第一图书网, tushu007.com

<<顾客心理诱导术>>

图书基本信息

书名：<<顾客心理诱导术>>

13位ISBN编号：9787121091025

10位ISBN编号：712109102X

出版时间：2009-9

出版时间：电子工业出版社

作者：沈方楠

页数：207

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

内容概要

本书充分结合了营销学、心理学和社会科学等领域的知识，是一本深入剖析顾客心理，指导销售员快速提升销售能力、掌控销售过程和快速完成签单的实战读本。
阅读本书，能让你全面了解顾客心理，从而快速、系统地掌握一项从心理上与顾客构建合作关系的销售技巧，利用心理诱导术，轻松跨越成交与不成交之间0.01mm的距离，享受成功签单的快乐。

作者简介

沈方楠　华通管理咨询专家委员会常务委员。
国际注册审核员，企业管理、市场营销培训专家。
曾在多家大型外资企业担任总经理、厂长、销售经理等职务。
具有丰富的商业实战经验，包括订单制造、客户开发、销售技巧、团队建设等方面的培训实践，拥有丰富的针对中高层管理人员和一线销售人员进行培训和管理的经验。
主要研究方向：建立学习型组织、销售实战技能、精益化控制。
曾为美泰玩具、光宝集团、索尼、康舒电子、力士集团、王氏港建等200多家企业及上市公司提供合理化改善、卓越绩效管理训练等服务，深受客户信赖。

<<顾客心理诱导术>>

书籍目录

第1章　由内而外地改变自己 规避4种错误观念　“我不适合做销售”　“销售就是把东西卖给别人”　“我被顾客拒绝怎么办？”　“那是……的原因！”　积极的自我暗示调节术　语言暗示　动作暗示　环境暗示　“包装”暗示 选择最有效的自我暗示方式　选择对自己有效的暗示词语　选择对自己有效的暗示方法　换一种方式应对工作中的困扰 在心理上构造一个成功心象　自我意象让你更成功　自我意象控制技术第2章　控制好自己，才能控制他人 改变习惯性的消极心理应激　对任何事件抱持“心理常态”　从内在原因上调整　对不利的刺激进行重新定义 改变心理画面，重拾快乐生活　改变大脑中画面的储存方式　清除消极画面　保持内心的平和 坦然接受自己，接受事物真相第3章　销售之前，先了解客户心理 6种不同顾客的心理特质　沉默反应型顾客　和平婉拒型顾客　理智思考型顾客　好利求廉型顾客　谨慎犹豫型顾客　品质成就型顾客 4个途径了解顾客心理特质　顾客的穿着打扮　顾客的言谈举止　顾客的办公室布置　顾客的购买关注点 4个方法确认顾客心理特质　信息预测法：充分调查了解客户　直接询问法：开门见山问客户　观察法：细致入微观察客户　提问法：巧用问题了解客户第4章　瞬间吸引顾客的突破口 不同类型客户的行为禁忌　沉默反应型顾客：害怕被说服　和平婉拒型顾客：不喜欢压迫感　理智思考型顾客：厌恶过分推销　好利求廉型顾客：希望物超所值　谨慎犹豫型顾客：担心被人影响　品质成就型顾客：注重品质价值　察觉销售心理突破口的方法　如何通过产品功用吸引顾客　产品功能突破案例　产品功能突破的运用：心理策略界定　产品功能突破的销售技能要求 如何通过产品利益吸引顾客　产品利益突破案例　产品利益突破的运用：心理策略界定 如何通过真情实感触动顾客　善用情感交流突破心理防线　情感突破的销售技术第5章　让顾客无法拒绝的电话约访 传递良好的心理感受　一个电话约访案例　声音要素　身体语言　其他因素 让顾客体会到尊重感　慎重选择通话时间段　礼貌地问候　确定对方是否方便通话　注意你所用的称谓　控制通话时间，适时结束通话 4种成功的电话约访方式　缘故约访法　请求帮忙法　相关联想法　好奇心约访法 4种常见拒绝预约的破解技巧　拒绝方式1：在电话里说　拒绝方式2：我没有时间　拒绝方式3：寄资料好了　拒绝方式4：我没有兴趣第6章　赢得顾客好感的约访策略 确定接触顾客的最佳时机　了解顾客的时间安排　选择合适的见面日期 获得销售机会的沟通策略　USP介绍法　用牛群效应强化顾客兴趣　利用顾客的好奇心 常见接触障碍的处理技巧　调整语气　适当向对方施压　巧妙利用谎言第7章　到位的细节，完美的结果 做好顾客拜访见面的铺垫　确认决策者　告知顾客你的来意　利用你和顾客都知道的第三人　建立顾客对产品的期待心理　顾客约访确认 如何做好见面的细节约定　约定面谈的时间　约定面谈的地点 确定最有利的接近方式　他人介绍法　调查接近法　求教接近法第8章　拜访之前，先包装自己 首因效应：第一印象赢得好感　精神面貌　衣着仪表　言行举止　守时守信 塑造打动顾客的第一印象　塑造专业的仪表形象　保持积极热情的态度　设计富有吸引力的开场白 保持良好的生活和工作习惯　养成良好的生活习惯　养成良好的工作习惯？第9章　说对第一句：见面话题设计　纽卡姆的心理学试验　模仿顾客的行为方式　要显示对顾客的兴趣　缩短距离，平等交往　给顾客以“可信度”　吸引顾客的自我介绍　说出自己的姓名　谈论出生地　说出你的公司　坦言你的“私生活”　用闲聊的方式打开话题　寻找聊天的内容　危险话题规避第10章　迅速拉近双方的心理距离 消除陌生顾客的敌意　融洽气氛的寒暄　慎重提问，打开话题　做一个忠实听众 扩大和顾客之间的共通点　寻找与顾客的共通点　话题深入，扩大影响力　话题转移，继续销售沟通 4种方法快速缩短心理距离　运用人际关系的影响　充分利用闲聊话题　利用“微笑+诚实+亲切”公式　赞美对方第11章　创造性开发交流机会 销售过程中的“多看效应”　创造下一次拜访的机会 强化与顾客的情感交流　信息确认　送资料　家庭拜访　节日问候第12章　以同理心突破心理抗拒 运用同理心赢得心理共鸣　……第13章　唤醒顾客的内在情感第14章　把赞赏之策用对用好第15章　倾听是始终如一的准则第16章　同步反应、反馈与互动交流第17章　把握需求，激发购买动力第18章　从顾客的兴趣点入手第19章　激发顾客的购买欲望第20章　创造积极的心理体验第21章　察言观色，把握促成策略第22章　肯定句——诱导顾客的重要策略第23章　用好否定句也能诱导顾客第24章　问对问题，层层深入第25章　从拒绝中赢得订单第26章　在顾客的抱怨中成交第27章　改善顾客关

