

《销售中的心理学》

图书基本信息

《销售中的心理学》

内容概要

畅销书《销售中的心理学》再度袭来。多拿订单，提高业绩可以说是每个销售人员的心愿。然而，在实际工作中，不少销售人员付出了辛苦，却收效甚微。其实，与客户打交道的过程就是攻心的过程。作为销售人员，不要畏惧客户，也不要担心自己搞不定，只要能把握客户的心理，与其结成心理同盟，那订单就是唾手可得的了。本书通过对概念的阐述和翔实案例的分析，旨在指导销售人员学会正确认识自我，提高心理素质，运用心理学的知识看透客户的内心，更好地促进销售工作，实现成功销售。

《销售中的心理学》

作者简介

《销售中的心理学》

书籍目录

- 前言 我成为百万富翁的故事
- 第1章 销售的内在博弈
- 第2章 设立并实现全部销售目标
- 第3章 人们因何而购买
- 第4章 创意销售
- 第5章 约见更多的客户
- 第6章 暗示的力量
- 第7章 完成销售
- 第8章 成功销售的十大关键
- 译者后记 销售人员的自我修炼

《销售中的心理学》

章节摘录

第1章 销售的内在博弈 没有任何一件事情不依赖于销售。销售人员堪称是我们这个世界上最重要的人。没有销售活动，我们社会的运转就会戛然而止。 当今世界，只有商业活动才是财富的真正创造者。商业活动生产所有的产品和服务；商业活动创造利润和财富；商业活动支付工资和福利。在任何一个城市、州或国家，人民的生活质量和生活水平都取决于商业社会是否健康发展。

你很重要 销售人员在任何行业都是最重要的一批人。没有销售，规模再大、技术再先进的企业也得关门。在企业的发动机里，销售是火花塞。销售圈的成功和整个国家的成功之间有着直接的关系。销售的活跃程度越高，则其所在行业或地区就越成功、越赚钱。

《销售中的心理学》

编辑推荐

是谁可以让比尔·盖茨、沃伦·巴菲特、迈克尔·戴尔和杰克·韦尔奇都坐在台下洗耳恭听？
是谁曾在全球40多个国家举行过演讲、拥有超过千万的学生和追随者？ 全球销售人员的偶像、
世界权威销售培训师博恩·崔西经典力作

《销售中的心理学》

精彩短评

- 1、很不错的一本书
- 2、路走得多了，难免踩到屎。
- 3、需要总结=====+++++案例来理解，和实践它。理论很好。要举一反三。。。
- 4、“人人都可以是好销售”只是看你内心是否够强大，做销售总要懂点心理学。其实销售的不是商品，是服务!
- 5、销售员的“鸡血手册”！本书宗旨——提问的人控制着对话！
- 6、老婆公司要求买来看
- 7、推己及人，问自己如果自己是对方，为什么会买自己的产品（效益、解决方案）
- 8、提问是门大学问
- 9、让我有点失望的是，讲的东西都太平庸。
- 10、博恩崔西的书看起来还是很顺畅的，而且也很励志，呵呵。
- 11、没什么用
- 12、還不錯！
- 13、有些点不错~
- 14、没有干货。
- 15、其实 还好吧 至少看完没觉得浪费时间 很积极
- 16、明确自己的期望+行动+毅力。
- 17、虽然后面发现很多理论有抄袭之嫌，但是读的时候是很激动的
- 18、老话居多，没啥新意。
- 19、请问湛卢或者人大出版社，或者mr.王有天，该书第198页，说到的“怎样发现自己的特有天分”有7种方法可以让你发现自己的特殊天赋，怎么只写了五种？？还有两种呢？难道这书盗版？还是神马？？？
- 20、给员工订购还没有来的及读
- 21、我如果是职场上的圣徒，那这本书就是我的圣经。
- 22、其实销售很简单，首先一定要让自己变得非常优秀，其次一定要站在客户的角度考虑问题。
- 23、挺受用的吧。
- 24、真经，每一句都是金玉良言
- 25、有一些亮点，但结构比较混乱，有些道理说了又说，而且例子可以再多些。
- 26、实用手册，非常有趣
- 27、销售中的一些技巧
- 28、蛮多具体的内容可以借鉴，还不错
- 29、我觉着吧，这本书挺坑爹的。一方面，作者在一个点上循环往复地强调着，搞得好似在凑字数；另一方面，我没觉得这当中有多高明的科学成分在里头，只能说是经验之谈，所以不能算是科学的心理学。特点就是：通俗易懂，一天搞定，不痛不痒。
- 30、很赞

