

<<销售中的心理学>>

图书基本信息

书名：<<销售中的心理学>>

13位ISBN编号：9787302248262

10位ISBN编号：7302248265

出版时间：2011-4

出版时间：清华大学出版社

作者：李恒

页数：230

字数：346000

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>

<<销售中的心理学>>

前言

作为一门说服的科学和艺术，销售无时不在，无处不在。

上至国家元首，下至平民百姓，无一不需要销售。

所以，在市场竞争日趋激烈的21世纪，企业最缺的人才不是管理人才，而是优秀的销售人员！

普通的销售人员遍地可见，可是优秀的销售人员却千里难寻。

在推销产品的过程中，恐怕没有谁比销售人员与客户的接触更频繁、更密切。

销售人员的言谈举止、工作心态直接关系到企业的生死存亡。

因此，在激烈的市场竞争中，企业如果管理有方，培养出优秀的销售队伍，将极大地提升自身的竞争力。

销售人员的整体素质和水平既影响到产品在顾客眼中的形象，又影响和制约着企业的整个管理水平和绩效。

那么，优秀的销售人员是怎样炼成的呢？

怎样才能成为百万销售员中的精英一族呢？

那些成功的销售精英到底有哪些特殊的基因，才使他们成就了那么伟大的事业？

在我看来，本书给出了一个明确的答案：每一个销售精英都是心理学家。

正是因为他们掌握了心理学的知识，才能在销售的过程中有辉煌业绩。

如果把商场比做战场，那么货品便是子弹，而销售人员便是一线的战士。

优秀的销售员都知道，能否在商战中取胜，除了商品要独具特色、具有品牌吸引力外，更重要的是销售人员要懂得客户的心理。

尤其是在品牌过剩、产品严重同质化的今天，销售人员对客户真实需求把握得是否精确，将直接决定销售的成败。

在中医科学中，“望闻问切”是中医给病人看病时必经的步骤。

所谓“望”是指“观气色”；所谓“闻”是指“听声息”；所谓“问”是指“询问症状”；所谓“切”是指“摸脉象”。

合在一起，称之为“四诊”。

它是一个好医生了解病人病情的最重要的四种方法。

同样的道理，在销售中，销售员对于客户，就好比医生对于病人。

给客户“看病”，开最有效的“药方”，帮助客户解决问题，是销售员的本职工作。

而“望闻问切”则是直击客户内心真实需求的最有效途径。

因此，“望闻问切”四字，也是销售人员洞察客户心理、把握客户真实需求、成功实现销售的必备技能。

所以，很多人说，“销售工作是销售员与客户之间心与心的较量”，这话说得非常到位。

另外，作者在书中提到，销售员不仅要洞察客户的心理，把握客户的真实需求，还要掌握灵活的心理应对方式，以达到销售的目的。

也就是说，要想提高业绩，销售员就要善于在销售中运用心理学，了解客户的心理，最终成为一名优秀的销售精英。

三流销售员无论如何也弄不清楚客户需要什么，签单完全靠运气；二流销售员知道客户要什么，只可惜自己卖的东西往往不符合客户的需求；一流销售员不仅总能把东西卖给客户，而且还会让客户坚信这就是他想要的东西！

因为，他站在客户的立场上，用客户的眼睛看待问题，了解客户的需要，满足客户的需求：他不断给客户灌输一种观念，而这种东西恰恰就是顾客所需要的。

在我看来，这本《销售中的心理学》，就像是一本随时可以参阅的销售心理学培训手册，又像是一本用来指导销售实践的宝典秘籍，其中有一条条精妙的锦囊妙计，也有一个个实用的销售策略，不管是妙计，还是策略，都是被无数次的销售实践证明了的。

敬爱的读者朋友，如果你有缘看到了这本书，我无法保证你的每次销售结果一定能够成功，但是我可以肯定，你只要通过努力，就一定能够提高每一次销售行动的准确性，最终成为一名真正的销售精