系的心瑾技术第28章　用真诚赢得顾客的友谊第29章　做好朋友，再做销售第30章　永远的业务合作伙伴

章节摘录

第1章　由内而外地改变自己　　在我们试图成为一名顶尖销售员之前，必须明白两个必要的条件：　　其一，我们必须善用一切有效的心理调节方法，时刻将自己的心理调节到一个最佳状态；　其二，我们必须善用心理策略和技巧影响顾客的购买决策。
　　这是两个息息相关的问题，前者决定了我们的个人素养和个人形象，后者则是确保成功的销售技能。
两者互为补充，能够形成销售人员独特的销售风格。
　　有一点是大多数销售人员要注意的：对于销售技能、工作经验相差无几的销售人员来说，心理素质好坏往往直接决定彼此之间业绩的差距。
销售是一个高压力、高受挫的职业，很容易使销售人员的自信心受挫。
信心的丧失往往会导致现实中进一步受挫，这是一个恶性循环。
　　所以，在我们进一步讨论相关心理诱导技能之前，先来看看有什么方法可以让销售人员以更加积极的心理状态投入到销售工作中。
　　规避4种错误观念　　从我们从事销售工作的第一天起，就面临着众多的困难，由此造成的心理压力会让我们内心产生诸多的困惑，比如认为自己不行，或者认为产品不行等。
在没有客观地解决我们内心的困惑之前，谈任何销售策略都是毫无意义的。
　　从销售工作中一些常见的困惑出发，来讨论究竟应该怎样认识我们的销售事业，从而改变我们的认知，调整我们的心理状态，这就是我们要做的第一步。
　　“我不适合做销售”　　能够与人交往的人，都适合做销售，有些人欠缺的只是一些销售的技巧而已。
但是，在多次销售不见成效的时候，我们总会下意识地怀疑自己，类似“口才不好”、“不会搞关系”这样一些“特征”就会逐渐成为我们内心的阴影，让我们产生“我不适合做销售”的念头。
　　销售是什么？
　　通俗地讲，销售就是与人相处，与人交流，它并不是一个多么特殊的　　有一点我们应该清楚，不论从事哪种职业，都要学会和别人相处，都要搞好人际关系。
唯一不同的是，销售工作尤甚。
　　没有谁一生下来就是销售天才。
销售工作需要强化训练，就像一个不敢演讲的人，多次预演之后就会大胆上台一样。
我们需要的只不过是有效的训练而已。
　　“销售就是把东西卖给别人”　　表面上看这句话没有错，但当我们持这样的观点时，就会表现得比谁都糟糕。
它最终会让我们产生巨大的困扰，而且极容易让我们的销售陷入困境。
　　销售行为有其更丰富的内涵，主要包括以下三方面：　　其一，满足客户的需求，为客户提供服务；　　其二，帮助客户实施其商业或生活计划，使客户成功或幸福；　　其三，成为客户的朋友，以及他信赖的商业伙伴或顾问。
　　从上面三个内涵来看，我们要做的工作很多，而不仅仅是“叫卖”。
如果我们把销售工作理解成“叫卖”，那么我们会理所当然地停留在“叫卖”的水平上而停止进步，必然会遭受更多的挫折，最终会印证你的预期：销售很难，我根本无法做好这份工作。
要记住：思路决定出路，只有从一个正确的角度理解销售行为，你才能够真正知道怎样做好销售。
　　“我被顾客拒绝怎么办？
”　　所有人在工作和生活中都遭到过拒绝，但这些拒绝在今天影响了你什么？
事实上，什么也没有影响到。
这就是真正的问题所在：生活中拒绝无处不在，而它几乎不会对我们的未来生活造成影响。
害怕拒绝，只不过是自找麻烦。
　　从销售的角度来看，拒绝还隐藏着另一层意思：给你学习的机会。
就像谈恋爱一样，当一种表达心意的方法不奏效时，我们会寻找另一种更好的方式，销售工作同样如

