的解决办法或技巧。俗话说得好：透过现象看本质。本书的编写用意也是如此。透过现存的销售难题，找到心理病因或者心理良药，帮助销售人员渡过销售难关，从而保证未来销售工作的舒畅。本书的编写人员包括：孙科柳、孔德斌、李艳、孙健、陈智慧、姬君、孙丽、石强、洪少萍、李瑞文、秦术琼、宋松红、孙东风、谭海燕、谭汉贵、王晓荣、孙科炎。衷心地希望这本书能给广大读者朋友带来帮助。如果您发现书中不足之处，请提出宝贵的意见和建议。 作者 2013年5月

《销售工作的第一本心理书》

作者简介

孙健，北京华通咨询营销顾问，营销策划师，销售话术实战辅导师。长期从事营销咨询和辅导工作，擅长品牌塑造与传播、广告创意与文案撰写、公关事件策划等工作。尤其擅长为企业构建一整套的客户说服系统，包括企业的文化系统、产品手册系统、销售信息系统、话术系统、软文系统等，帮助企业构建核心的说服力，实现自动化传播与成交。服务过的领域主要有新能源、制药、出版、零售、保健品、建材家居、教育、服装等。已出版营销著作多部。

《销售工作的第一本心理书》

书籍目录

第1章塑造坚强的销售心态，相信自己 1.害怕主动约见客户，担心被客户拒绝 2.业绩不断下滑，心理压力 3.拜访陌生客户，客户态度不友好 4.看到同事业绩做得比自己好，心里就不舒服 5.拜访陌生客户被前台阻拦，没有见到负责人 6.大客户仗着与老总的交情，根本不把你放在眼里 7.有过不愉快合作经历的客户，害怕再与他接触 第2章给客户留下好印象，让他记住你 1.刚拜访完的客户，下次再见就不认识你是谁 2.接待你的人级别低，觉得他们不够资格与你谈 3.每次见客户，你都需要重新自我介绍 4.近期的烦心事让你无心应对客户 5.积极找你的客户，暂时合作价值不大 6.客户对你的开场介绍感到厌烦 7.听完介绍，客户找不出与你合作的价值点 第3章冲破心理防线，让客户信任你 1.客户对你有成见，不喜欢与你交流 2.客户总说对手比你 3.客户同时与多家同行交涉 4.你越主动介绍，客户越反感 5.客户总是嫌你推荐的产品价格高 6.客户多次否定你的销售提案 7.客户到处打听你说的承诺是真是假 第4章洞穿客户心理，抓住销售机会 1.客户不知道自己到底想要什么 2.客户明确表示要哪种产品，但现在该款产品缺货 3.客户只对品牌产品感兴趣，对杂牌产品排斥 4.客户追求个性差异，只对定制品感兴趣 5.合作多年的老客户，与你联系减少 6.客户的合作“要求”越来越多 7.同意了客户的各项要求后，客户仍然没有下单的意思 第5章与客户的拒绝做一次心理博弈 1.客户拿没时间当借口，拒绝约见 2.客户找各种借口多次压低价格 3.朋友的一句劝告，使客户放弃与你合作 4.客户以不确定产品的真假为由，放弃购买 5.客户对公司提供的帮扶政策不满，拒绝合作 6.你的谈话内容触及客户的痛处，让客户失了“面子” 7.客户不跟陌生的人谈合作 第6章让客户满意才有机会拿下订单 1.心急成单，却不得不在核心利益上让步 2.因为某个问题双方僵持不下，陷入僵局 3.客户要好东西，你推荐高价的，却遭到客户的否定 4.客户对你推荐的产品总是不满意 5.客户找理由延迟成交时间，试图等待有利时机 6.签单前期，获知客户的财务出现问题 第7章齐心协力让团队共同发展 1.你一出业绩，同事就说三道四 2.协作销售，同事之间却互不通气，导致失单 3.同事打着你的旗号找你的客户合作 4.你想绕开同事，独自跟单 5.因客户资源或利益分配问题，与同事发生冲突 6.遇到难题就按照经验、惯例处理，成效不明显 第8章用完美沟通筑起人脉墙 1.不知道同事最近都在忙什么 2.跟知心人讲客户的信息，最后客户被他挖走 3.你害怕与上级沟通，不知道说什么 4.与同事沟通，通常都是“主讲” 5.与领导谈话，不喜欢发表意见 6.你跟同事总聊不到一起 第9章激发自己内心的工作激情 1.有了稳定客源后，就懒得寻找新客户了 2.看到同事当领导，自己也想转型做管理 3.自己总在成单的时候“掉链子” 4.被同一客户拒绝多次，打算放弃 5.犯错被重罚，因此丧失斗志 6.自己比别人干得多，获得的回报却比别人少 参考文献

章节摘录

版权页：面对客户的期望，在我们无法为之提供相匹配的产品时，是选择向客户“坦白妥协”，还是选择让客户对我们“妥协”呢？而往往就是这两种截然相反的心理活动，让销售的结果处于对立的两极。有一次逛家具卖场，遇到这样的一个销售情境：全友家居的导购正在向客户介绍全友家居的绿色环保特性，突然被客户打断了陈述，客户讲道：“那你们用的是哪种家具漆，里面含有多大成分的甲醛呢？还有你们家的家具在推出市场前，有没有到特殊的场地进行集中性的晾晒呢？”导购听到这样的问题，吞吞吐吐地说道：“现在的家具很少使用漆料了，一般都是实木制作的。”客户接着又说道：“不可能，我太了解这行了，实木的家具根本不可能是这种价格，而且实木的弥合处必须使用玻璃胶，这种胶水一定含有有害气体……不信的话，你让我拿东西检测一下就知道了。”导购看到这位客户如此专业，只能点头说道：“确实，不用任何辅料制作的家具，价格确实比这个高多了，不过我们家具的木料和辅料还是相当不错的，在整体卖场中也是绿色环保的典范。”光顾着与客户讲绿色和实木的问题，导购似乎忘记了自己的工作，接着问了客户的购买需求，确定客户的采购计划。客户也通过导购的提醒，确认了这个价位的家具基本上没有实木的了，既然这样，那他就没有必要花高价格在全友采购，卖场那边的一家也是这种档次的，价格整整低了1000元。客户又一次打断了导购的陈述，说道：“我们再逛逛吧，一会再过来。”就这样，客户径直向一家价格更低的商户走去，而此时，导购才明白自己钻进了客户设置的圈套当中了。

《销售工作的第一本心理书》

编辑推荐

《销售工作的第一本心理书》

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