<<销售中的心理学>>

英！

覃毅健 亚加达教育机构董事长

<<销售中的心理学>>

内容概要

从某种意义上说，销售就是销售人员通过沟通，将商品或服务出售给那些有需求的客户的过程。也就是说，销售的过程就是一个人与人之间打交道的过程。

很多销售员都知道这个道理，但销售的结果却大相径庭。成功的销售员少之又少，更多的销售人员每天徘徊在路上，踏破铁鞋到处寻，沮丧、疲乏，所获甚少。可见，销售并不是大家常说的那么回事儿。

无论是在一线打拼，还是管理公司团队，无论是在做培训咨询，还是在被别人“销售”的过程中，我发现很多销售员还在循规蹈矩地使用那几个“经典”的销售步骤，一本正经地按照机械的流程去跟客户谈论着、商议着，常常面临着被拒绝的危险。

这其中深层次的原因是什么呢？能不能用一些简单的语言来说出“真相”？多年来，我一直在深深思索这个问题。

无数次失败的教训，无数次被别人“伺候”、“忽悠”舒畅后的购买经验，再加上无数次的深深思索，我终于相信，销售到了最后，就剩下最简单的一句话：销售必须要懂得心理学。

我们都知道，销售是一门艺术。在销售的过程中，同样的能力、同样的市场，是否懂得销售中相关心理学知识，直接影响到销售员能否真正领悟销售策略的真谛，并导致了不同的销售结果。

<<销售中的心理学>>

作者简介

李恒，工程硕士，广州科技贸易职业学院教师，广东中山大学岭南学院客座教授与特聘MBA讲师，广东创意经济研究会副秘书长。

拥有近15年的销售、营销和企业管理工作经验，有着丰富的高校任教、企业管理和职业培训经历。主要研究领域为市场营销与销售管理、中层干部管理技能、员工综合素质等方面，在员工职场技能提升方面有独到的见解和观点，善于从心理学角度为学员解惑释疑。

<<销售中的心理学>>

书籍目录

第1章 销售背后的心理博弈

要想钓到鱼，就要像鱼一样思考2

客户关心的只有自己8

到底是买的精，还是卖的精

永远不要把客户当笨蛋

决定销售成败的30秒

帮客户做笔划算的买卖

第2章 深入客户的内心世界

如何应对客户的“防火墙”

驱动客户的伟大力量

你来我往的人情交换

帮客户进行情感转移

第3章 客户为什么会购买

购买中的情感抉择

免费的午餐谁都想

客户不是上帝，而是人

保持前后一致的道德观

抓住客户的兴奋点

第4章 销售拼的就是心态

销售商品，就是销售你自己

客户只买“热情”的单

冲出心理禁锢，才能激发更大潜能

完不成销售，就去裸奔

没有决定放弃的买家，只有决定放弃的卖家

销售需要“死缠”，而不是“烂打”

为什么幸运的人总幸运，倒霉的人总倒霉

销售人员要懂得“得寸进尺”

第5章 洞察一切的心理密码

破译身体的语言密码

从服饰上轻松识人

从坐姿透视客户的心理

不同个性客户的心理分析

一眼看穿客户的心理弱点

第6章 设定目标，创意行为，绝对成交

决定商品能否销售出去的基本条件

用微笑征服你的客户

用舌头代替你的拳头

成为一名伟大的倾听者

既要会提问，又要知道怎么回答问题

说服客户，其实并不难

辩申取胜，和气生财

化解客户拒绝的心理战术

第7章 销售博弈的最高境界

你关照好客户的心，客户就会关照好你的生意

.....

