

<<攻心为上>>

图书基本信息

书名：<<攻心为上>>

13位ISBN编号：9787121110245

10位ISBN编号：7121110245

出版时间：2010-7

出版时间：电子工业

作者：影响力中央研究院教材专家组

页数：214

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>

<<攻心为上>>

前言

易发久是我的忘年之友，也是我众多弟子中最有德、有识、有才者之一。一个老师最大的骄傲就是培养出让自己敬佩的学生，如今我可以无憾地说，我就是那个最幸福的老师。

发久聪明睿智、勇于探索、善于创新，常常让我赞叹、欣慰，在业内也是有口皆碑。我自与他相识、相知以来，亲见他出版了一本又一本专著，主持了一个又一个培训盛会，结识了一代又一代才俊，培训了一批又一批学员，一次次将中国的培训事业推向高潮。

可以肯定地说，没有发久，中国的培训也会大踏步发展，但一定会落后一两年。不要小看这一两年时间，在周围环境瞬息万变的时代，也许落后一步就要追赶几十年。

所以，发久对中国企业的发展，可以说是有功德的。

我是中国“文革”后最早从事培训工作的人之一，早在1977年就倡导并创办了全国第一所民办大学，在1986年又创办了全国第一个MBA班，亲眼目睹了中国培训业30多年的发展。

我百感交集，既欣慰喜悦，又惋惜痛心。

欣慰的是，越来越多的企业已认识到了培训的重要性，而且提供培训服务的公司也越来越多；惋惜的是，大部分培训没有达到预期效果，许多培训公司只是昙花一现即告凋零。

为什么会出现这种“其兴也勃焉，其亡也忽焉”的现象呢？

细细思索，可归咎为如下原因：（1）单纯学习西方，生搬硬套。

西方的东西虽对中国企业有借鉴意义，但它再好也不会完全适应中国国情，一定会有些水土不服。

（2）过分强调古代的经营谋略，又不能很好地联系实际，导致“看上去很美”，却难以古为今用，创造效益。

（3）笼统地介绍一些现代企业的经验，过于琐碎和感性，没有上升到理论高度，无法对众多企业产生普遍的指导意义。

<<攻心为上>>

内容概要

本书结合销售实际与心理知识，介绍了可以瞬间洞悉客户心理的8个绝招，即通过观察和研究客户8个方面的表现来把握其销售心理：笑、脾气口味、动作形态、穿着打扮、香味喜好、运动爱好、言谈语气和眼神。

本书不仅可以作为销售经理提升自身能力的工具书，也可以作为销售知识培训和日常训练销售员的指导书。

<<攻心为上>>

书籍目录

第1章 笑里藏“招”——笑的艺术 1.1 笑的方式揭示人物个性 工具 笑的象声词与含义 案例讨论 左右逢源的秘诀 1.2 笑容背后的深层含义 工具 笑容、嘴型与人物性格 案例讨论 从关怀入手 1.3 笑容会传染——让客户笑 工具 巧用幽默的秘诀 案例讨论 微笑是最好的名片 本章小结第2章 脾“味”相投——把脾气和品味作为突破口 2.1 脾气与性格 工具 脾气类型与对策 案例讨论 爱发脾气的人力资源经理 2.2 “吃”的学问 工具 火锅测性格 案例讨论 饭桌上拿下大订单 2.3 找准脾“味”突破口 工具 雨伞测试脾气 案例讨论 给客户摆个“全鱼宴” 本章小结第3章 手“悟”足“道”——从动作形态中看穿心理 3.1 手的“语言” 工具 流露感情的双手 案例讨论 手比嘴更会“说话” 3.2 肢体语言传心声 工具 醉态与性格 案例讨论 幸亏客户没厌烦 3.3 如何“以动制动” 工具 人际交往的4种距离 案例讨论 角色演练 本章小结第4章 以“貌”取人——穿着打扮里也有销售力 4.1 衣着打扮看性格 工具 帽子与性格的测试 案例讨论 女客户的名牌手表 4.2 颜色喜好透露的秘密……第5章 闻“香”识人——不同的香味与不同的对策第6章 “动”察秋毫——通过运动与爱好透视人心第7章 一“语”中的——言谈语气的消费心理剖析 第8章 眉目传“情”——眼神中泄露的天机 后记参考文献

