

<<每天学点客户心理学>>

图书基本信息

书名：<<每天学点客户心理学>>

13位ISBN编号：9787506467230

10位ISBN编号：7506467232

出版时间：2010-9

出版时间：中国纺织出版社

作者：袁华冰

页数：230

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>

## 前言

销售人员已经意识到销售模式经历了一场革命性的变化。在旧模式中，销售人员只做与完成销售工作直接相关的事情，销售业绩主要依靠产品的好坏，或者是依靠广告的力量。

但是现在是以心理学为导向的时代，销售员要做的工作首先是与客户交心，销售的业绩很大一部分取决于销售员的努力。

因为现在科技水平日益发展，各个厂家的产品质量都不会差得很多，所以说现在的销售业绩主要决定于销售人员的心理态度，专业的销售人员必须要了解现代推销工作的游戏规则，学习专业的销售技巧，这样才能达到销售巅峰的成就。

美国的行销学专家提出一项著名的理论：“2080”定律。

这个定律说的是在任何一个销售机构中往往都是由20%的优秀销售人员完成了整个团队80%的业绩。

如果你又是这20%优秀中的20%。

你会发现自己的收入比一般80%的人的收入要高出32倍以上。

所以你应该尽力使自己成为顶尖的4%中的一员。

销售人员要想成为那4%，就要以全面了解客户的心理为基础，以全方位提升销售员的素质为保证，以成功赢得客户、实现交易为目的。

心理学则可以在销售中为销售员提供最有效的心理战术指导。

而我们通常所讲的销售技巧只有在了解客户心理的基础上才会发挥最有效的作用，再大的销售业绩只有在健康的心理基础上才能长久地保持。

## <<每天学点客户心理学>>

### 内容概要

销售，是销售人员与客户之间心与心的互动。

销售的最高境界不是把产品“推”出去，而是把客户“引”进来！

所谓“引”进来，也就是让客户主动来购买。

可以说.销售是一场心理博弈战，谁能够掌控客户的内心，谁就能成为销售的王者！

在销售的过程中，恰当的心理策略能够帮助销售人员取得成功，使得销售行为的效率最大化，从而创造骄人的业绩。

<<每天学点客户心理学>>

作者简介

袁华冰，就职于世界500强企业.任高级销售经理，拥有近10年的产品销售经验。对市场营销有着深刻的感悟和准确的判断，曾多次被公司评为“年度最佳员工”及“年度最佳销售员”。著有《开发客户的100个技巧》《销售员口才技能训练》《销售员服务技巧训练》等多部畅销书。

## <<每天学点客户心理学>>

### 书籍目录

第1章 心明如镜，看透客户的心理 1.客户大多是爱挑剔的 2.客户喜欢专业的销售人员 3.给客户安全感上的保证 4.参与体验可以快速打动客户 5.恭维和奉承可以讨得客户喜欢 6.客户都希望销售员能为他着想 7.牢牢抓住客户爱占便宜的心理 8.当客户怀旧时怎么做 9.客户>中动是销售的良机 10.客户有逆反心理时怎么办 11.客户大多有从众心理 12.让客户感觉到自己花得值

第2章 一见面就要打动客户的心 1.要学会进行电话预约 2.注重自己初次见面的形象 3.让客户感受到你的真诚 4.见客户时可以讨一杯水 5.利用移情效应让客户喜欢你 6.想办法让自我介绍出彩 7.无论何时何地，保持热情 8.以谦虚的心态面对客户 9.永远不要自己先挂电话 10.先提出让对方感到为难的条件 11.随时记下客户的要求 12.不要让客户背上心理负担 13.拿出证明让客户放心 14.想办法增加与客户见面的次数