此。
你可以通过顾客的拒绝判断顾客所提的问题属性，获取顾客的资讯、判断顾客的需求、体会顾客对你的信任程度等，从中你会发现自己成长所需的“养分”。
但前提是，你要抱持既能轻松面对拒绝，又能慎重对待拒绝背后的问题这样一种心态。
“那是……的原因！
”心理学研究表明，一个成功的人都具备积极的心理认知。
所谓心理认知，就是对事物的心理感受和理解。
而影响心理认知的一个重要因素就是归因方式。
一件事情已经发生，怎么理解这个事情发生的原因，就是归因方式。
积极的人必然有积极的归因方式。
必须注意的是，积极的归因方式绝不仅仅是从事销售工作所需要的素养，而且是整个人生的成功和幸福所需的生活态度。
失败者会把一切问题归结为外在因素，而不是自身，这种归因方式只要形成习惯，不仅在销售上无法成功，在生活中也会遭受挫折。
看看下面这些话：“这个顾客真是不识货……”“那是因为我们公司的销售政策不对……”“我们公司的产品价格、交易条件不如别的公司……”“那个厂家的销售人员比我们优秀……”找借口为自己辩解不能说明和解决任何问题。
销售工作的成败首先取决于销售人员的心态，其次才是能力。
要成为顶尖的销售人员，必须有积极的心态，相信自己的产品，相信自己能胜任销售工作，相信自己能够战胜销售工作中的各种困难，始终对销售事业充满必胜的信心。
因此，与其寻找借口，倒不如做些建设性的考虑，寻找更好的打动顾客的方法。
积极的自我暗示调节术　毕甫佐夫是第二次世界大战前苏联的一位天才演员，平时老是口吃，但在演出时却克服了这个缺陷。
他所用的办法就是积极地自我暗示，暗示自己在舞台上讲话和做动作的是另一个人——剧中的角色，这个人口才极佳，而且富于感染力。
从心理学的角度看，这完全是现实可行的。
事实上，只要你真正融人到了这个想象的环境中，就一定能够成为你想象中的那个样子。
这就是积极自我暗示的力量，也是销售人员必须学会的一项基本心理调节技能。
简单的自我暗示技术可以在4个层次进行，包括语言层次、动作层次、环境层次和自我“包装”层次。
语言暗示　语言在自我暗示方面具有巨大的影响力，假如一个销售人员总是认为自己不善于和顾客面对面聊天，他就会对拜访顾客充满恐惧，面对顾客时也就不会有什么激情了。
利用语言进行积极地自我暗示，可以使用能够自我激励、积极、肯定的词语，并在前面加上“我”字，比如：“我是独一无二的”。
“我对自己充满信心”。
“我通过努力一定能够获得成功”。
要记住，任何语言上的暗示，都应该立足于当下，不应该受到任何负面信息的干扰，任何怀疑的声音都会让你的暗示效用戛然而止。
你要做的是，让你当下感觉到的力量体现在行动当中，你就会发现面对再大的困难和挫折，也能镇定自若、泰然处之。
动作暗示　我们平时进行交流不仅仅通过语言，还通过形体动作和面部表情，也就　是动作语言和表情语言。
如果你每天上班之前，面对镜子对自己多一点微笑，做一些提气的动作，那么你每天就会多一点快乐，多一点自信。
如果你感到烦闷、不舒畅，可以试着倒背双手，到公园附近散散步，或者趁周末休息的时间到郊区放松一下。
如果你拜访顾客之前紧张不安，可以做一些简单的运动，或者做几次深呼吸，待心态平和后再开