1、全书有用理论不多，可参考有以下两点：1、人们为何购买商品？因为他需要。所以销售中的两个步骤就是：一识别客户关键需求；二增加客户对你的信任1) 识别客户的需求可以通过“提问和倾听”，来了解你的产品或服务到底能满足用户的哪些强烈的需求客户的需求可以通过“马斯洛需求理论”来寻找，同时可以使用客户“追求获益”以及“逃避损失”心理使用相应的营销话术2、如何成为伟大的倾听者？1) 专心倾听：面对客户，身体前倾，点头，微笑，颌首2) 回复之前停顿片刻，表示自己在沉思3) 提问，通过提问来澄清自己是否了解（提问才意味着控制）4) 用自己的话语重复一遍5) 使用开放式问题

2、今天，最好的企业拥有最好的销售人员，二流的企业拥有二流的销售人员，三流企业正面临破产。世界上最成功的机构都有非常优秀的销售机构。帕累托法则告诉我们20%的销售人员赚走了80%的钱。在销售中，有七个方面对销售很关键，被成为成效决定因素，你在每个成效决定因素中的表现和效果决定了你的总体成功以及收入水平。这七个分别是：潜在客户开发、建立友善关系、客户需要识别、产品或服务介绍、反对意见回应、销售成交、再次销售以及客户推荐机会获取。就每个因素而言没有任何一个表现良好的人都曾一度表现得不好。顶尖的10%的专业人士都是从底层10%开始做起的。自尊心与销售业绩有关。自尊的最佳定义即“你如何看待自己”，你越认可自己，就会越喜欢他人；你越喜欢他人，他人反过来更喜欢你；你越喜欢自己的客户，你的客户就会越喜欢你，从而越愿意从你这里购买产品并推荐他们的朋友。一个不认可自己的在某个领域中德表现或对自身的某个菱悦的表现感觉不好的人，在这个领域就会表现得差劲。设定并实现你的目标。将收入和销售目标按月、按周、按天分解，先确定自己想挣多少钱，再确定每天做什么事情才能挣到那些钱。列一张清单，写在用额外挣到的钱想买和想办的50-100件东西。人们因何而购买？你不能教给一个人什么东西，只能协助他自己发现这些东西。--伽利略使用开放式问题，个人形象非常的重要！将客户置于聚光灯下。列张清单，写下你的产品能够满足的客户需要；按对客户的重要性对清单排序。围绕这些需要，组织客户开发和销售工作。在对你满意的客户群体中进行经常性的市场调查研究；找出你的产品提供哪些益处促使他们从你这里，而不是别人那里购买；确定你的团体客户在寻求的最重要价值是什么，进而形成一种技巧，在每次销售会谈时说明这些价值，、。为成功穿着；购买并阅读一本关于得体商务衣着的图书，并随后按要求去穿着，使自己在拜访客户时，看起来像一个地道的职业人士。开发出一系列的开放式问题，让自己可以利用这些问题控制销售袒护，揭示客户的真正需要；通过提问和倾听，让焦点保持在客户身上。把自己定位为一位朋友、顾问和老师，与每位客户联系都要这样；集中在帮助和指导而不是销售上。在帮助他人的过程中，我们也是在帮助自己，因为我们做出的任何善举都会循环转圈，再施于我们本人。-----弗罗拉 爱德华兹战略销售的四个关键：专业化、差异化、细分化、集中化；成功销售的十大关键：1、做自己热爱的工作优秀是一个决心；自尊和成功；2、明确自己的期望目标程式立即设定10个目标你的主要目标改变你的生活3、用毅力和决心支持你的目标4、致力于终生学习你的大脑可以增值：阅读、听语音课程，参加研讨和课程，绝不要忘记你最有价值的资产是你的大脑；增加自己的价值不断加满自己的水桶5、好好利用自己的时间设定清晰的优先顺序选择最重要的工作集中精力、全神贯注6、跟随领导者向最好的人学习选择自己的榜样询问建议看起来像那么回事人往高处走跟着鹰飞翔致命错误（远离负面影响的人）7、性格决定一切对自己实事求是遵循“事实就是原则”8、启用天生的创造力利用自己的天赋9、应用黄金法则：你想让别人致命对待你，你就怎么对待别人10、付出成功需要代价