第3章 通过沟通牢牢把握客户心理 1.寻找客户感兴趣的话题 2.以交友的心态和客户交谈 3.设计一个有吸引力的开场白 4.如果让客户一直说“是” 5.询问可以激发良好的互动 6.多说“我们”好处多多 7.不妨适当模仿一下客户 8.对客户购买兴趣点进行刺激 9.从与客户的共同点入手 10.沉闷无聊的话题少说或不说 11.重要信息要多次重复 12.解读客户的身体语言 13.不要卖弄专业性术语

第4章 引导客户走出犹豫走向成交 1.千万不要勉强客户 2.给客户推荐的产品一定要合适 3.不要太在意第一次开价或还价 4.以真诚面对客户的推辞 5.从心理上消除客户的担忧 6.谈价时如何拒绝是一门艺术 7.让步不能白白让 8.当选择范围缩小时客户更易选择 9.让客户早做决定以免夜长梦多 10.提供能让客户放心的例证 11.适当给客户一些紧张的情绪 12.急于求成只会让成交泡汤 13.对于结果，要让客户觉得他赢了 14.成交后不忘说声“谢谢”

第5章 销售不可不知的心理学定律 1.趋利避害心理——驱动客户的力量 2.禁果效应——越不让买客户越想买 3.250定律——不得罪一个客户 4.互惠效应——让客户没有心理压力 5.物超所值——帮客户做笔划算的买卖 6.伯内特定律——使客户无法忘记你的产品 7.沉锚效应——第一印象至关重要 8.喜爱效应——要客户买单，总得让他先喜欢 9.固定思维效应——用客户的经验说服客户 10.权威效应——人们普遍迷恋“行家” 11.面子效应——要给客户足够的脸面 12.稀缺效应——越是稀少，人们越想要 13.登门槛效应——做销售要学会知足

第6章 销售员必须进行的心理锤炼 1.客户脾气暴躁，你要真诚耐心 2.积极的自我暗示是调整状态的法宝 3.自信是做好销售的第一要素 4.学会发自内心的真诚赞美 5.试一试，再试一试 6.大人物也是人，没有必要恐惧 7.销售员要学会用逆向思维 8.要时刻想着推销自己，而不是产品 9.绝不满足，积极进取 10.压力大，更需要有颗平常心 11.永不放弃是最优秀的品质 12.拒绝吧，拒绝越多成交机会越大

参考文献

章节摘录

站在客户的立场看问题 面对客户的挑剔，首先不是防卫、排斥和拒绝，而是虚心倾听，冷静客观地研究分析客户挑剔的观点。

研究分析时，还要站在客户的立场，就客观的事实和主观的感觉和情绪，去了解客户为何挑剔。在面对最挑剔客户时，尤须如此。

面对时，先以了解和歉意认同客户的感受，就事实加以沟通讨论。

客户挑剔之点，如果是应改进的事实，应提出改善、解决及补救之道；如果非事实，应做充分沟通说明；如果无法做到，应婉转说明并允许退货或协商补救之道；如果需时间解决或补救，应承诺时间；如果是微不足道的挑剔，也许可俟机转移话题。

建立和谐的气氛 面对挑剔，除了事实外，还有人与人之间的关系、感觉和协调时的气氛。

气氛良好，挑剔的情绪会降低甚至消失。

就算是面对最挑剔的客户，也要面带笑容，耐心而认真地倾听客户的投诉，并且不可计较客户不礼貌的言辞和态度。

如果我方有理，也不可得理不饶人，仍要感谢客户的挑剔。

如果协商场所不佳，应换一较适合之处。

如果本身不能解决，可请第三人或上级出面。

如果一时陷入僵局，可先暂停，或甚至借口上洗手间，或建议先研究了解延后再谈。

最麻烦的客户就是最忠实的客户，请大家一定要记住，遇到挑剔的客户不要爱理不理的，这样的客户只要你处理好，就会是你最忠实的客户。

.....

媒体关注与评论

销售的成功与销售人员对人心的把握有着密不可分的联系。  
——世界权威销售培训师博恩·崔西

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>