<<攻心为上>>

章节摘录

插图：3.笑声断断续续有些人的笑声断断续续，让人听起来很不舒服，其性情大多比较冷淡和自我。这类人只关注自己的利益，对他人则漠不关心。

但是他们的观察能力很敏锐，喜欢分析他人心理，能够见机行事。

4.笑声低而空有些人在笑的时候，声音像是从牙缝中挤出来的，音量低得几乎听不到，声音空洞不带感情，这是一种孤独、冷漠的笑。

经常空笑的人一般比较内向，容易对人际关系感到不安，为了掩饰紧张而不得以勉强挤出笑容。

5.笑声高而尖锐笑声高而尖锐的情况分两种：一种笑声高昂、尖锐，这样笑的人精力充沛，感情丰富，生活积极乐观，为人踏实可靠；另一种笑声尖细刺耳，这样笑的人冷漠孤僻，笑声缺乏内容，给人阴险、虚伪的感觉，在交往中很难和大家打成一片。

6.笑声多变有些人随着场合的不同和交往对象的不同，发出不同的笑声。

这类人比较圆滑和现实，对环境的适应能力、察言观色的能力和随机应变的能力都比较强。

1.1.3 内向型的笑与外向型的笑外向的人性格爽朗，笑起来一般比较单纯、明快；内向的人心思细腻，笑起来一般较为复杂。

笑的方式与人物的性格有着必然的联系。

<<攻心为上>>

后记

易发久是我的忘年之友，也是我众多弟子中最有德、有识、有才者之一。一个老师最大的骄傲就是培养出让自己敬佩的学生，如今我可以无憾地说，我就是那个最幸福的老师。

发久聪明睿智、勇于探索、善于创新，常常让我赞叹、欣慰，在业内也是有口皆碑。我自与他相识、相知以来，亲见他出版了一本又一本专著，主持了一个又一个培训盛会，结识了一代又一代才俊，培训了一批又一批学员，一次次将中国的培训事业推向高潮。

可以肯定地说，没有发久，中国的培训也会大踏步发展，但一定会落后一两年。不要小看这一两年时间，在周围环境瞬息万变的时代，也许落后一步就要追赶几十年。

所以，发久对中国企业的发展，可以说是有功德的。

我是中国“文革”后最早从事培训工作的人之一，早在1977年就倡导并创办了全国第一所民办大学，在1986年又创办了全国第一个MBA班，亲眼目睹了中国培训业30多年的发展。