<<销售中的心理学>>

第8章 要做就做永久的生意

参考文献

后记

<<销售中的心理学>>

章节摘录

版权页：一位知名的形象专家说过：“形象如同天气一样，无论是好是坏，别人都能注意到，但却没有人告诉你。

”服装是自我展示和表现成就的工具。

我们在购买任何一种商品的时候，都喜欢和有经验并很优秀的人交流，因为他们会给我们提供更好、更有价值的建议，而得体的仪表恰恰能给人的心理带来信任和专业的感觉。

销售员在去见客户之前，一定要在个人形象上做好充分的准备。

据调查，深蓝色西服、白衬衣被认为是最可信的搭配，是走遍世界不出错的商业标准制服。

这也是为什么蓝、白色最常用于企业制服的原因。

每天收拾停当后，一定要在镜子前检查一下：头发是否整齐，衬衣是否有褶皱，裤子是否有印痕，皮鞋有没有擦亮，身上有没有异味，牙齿是否洁白，脸上有没有成功的自信和轻松的笑容，自己像不像最优秀的销售人员，自己的皮包是否擦干净，所有关于销售资料是否带齐……一个立志于在销售领域取得成功的销售员，一定要养成这样良好的职业习惯。

具有多年经验的老销售员都知道，每次销售成功的概率和前期准备的程度成正比，每一个细节的疏忽都可能造成销售的败局。

除了仪表得体外，在拜访客户时，销售员要表现出自信、干练、专业、可以信赖的职业形象。

要刻意地修正你的站、坐、行、走。

比如姿势，无论你站着或坐着的时候，都要注意保持姿势笔直。

举手投足之间要显得仪态高雅，充满自信和活力。

职业的体态和动作是可以通过专门的训练实现的。

比如，当你起身迎向客户的时候，假想身后有一条绳从头顶拉住你的身体，让你的头部抬高，身体垂直吊在脖子下面。

假如你练习这种姿势，就会发现在走路及坐下的时候都非常挺直。

二、良好的心态世界寿险推销高手弗兰克·贝格说：“我一直深信热忱是销售成功的最大要素，也是唯一要素。

”不错，什么样的心境，就会作出什么样的行为，产生不同的结果。

所以，销售员要想取得最好的效果，在短短30秒内给客户一种职业、自信的感觉，一定要把自己调整到最好的状态，给客户最好的感觉。

<<销售中的心理学>>

后记

著名销售心理学家博恩·崔西曾经说过，销售是要面对人的，所以，知道销售对象是如何想的，这比什么都重要。

不懂心理学的销售人员，往往会产生适得其反的效果。

笔者在国内多个行业做了近15年的销售，也研究了15年的销售方法。

笔者发现：把握顾客的心理才是销售人员最重要的能力。

做为职业培训师和多家企业的特聘销售顾问，销售培训一直是笔者课程中的核心。

近年来，笔者发现，学员们关注的重点由原来的心态、技巧等，逐渐转变为文化、价值和心理学等方面的内容。

笔者认为这真是一件好事情，说明我们广大的销售员，所关注的内容逐渐地靠近销售的核心了。

因为销售工作的本质，就是销售员与客户之间交流和交易。

而这种人与人之间的交往，最核心的就是彼此文化、价值和心理之间的交流和博弈。

笔者曾在销售中多次尝试使用心理学的方法和技巧，在实战中发现，学习与使用心理学可使销售员原本的销售能力突飞猛进。

特别是在学习了心理学知识后，原本在销售心态、销售技巧方面的疑惑和不解也得到了融会贯通。

要知道，在实际销售过程中，销售员不可能只凭简单几句招呼就能打开客户的钱包的。

一个职业的销售员，不仅善于从心理的角度把握自己，还要学会洞察客户的心理，了解客户的真实欲望，然后根据情况选择适当的心理应对方式，以达到成交的目的。

最后，要向参与本书编写的三眼国际创意文化传播机构张勇、刘超、瑞凌、杨雪献、赵真、张子倩等人表示感谢，在出版过程中还得到了清华大学出版社的鼎力支持，一同表示感谢。

时间仓促，其中可能有不到之处，还请各位专家、读者批评指正。

李恒 2010年7月

<<销售中的心理学>>

编辑推荐

《销售中的心理学》：想要获得梦寐以求的成功，理解销售过程背后的心理学非常重要，激发你的大脑，摸透客户的心理，掌握经过实践检验的学识，将助你走上事业的巅峰一本书就是你获得那些知识的钥匙，通过它你能掌握立刻能够派上用场的理念和策划技巧，使你能够迅速提高销售业绩，成为一名卓越的销售人员，获得超乎想象的成功。

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