

<<优秀销售员的360堂心理课>>

图书基本信息

书名：<<优秀销售员的360堂心理课>>

13位ISBN编号：9787121192708

10位ISBN编号：7121192705

出版时间：2013-2

出版时间：郑秀 电子工业出版社 (2013-02出版)

作者：郑秀

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>

<<优秀销售员的360堂心理课>>

前言

对于销售员来说，卖出产品是最主要的目标。

随着社会的进步，各式各样的商品琳琅满目，顾客们有越来越多的选择空间。

那么我们该如何让顾客停下脚步，对我们的产品产生购买欲望呢？

这需要我们在销售过程中，运用一些“攻心”技巧，这些技巧被叫做“销售心理学”。

销售心理学的威力有多大？

我们来看一个小故事。

一位营销大师在给同学上课的时候提出了一个问题：在销售过程中，产品、销售技巧和销售环境哪个最重要？

有同学回答是产品。

这位同学认为产品是一切销售的基础，如果产品不好，无论是使用何种销售技巧，或者在何种销售环境之下，都难以成功。

营销大师笑而不语。

他发给这位同学一双普通的筷子，然后自己也拿着一双普通的筷子，领着这位同学到街上去，碰到路人就随机推销起来。

不可思议的事情发生了，一位路人因为觉得这位营销大师足够真诚，愿与营销大师结为朋友，用100元的价格买了这双筷子。

而这双筷子的成本不足1元。

这位同学手中的筷子没有卖出去，他心服口服，立即改口说销售技巧最重要。

营销大师微笑着摇了摇头。

他带领同学从石材批发市场上以每块50元的价格购买了两块石头，然后在一个繁华的街道边摆起了地摊。

营销大师在这两块石头边上竖起一个纸牌，上写：“宝石，五百元一块”，然后就静静地坐在一旁不语。

即便是有人问及，他依然装作哑巴不说话。

令人惊奇的是，在两个小时之后，这两块石头居然真被一个大老板模样的人用一千块钱给买走了，一句讨价还价的话都没说。

显然，在整个销售过程中营销大师没用上任何一点技巧。

这位同学百思不得其解，他只好改口说销售环境最重要。

营销大师又带领这个同学来到一个乞丐聚集的地方。

这群以向别人乞讨为生的人，自然是囊中羞涩，毫无购买力可言，但是营销大师在这里叫卖起了彩票。彩票两元钱一张，而这群乞丐吃一顿午饭也不过是用两元钱买半张大饼而已。

令这位同学感到疑惑的是，这群乞丐居然在一上午买走了营销大师手中的50张彩票。

营销大师将卖来的100元钱摆在这位同学面前，问：现在你觉得什么最重要呢？

他不待这位同学回答，就继续说：“产品、销售技巧和销售环境都很重要，但是比它们更为重要的是顾客的心理。

只有掌握了顾客的心理，我们的销售才能成功。

你还记得买我筷子的那个人吗？

他是一个孤独的人，也是一个渴望获得友情的人，我就是抓住了他的这种心理，在与他结交朋友的过程中完成了销售。

你说，当他愿意成为你的朋友，买你一双筷子还是什么困难的事吗？

那位买石头的老板，他一定是追求刺激心理。

现在很多人赌石，赌石的规则就是赌里面到底是否有翡翠。

当一个人以赌的心态来买东西时，他还会讨价还价吗？

乞丐是最没有购买力的人，但是你有没有想到昨天本地最大的新闻是什么？

<<优秀销售员的360堂心理课>>

一个乞丐从地上捡到一张彩票中了一百万。

你说，其他乞丐会不关注彩票吗？

“一切销售的成功都是因为销售员把握住了顾客的心理。

”营销大师这样总结道。

把握住了顾客的心理，是因为成功运用了销售心理学的缘故。

因此，在销售过程中，你只需洞悉顾客的心理，并高度迎合他们的购买需要，无论你的产品是地摊货还是奢侈品，销售对象是乞丐抑或是社会名流，你都能顺利地把产品卖出去，一切困难都将迎刃而解。