3、第一章1、现在就下决心成为一位拥有完全自信、强烈自尊的销售人员；对自己一遍遍的说：“我感觉自己好棒！”2、不断地把自己想象成为本行业中最棒的人。你“看”到的那个人就是你将“变成”的那个人。3、事先下决心：无论发生什么，都不放弃；失败退却不在考虑之列。4、不要把拒绝看成是针对你个人的；把客户拒绝看成销售中征程而自然的部分，与日常天气变化没什么区别。5、模仿行业领先者的做法行事；按照最高收入和最成功人士的样子打造自己。看看他们做什么，然后做同样的事情，直到你也获得同样的结果。6、现在就下决心成为一位排名在行业前20%的人；记住没有人比你聪明，也没有人比你优秀。其他人能够做到的事，你也同样可以做到。7、对于每一个新想法，只要觉得它能在某个方面对你有帮助，就付诸行动过，尝试一下，你试得越多，就越有可能或得最后的胜利。第二章1、想长远点！为自己制定下一年的收入目标，要比以前挣的高出25%~50%。2、为了实现你的理想收入，计算一下你需要在接下来的一年里销售多少产品和服务。3、将收入和销售

目标按月、周、天分解；先确定自己想挣多少钱，然后确定每天都要做什么事才能挣到那些钱。4、提前计划好每一天；精确地定下你要拜访的客户数量，你要去见的人的数量，以及你要实现的销售数量。5、为家庭和个人生活制定宏伟的、振奋人心的目标；列一张清单，写下用额外挣到的钱想买和想办的50~100件东西和事情。6、为实现你的诸多目标制定一份书面计划，每天按计划行事。7、为了实现绝大多数梦想，你将不得不付出代价。计算这个代价有多少，比如得加多少天班和做出多少牺牲；然后，开始付出。

第三章1、列张清单，写下你的产品能够满足的客户需求；按对客户的重要性对清单排序。围绕这些需求，组织客户开发和销售工作。2、在对你满意的客户群体中进行经常性的市场调查研究；找出你的产品提供的哪些益处促使他们从你这里，而不是别人那里购买的。3、确定你的团体客户在寻求的最重要的价值是什么，进而形成一种技巧，在每次销售会谈时说明这些价值。4、识别客户在使用或不使用你销售的产品或服务的过程中，可能遭受的最重大的收益或损失；重复强调这些收益或损失。5、为成功穿着；购买并阅读一本关于得体商务衣着的图书，并随后按要求去穿着，使自己在拜访客户时看起来像一个地道的职业人士。6、开发出一系列的开放式问题，让自己可以利用这些问题控制销售谈话，揭示客户的真正需要；通过提问和倾听，让焦点保持在客户身上。7、把自己定位为一位朋友、顾问和老师，与每位客户联系都要这样；集中在帮助和指导而不是销售上。

第四章1、你是天才；今天下定决心，你将运用自己天生的创造力，去解决任何问题，克服任何困难，实现你为自己设定的任何目标。2、在纸上，以问题的形式写下你的最重要目标；针对这一问题写出20个答案，然后至少选择一个采取行动；每天都这样做。3、在你的产品或服务中，识别出自己的优秀及过人之处；是什么让你所销售的产品胜过那些与你竞争的替代品？4、判断为什么你的客户从你这里而不是别人那里购买。哪些客户最能从你所擅长的事情中获益？5、你的未来客户集中在哪些地方？计划一下你将怎样花更多的时间与他们在一起。6、以一种有意义的方式来划分自己的产品或服务；找出人们购买你的产品的原因，然后向他们说明，在综合考虑之后，你的产品将是最好的选择。7、从满意客户那里获取书面的推荐信，标出最好的句子，并接着将其放到三孔活页夹得塑料封页中。向每一位客户展示这些信。