展工作。
　　动作暗示的核心在于：让我们在一个放松的氛围里，用我们感觉舒适的方式释放我们内心积蓄的负面情绪。
要记住，任何人都有负面情绪，长期的压抑并不是好的选择。
事实上，越是成功的人，面临的压力越大，但也更善于将自己的负面情绪合理地释放出来。
　　环境暗示　　环境层次的自我暗示包括很多因素，可以是人和物，也可以是光线和声音。
我们都有一种经验：当我们和好朋友去KTV唱歌的时候，会去除很多烦恼，回来时也会感觉更加轻松，而当我们懒洋洋地躺在家里的沙发上，会发现似乎整个世界都是让人压抑的。
不同的环境会产生不同的心绪反应，要善用环境的影响力。
　　当你情绪低落的时候，可以听听让人斗志昂扬的歌曲。
当你不知道如何与顾客打交道的时候，可以加入某个顾客俱乐部，或者向销售前辈取经，学习与顾客打交道的相关技巧和便捷途径。
　　心理学的研究揭示了一个深刻的道理：我们所有的烦恼都来自于时间的幻象。
我们会因为对未来的未知而恐惧，会为过去做得不够成功而焦虑。
我们总是活在时间的幻象中，是对过去、对未来的想象破坏了我们积极的心理状态。
所以对我们首要的要求是：全身心投人到当下的环境中。
只要你真正地做到了这一点，就会发现自己的心胸豁然开朗，对问题的想法也会产生积极的变化。
　　“包装”暗示　　自我“包装”与销售人员的工作状态密切相关，这不仅包括一个人的仪容仪表，还包括穿着打扮、衣服配饰等。
对于销售人员来说，男士剪短头发、下巴光洁，会给人一种年轻精干、干脆利落的印象；女士长发披肩、妆容淡雅，会让人觉得端庄潇洒、美丽大方。
　　同样，良好的形象会起到相当大的心理暗示作用。
　　整齐的头发，会让你因感到清爽而心情放松。
　　得体而又恰当的服饰，会让你感到正在进行一项得心应手的工作。
　　你过去采用某种穿着打扮，是因为希望形成某种状态。
比如，你过去选一件衣服的时候，是希望这件衣服展示心中某个特定的形象。
现在你可以反过来，为了展示某个成功的销售专家的形象，可以参考他人的意见来安排自己的包装。
要记住一个道理：你的内心状态决定你的行为，但反过来，你的行为也会影响并左右你的内心状态。
　　选择最有效的自我暗示方式　　每个人都可以根据自身的情况，设计适合自身特点并简单有效的自我暗示体系，可以从不同层面来进行，也可以多种方式并用。
我们这里建议销售人员应该多学习一些心理学方面的知识，以了解个体心理上的一些特征和负面情感产生的真正原因。
在这里，我们挑选了一些自我暗示的主要的操作规则。

编辑推荐

用心理技巧拿订单的终极销售策略，顾客不开口，我们也知道；顾客不答应，我们有办法！
《顾客心理诱导术》通过解读销售中的行为，会话等心理策略和实战技巧，来提升销售员与顾客的对话能力。
通过轻松洞察俘虏顾客的心，使快速成交变得轻而易举。
成交与不成交的距离只有0.01mm！
关键看你是否读懂顾客的心！
销售不只是一种推销行为，还是一个读心过程。
只有学会读心，通过诱导顾客的心理，有效激发顾客的购买欲望，才能顺利成交。
《顾客心理诱导术》内容集合了作者多年的销售实战经验，并充分结合了营销学、心理学和社会科学等领域的知识，深入剖析了顾客心理，系统性总结了读心、攻心这些有效的销售话术和行为引导技巧。
只要我们勤加练习、不断实践，即可掌握这门销售本领。
利用心理诱导术，轻松跨越成交与不成交之间0.01mm的距离，享受成功签单的快乐。

第一图书网, tushu007.com

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