。

<<优秀销售员的360堂心理课>>

内容概要

销售就是一场心理博弈战，如果你想成功地卖出产品，必须拥有较强的心理素质以及读懂客户内心和了解客户需求才能立于不败之地。

较好地掌握客户的心理，并掌握相应的心理策略，是每一个优秀的销售人员的必修课。

郑秀编著的《优秀销售员的360堂心理课》将以通俗的语言和丰富的案例向读者讲授销售心理的相关知识和方法。

《优秀销售员的360堂心理课》是一本为想要从事销售工作以及正在从事销售工作、想要提升销售能力的读者提供的人人皆可学、人人有收获的提升销售能力的行动指南，也是一本利用心理学战术化解销售难题的最佳读本。

<<优秀销售员的360堂心理课>>

作者简介

郑秀 新闻传播学系毕业，热爱阅读和写作，长期从事经济、理财、销售等方面的研究，曾经策划出版《每天一堂销售课》、《温州人商道全集》等书。

<<优秀销售员的360堂心理课>>

书籍目录

第一篇 销售心理秘籍连连看 第1章 销售心理掌控术，随心掌控顾客购买欲 第2章 一切拒绝都是浮云，让订单来得更猛烈些吧 第3章 博弈销售心理，就是要多赢 第4章 拿什么讨好你，让我又爱又恨的客户 第5章 与客户互动吧，销售不是一个人的事 第6章 耍滑头无罪，给客户设置点心理陷阱第二篇 销售讲方法，实用秘诀免费赠送 第7章 用脑拿订单的销售方法 第8章 借力心理学，借助一切可以变强的力量第三篇 销售精英都在学实用营销心理学 第9章 广告心理学，你的产品让地球人都知道 第10章 定价心理学，价格高还是低，这是个问题 第11章 谈判心理学，心灵间的博弈对阵 第12章 公关心理学，就是要吸引眼球第四篇 成功销售员——我知客户心 第13章 购买心理学，让客户不停地掏腰包吧 第14章 八面玲珑，应对形形色色顾客第五篇 成交不易，练好最坚硬的心理防线 第15章 拔掉钉子，临门一脚促成交 第16章 做销售也得玩心计，关键时刻这样攻克心理壁垒 第17章 不要走开，成交之后继续回来第六篇 只需只言片语，高超口才引导顾客心理 第18章 东西不能乱吃，话更不能乱说 第19章 问有问法——问话术中的心理运用 第20章 倾听不能只用耳朵——销售中不能忽略的倾听第七篇 找准薄弱链条，对客户心理弱点进行击破 第21章 身体语言暗藏奇妙心理学 第22章 对症下药，寻找各类客户心理的突破口 第23章 不要光看表面，读懂客户话语背后的心理潜台词 第24章 为行为各异的顾客，制定不同的销售策略第八篇 千锤百炼心理修炼课，跻身百万年薪金牌销售 第25章 练就百毒不侵的强大心态 第26章 17个心理学效应，让你“知其所以然” 第27章 金牌销售员要铭记的八条心理定律后记

<<优秀销售员的360堂心理课>>

章节摘录

1. 总要制造些“噱头”才行 很多业务员在行销沟通中只是关心他的产品以及他打电话的目的，从不关心客户，这样很难使沟通顺利进行下去。

很多经验表明：只有在沟通中谈论客户感兴趣的话题，客户才会愿意与你继续交谈下去。

我们来看这样一个小故事：在一个小镇上，有一家格调高雅的餐厅，平日生意十分红火，可是餐厅主人发现每到周三，生意总是格外冷清。

一个周三的傍晚，餐厅主人闲来无事，随便翻阅了当地的电话簿。

他发现当地竟有一个名叫克尔·韦恩的人，与美国当时的一位名人同名同姓。

这个偶然的发现，使他灵机一动。

他当即打电话给这位克尔·韦恩，说他的名字是在电话簿中随便抽样选出来的，他可以免费获得该餐厅的双份晚餐，时间是下周三晚上七点，欢迎偕夫人光临。

克尔·韦恩欣然应邀。

第二天，这家餐厅门口贴出了一幅巨型海报，上面写着：“欢迎克尔·韦恩下周三光临本餐厅。”