第五章1、精确地确定出你每天以及每周要打电话给多少客户，才能完成自己的销售和收入目标。2、花80%的时间开发客户时说些什么，直到你有足够多的人要见乃至没有时间给别人打电话。3、写出自己通过电话开发客户时说些什么，记住这些内容，不断练习，直到这些话语听起来自然又放松。4、忽略客户开发时所碰到的初始销售阻力；集中介绍产品的效果和益处，提及别的已经用上这些产品的满意客户。5、保持主动；确定你与客户首次会面的准确信息和时间。6、拒绝在电话上讨论产品或服务，也不在电话上讨论价格；全身心集中到获取见面的机会上，此外，不要谈及任何其他内容。7、仔细为每次销售接洽做准备；做好自己的家庭作业，如果可能就在网上完成，以便让你在首次见到客户时，看起来和听起来都绝对专业。

第七章1、事事皆关键！客户看到、听到、感觉到和触及到的各个因素，你都要完全把握；事先做好计划。2、把自己看成“销售医生”，就像是一位世界级的专业人士，博学多才，同时拥有优秀的产品和服务。3、为成功而穿着。参照行业里那些最成功、收入最高的人来设计你的穿着。要让自己看起来像是能让人放心采纳所提意见的人。4、对遇到的每个人，无论是前台还是秘书或客户，都彬彬有礼；总是保持积极、愉悦的状态。5、每次销售拜访前，在内心里做排练；想象自己是平静、克制、乐观的，也是完全放松的；你把自己看成什么样，你就会变成什么样。6、竭尽所能，避免在与客户交谈时出现任何噪音和使人分心的因素；如有必要，让他挪动一下，以便他能集中注意力到你和你的产品上。7、挺直后背，抬起下颚；有力并充满自信地握手；让自己的一举一动像本行业中最优秀的那些人一样。

第七章1、提前计划每次的销售演示。按从一般到具体、从已知到未知的顺序设计演示；从最有吸引人的有点开始。2、自始至终用试探成交法提问题；在每项特点或好处后都请客户作出反馈和回应。3、从容判定与你攀谈的潜在客户所属的购买者个性类型；记下他提的问题；这些都是很好的线索。4、在潜在客户和现有客户面前要保持灵活性；或加快或放慢，或一般或具体，这样才可以向更多样化的人群销售产品。5、创造感性思维图像，描绘客户在拥有和使用产品或服务时时如何高兴。6、设计演示的各个部分，对于你提出的每项特点和好处都加以说明、讲解和提问；让客户积极参与。7、成为优秀的倾听者；提出好问题，不中断地倾听，回复之前停顿片刻，并用自己的言语确认说明，以证明你完全理解客户的情况。

第八章1、现在就下决心成为本行业里最优秀的销售人员之一；哪怕付任何代价，做出任何牺牲，都永不放弃，直到成功。2、投身于终生学习；阅读书籍，听语音课程，参加研讨班；当你提高了自身修养之后，你的人生只会越来越好。3、合理管理自己的时间；事先仔细制定计划，坚持让每分钟都发挥作用。4、做自己爱做的事情；全心全意投入到自己的工作中，精益求精，永

《销售中的心理学》

无止境。5、事先下定决心；你要拥有非常成功的人生；你决不放弃，直到实现自己最重要的目标。6、现在就坐下，列张清单写出10个你想在接下来12个月里实现的目标；选择张清单上最重要的目标，每天为这个目标而努力。7、工作时间只能用来工作；在生活中开足马力；早点开始，辛勤工作，晚点下班。提前付出成功所需的全部代价。

《销售中的心理学》

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