我百感交集，既欣慰喜悦，又惋惜痛心。

欣慰的是，越来越多的企业已认识到了培训的重要性，而且提供培训服务的公司也越来越多；惋惜的是，大部分培训没有达到预期效果，许多培训公司只是昙花一现即告凋零。

为什么会出现这种“其兴也勃焉，其亡也忽焉”的现象呢？

细细思索，可归结为如下原因：（1）单纯学习西方，生搬硬套。

西方的东西虽对中国企业有借鉴意义，但它再好也不会完全适应中国国情，一定会有些水土不服。

（2）过分强调古代的经营谋略，又不能很好地联系实际，导致“看上去很美”，却难以古为今用，创造效益。

（3）笼统地介绍一些现代企业的经验，过于琐碎和感性，没有上升到理论高度，无法对众多企业产生普遍的指导意义。

影响时空管理丛书历经无数的风雨和坎坷，今天终于与广大读者见面了。

此刻，这个团队中每一个人的内心无不充满感激与感恩。

在三年多的时间里，就是他们，以舍己的精神和任劳任怨的态度，确保了这个浩瀚工程的按时完成。

这期间他们遇到过多少麻烦、走过多少弯路、面对过多少痛苦，恐怕只有他们自己知道、只有时间可以证明。

但从他们激动的泪水中可以看出，他们是无悔的，也是幸福的。

为此，我应该向这些伙伴深深鞠躬！

在研发过程中，最大的瓶颈就是书中涉及成千上万的实战案例和管理工具。

正当我们陷于危难之时，是许多无私的兄弟企业向我们伸出了援助之手。

对于这种雪中送炭般的情谊，我们除了牢牢记住，还要在未来的日子里将它转换成一种成长的鞭策。

我们知道这些真实的案例和工具是用心血和数不清的金钱换来的，是无价的，所以我们必须像珍惜自己的眼睛一样珍惜它，像尊重自己的生命一样尊重它！

当然，我们更要感谢那些指导者、引路人。

各种形式的碰头会、研讨会多达59次，莅临会议现场的320多位学界专家、培训专家、企业高层管理者毫不保留地奉献出了自己在教学与管理实践中的精髓。

正是这些精髓的融入，使本套丛书更充满活力，更具实战性、系统性。

在本套丛书的编写过程中，我们参考了数以万计的业内同人的学术著作，因篇幅所限不能在此一一署名表示谢意，但我们已将这些人的名字铭记在心！

我们默默地工作，一方面要以这些人为榜样，另一方面则要做出成绩以示报答。

我觉得人生风雨过后的豁然那样弥足珍贵，或许就因为有了这些人的激情呼唤，才激励着我们去寻找生命的价值！

<<攻心为上>>

媒体关注与评论

影响时空管理丛书具有很强的操作性和很高的应用价值，是一套不可多得的工具书。

——国家人力资源和社会保障部中国人事科学研究院副院长 吴德贵团队以人为本，目标销售依控而攻。

销售经理系列具有工具化、本土化、实战化、系统化的特点，是销售团队管理的点睛之作。

——北京网势广告有限公司销售总监于玲销售经理系列注重实战，工具多，方法多，案例多，对于刚上任的销售经理来说，具有启蒙老师的作用。

——北京五度欧润食品有限公司 吴霞这是一部使销售人员实现从菜鸟到大侠的完美蜕变的宝典，也是希望从事销售培训工作或者在公司负责管理的朋友们必备的一部销售“康熙字典”。

——中旭教育集团苏皖大区总监 李宁

<<攻心为上>>

编辑推荐

《攻心为上:训练销售员洞悉客户心理的8大绝招》:工具化、本土化、实战化、系统化,让您的职业生涯从此发生实质性改变。

中国培训行业的领军企业影响力教育训练集团是中国培训咨询行业的先行者,见证了中国培训咨询行业发展的全过程,并以自己卓越的成就成为该行业的领军企业。

集团创始人易发久先生1996年携手多位业内知名人士初创影响力品牌,1999年正式注册公司。

以“教育产业报国”为使命、“为中国企业普及必修课程”为己任,旨在为中国企业打造“十万CEO、百万经理人”。

十年磨一剑在影响力集团进入第10个年头的今天,已拥有培训事业部、拓展事业部、科技事业部和文化事业部四大独立运营体系。

自2005年起,已经在上海、北京、天津、青岛、济南、苏州、南京、无锡、宁波、杭州、义乌、温州、成都、厦门、重庆、西安、福州、大连、沈阳、广东、深圳、香港等发达省市及地区开设了20余家分公司,加盟商、代理商有250多家。

一流名师团影响力集团拥有阵容庞大的一流名师团,连续6年学员平均满意率达97%以上。

影响力教育训练集团与北影响时空文化传媒有限公司组织国内十几位专家、几十位学者、上百位培训界精英,专门成立影响力中央研究院教材专家组,历经3年时间,精心创作了这套影响时空管理丛书。

这套丛书内容注重实战,以解决企业管理实际问题为导向;论述深入浅出,通俗易懂;工具多,方法多,案例多。

这套丛书已在影响力教育训练集团的多轮培训课程中使用并多次修订,受到各层次管理者的欢迎和好评。

<<攻心为上>>

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>