海报一贴出来，马上就引起了当地居民的瞩目与骚动。

到了周三，果然来客大增，而且创造了该餐厅有史以来的最高纪录，大家都争相一睹克尔·韦恩这位名人的风采。

到了晚上七点，餐厅里高音喇叭开始广播：“各位女士、各位先生，克尔·韦恩光临本餐厅，让我们一起欢迎他和他的夫人！”

霎时，餐厅内鸦雀无声，众人一齐把目光投向大门，谁知那儿竟站着一位典型的肯塔基州老农民，他身旁站着一位同他一样不起眼的夫人。

人们开始一愣，当明白了这是怎么回事之后，随之便爆发出了热烈的掌声。

客人簇拥着克尔·韦恩夫妇上座，并要求与他们合影留念。

正是因为餐厅老板抓住了客人的心理，采取了“猜猜谁来吃晚餐”、“这次是哪位名人”的方式，让客人对此产生浓厚的兴趣，从而给生意清淡的周三带来了喜悦与生机。

充分引起客户的兴趣才能促进成交。

需要提醒的是，通常，人们的欲望是可以观察的，比如，他希望你能提供什么服务、他对哪些方面比较感兴趣、什么样的产品能够吸引客户的兴趣，等等。

如果你能留心观察这些事项，那么你就能和客户走得更近。

2. “上帝”的需要摆在首位 了解顾客的心情，了解顾客的处境，为顾客适时变通一下，顾客自然会感动不已，你也从而获得顾客的认可与信任。

瑞恩是英国一家企管咨询公司的业务主管。

几天前，刚刚入冬，气候寒冷，他难得起了个大早，干脆就早一点到公司去。

离上班时间还有一个半小时，再加上当天又特别寒冷，瑞恩很想到公司附近找家咖啡屋喝杯热咖啡。找到了几家，走了进去，结果所获得的答复都是“还没开始营业”，或者是“8点钟再来吧”等随意的回答。

瑞恩一天的好心情被这几家咖啡屋搞得有点糟糕起来。

几乎准备放弃之余，他又走进一家咖啡店，问：“开始营业了吗？”

对方说：“开始了，请进、请进，外面天儿冷。”

其实这家咖啡屋离营业时间也还有20分钟，但是店员能够设身处地替顾客着想。

所以把瑞恩招呼进去，并且告诉瑞恩说：“先生，不好意思，您的咖啡还在准备中，请先看一看报纸，等一下。”

说着递过来一份《都市早报》，“您在哪里工作？”

