

<<销售离不开心理学>>

图书基本信息

书名：<<销售离不开心理学>>

13位ISBN编号：9787115206787

10位ISBN编号：7115206783

出版时间：2009-6

出版时间：人民邮电

作者：刘振中

页数：227

字数：211000

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：<http://www.tushu007.com>

<<销售离不开心理学>>

前言

成功的销售不仅仅依靠销售人员的艰苦努力，更需要智慧，需要动脑，需要思考。用“心”营销，诚“心”服务，才能赢得客户的青睐，增加成功的筹码。

“销售人员必须理解他们与客户之间的心理活动是如何相互作用的。

”这样的话经常会听到，我们也相信它是对的，却很少按它的要求去做。

客户的行为是受其心理活动驱动的，这种活动也有其规律，例如，听到推销有反感，听到说服有抵抗，听到保证有怀疑，听到提问有思考等。

如果销售人员能够知道客户反感的原因，理解他们抵抗的理由，体验其怀疑的意识，并且尝试去把握他们思考的方式，就能够有针对性地采取灵活的销售策略，为客户提供最恰当的产品或服务，销售成功的几率就会大大增加。

一项针对901种新产品的调查表明，如果以一种周到的、符合客户心理的方式销售产品，那么该产品的销售成功率（在销售环节存在5年以上算是成功）大约为53%，而如果采用一般的销售方法，成功率只有24%。

更重要的在于，这一数据表明当客户慎重地做出购买决定后，他们会更加忠诚、不再对价格斤斤计较。

研究发现，使用心理学的方法进行销售的品牌中，只有18%无法抵御低价竞争的压力，而在使用一般销售方法进行销售的品牌中，这一数字达到90%。

平均而言，借助心理学原理销售的新产品在第一年就有好的销售成绩。

<<销售离不开心理学>>

内容概要

这是一本关于销售心理学的普及性读物。

阅读本书可以使销售人员了解如何利用心理学的原理和工具来更好地推销自己的思想、品牌、产品和服务。

全书收纳了100个与销售有关的常用心理工具，包括6个认识销售心理学的工具、78个提升销售业绩的心理工具和16个提升销售人员自身素质的心理工具。

这些工具均来自作者长期工作的实践和理论研究的成果，有助于销售人员诊断并提升个人的销售能力，解决销售过程中的各种问题，进而提高销售业绩。

本书读者对象为广大销售人员或对销售职业感兴趣的相关人士。

<<销售离不开心理学>>

作者简介

刘振中，1997年心理学硕士毕业，华东师范大学心理系在职博士生。

目前从事人力资源管理咨询、人才测评与选拔等工作。

独立和参与编写《心理大辞典》、《信息时代的心理调节》、《面试指南》、《管理心理学》、《素质教育论》、《高效管理的50个心理工具》等10余部著作，发表专

<<销售离不开心理学>>

书籍目录

第一部分 用“心”才会赢——6个认识销售心理学的工具 工具1 心理营销 工具2 销售心理共识 工具3 市场心理共识 工具4 消费的心理因素 工具5 心理营销的运用 工具6 消费者潜意识
第二部分 润物细无声——78个提升销售业绩的心理工具 一、销售中的心理技术 工具7 模糊心理模型 工具8 感觉营销 工具9 心理矩阵技术 工具10 行为追踪技术 工具11 灵脑图 工具12 潜伏期反应技术 工具13 “约翰·哈里之窗” 二、人人都是购物狂 工具14 欲望 工具15 “常驻心房” 工具16 关注程度 工具17 气质 工具18 满意度 工具19 需要 工具20 消费类型 工具21 年龄心理差异 工具22 消费动机 工具23 客户类型 工具24 享受心理 工具25 行为方式 工具26 潜在客户类型 工具27 决策风格 工具28 忠诚度 工具29 男女心理差异 工具30 大脑的偏好类型 工具31 兴趣 三、人脉决定销售业绩 工具32 第一印象 工具33 沟通 工具34 关系 工具35 倾听 工具36 肢体语言 工具37 面部表情第三部分 心理炼金术——16个提升销售人员自身素质的心理工具

<<销售离不开心理学>>

章节摘录

第一部分 用“心”才会赢——6个认识销售心理学的工具 工具2 销售心理共识 工具概述
思想犹如一个人的灵魂。

每个人都会在思考中将思想聚集在一起，并且进一步与人的行为发生相互作用。

换句话说，思想是行动的先导。

通过销售心理共识，销售人员可以了解客户无意识的心理活动。

应用指南销售心理共识是指诸多消费者和企业共同具有的关于特定问题、产品和服务等方面思维集群的系统总和。

因此，我们要深入地研究思想的实质。

思想是什么?对我们来说，思想如同生命一样重要。

我们可能用想法和观念等术语来近似地替代它，然而我们却很难用一个更精确的定义来描述它。

销售人员要想利用并影响客户的思想和行为，就必须弄清楚思想是什么。

许多销售人员声称他们能够通过观察消费者的行为来辨别他们的想法。

其实，这些销售人员是在用自己内心的思想判别客户的行为。

这种做法有时有效，但通常情况下是无效的。

销售人员的思想被证明是客户思想的一种不可靠的替代，并且以这种替代为基础实施的价格策略会导致利润的巨大损失。

销售人员用自己的思想代替消费者思想的做法会使主要的市场营销决策发生偏离。

<<销售离不开心理学>>

媒体关注与评论

在销售领域，有98%的知识是理解人的心理和行为，2%的知识是产品知识。

——世界上销售人寿保险最多的人乔·康多尔夫 每个销售人员都必须关注顾客的心理与行为，诸如动机、感知、学识、态度以及人格特征。

——《关系销售完全手册》作者查尔斯·M·弗特勒尔 金牌销售员不仅可以凭直觉判断客户的行为类型，而且也可以确定合适的应对方式。

最好地与客户保持一致，最大程度地发展与客户的友好关系。

——著名营销学专家杰哈德·葛史汪德 销售人员不仅要知道公司希望他们实现哪些销售目标，而且还需要知道实现这些目标所必需的行为与心理。

——作家兼销售顾问奥博利·丹尼斯

<<销售离不开心理学>>

编辑推荐

销售人员的心理状态决定了80%的成功销售机会。
用“心”营销，诚“心”服务，才能赢得客户的青睐，增加成功的筹码。

<<销售离不开心理学>>

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:<http://www.tushu007.com>