上班路程远吗？

这天气可真够冷的。

和室外的寒冬相比，这家贴心的咖啡屋，令人备感温暖。

<<优秀销售员的360堂心理课>>

10分钟后，一杯热腾腾的咖啡送到瑞恩的面前。

“先生，不好意思，让您久等了，请慢用。

”瑞恩心里大为受用，相比前几家咖啡屋的做法，瑞恩对比甚为感动，并打定主意，以后都到这家咖啡屋来消费。

用完咖啡后，瑞恩请老板结账，老板微笑地对他说：“先生，您是本咖啡屋今天的第一位顾客，我们又耽搁了您一些时间，所以，您的咖啡只需付一半的费用，以表我们的歉意。

谢谢您光临本店。

”从那以后，瑞恩就经常光顾这家咖啡店了，而且还推荐同事们去。

对于任何一个力求发展的公司来说，每一位顾客都是最有价值的资产。

从与顾客的第一次接触到以后的每次联系都要善待顾客，珍惜顾客，处处为顾客着想。

只有这样，公司才能赢得顾客的认可。

在此案例中，瑞恩因出门较早，想要喝杯热咖啡，却因为营业时间未到而接连被几家咖啡店拒绝，这让瑞恩感觉很不舒服。

这几家咖啡店看似是在按规定办事，其实是不懂变通，他们的这种做法让人难以接受，当顾客连续感知到这些令人不愉快的信息后，自然不会满意他们的服务。

而当瑞恩走进最后一家咖啡店时，受到了热情的接待，还有老板真诚的问候和关心，并且结账时只需要一半的费用，仅仅因为让瑞恩多等了几分钟。

这样的服务可以称做是一种“温暖人心”的服务，所以必然能得到顾客的欢迎。

3. 别把自己的情绪宠坏了 作为一名客服人员，如果没有很高的情商，不懂得控制自己的情绪，那么，就会和投诉而来的客户发生不愉快的交锋。

面对一个已经怒发冲冠的客户，销售员首先要做的不是和他理论，而是要学会自控。

只有一个善于自控的人才能实现他控。

我们作为销售员经常会遇到愤怒和抱怨的客户，有时他们是对我们的产品不满意，有时他们是对我们的服务不满意，但不管是哪种情况，我们都要平心静气。

让我们来看一个失败的销售案例。

销售员：我看，这款手机满足了您所有的需求，它真的很适合您。

顾客：可是它太贵了。

销售员：什么？

太贵了？

您怎么不早说呢？

我们有便宜的呀！

这一款就便宜得多，只不过没有上网功能。

顾客：要是没有上网功能我为什么要换一部新的手机呢？

销售员：那您就买那款带上网功能的吧！

顾客：可是那款实在太贵了呀！

销售员：一分钱一分货啊！

顾客：贵的我买不起呀！

销售员：（非常愤怒）那您到底买不买！

客户是给我们送利润的上帝，不论遇到怎样的情况我们都不能这样对待客户，这等于是将财富拱手让人。

因此，做好客户管理，销售员首先要懂得控制自己的情绪，这是工作成败的关键。

在现代社会中，工作与生活的压力都越来越大，这种紧张很容易导致我们情绪的不稳定，一点点的不如意就会使自己烦恼、郁闷、愤怒起来，身不由己地加入到愤怒传递链条中来——被别人“踢”和去“踢”别人。

后记

一本著作的完成需要许多人的默默贡献，闪耀的是集体的智慧。

其中铭刻着许多艰辛的付出，凝结着许多辛勤的劳动和汗水。

本书在策划和编写过程中，得到了许多同行的关怀与帮助，及许多老师和作者的大力支持，在此向以下参与本书编写的人员致以诚挚的谢意：李文静、田宇、黄青翔、宋洁、邱霜、张彩彩、苏畅、李娟、姜雯漪、孙艳艳、曹营楠、刘茜、齐艳杰、李惠、李伟军、陆晓飞、何瑞欣、周珊、付玮婷、梁妤婷、李娟、黄克琼、谭慧、黄晓林、欧俊、杨云鹏、武敬敏、闫瑞娟、杨婧、许鸿琴、高榕瑶、何艳丽、白雯婷、龚俊恒、张德华、王志敏、贾更坤、杨乔、宋瑞云、张志元、郑秀、涂画、李秀霞、张卉妍、张瑜等。

本书在编写过程中，借鉴和参考了大量的文献和作品，从中得到了不少启悟，也汲取了其中的智慧菁华，谨向各位专家、学者表示崇高的敬意——因为有了大家的努力，才有了本书的诞生。

凡被本书选用的材料，我们都将按出版法有关规定向原作者支付稿酬，但因为有的作者通信地址不详，尚未取得联系。

敬请您见到本书后及时函告您的详细信息，我们会尽快办理相关事宜。

<<优秀销售员的360堂心理课>>

编辑推荐

郑秀编著的《优秀销售员的360堂心理课》分享销售冠军的独家销售心理技巧！

让客户无法对你说“NO”的攻心秘籍！

为想要从事销售工作以及正在从事销售工作、想要提升销售能力的读者提供的人人皆可学、人人有收获的提升销售能力的行动指南，也是一本利用心理学战术化解销售难题的最佳读本。

<<优秀销售员的360堂心理课>>

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>