

<<销售高手的12堂必修课>>

图书基本信息

书名：<<销售高手的12堂必修课>>

13位ISBN编号：9787500696575

10位ISBN编号：7500696574

出版时间：2011-1

出版时间：中国青年

作者：张世辉

页数：226

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>

## <<销售高手的12堂必修课>>

### 内容概要

年销售额超过10亿美元的寿险顾问乔·甘道夫曾说：“成功的销售，来自于2%的商品专业知识，以及98%对人性的了解！”

人性，是你超越销售极限的唯一挑战，更是驱动顾客购买的行为密码！

本书不只教你如何准确解读顾客的心理，更能学习如何让没有需求的顾客也能购买！

你会发现顾客的抗拒真有趣，因为抗拒就是成交的资源！

从今天起，让自己成为一个激励顾客采取购买行动的专家！

销售人员真正的渴望来自于：

- 一、钻研销售。

- 二、学习销售。

- 三、模仿销售。

- 四、复制销售。

## <<销售高手的12堂必修课>>

### 作者简介

张世辉，催眠式销售大师。

于1997年创办威力营销研习会，以突破传统销售思维与方法为前提，发展出如何让销售人员超越原有绩效的做法，至今已有超过3.5万销售人员、领导人接受过他的训练。

他是全球第一位研究催眠治疗与系统思考，并结合销售、谈判、领导统御运用，获得实际可证的催眠式销售教练。

出版著作有《威力营销》、《催眠式销售》、《催眠式逆转销售》等。

## <<销售高手的12堂必修课>>

### 书籍目录

【推荐序1】“ 谆谆 ” 善诱、“ 思思 ” 入扣【推荐序2】成功，从心理开始【自序】让成功来找你  
第1课 万事始于相信 第2课 渴望，往往来自于强烈的缺乏 第3课 做梦也会成交的心智训练 第4课  
为什么顾客没有要之前，什么都不要说 第5课 说明时，两个焦点，等于：没有焦点 第6课 如何  
让没有需求的顾客也能购买 第7课 抗拒真有趣 第8课 如何准确地读取顾客的心意 第9课 如何渐  
进式地改变顾客的意识与状态 第10课 让顾客对自己销售的方法 第11课 引喻的力量 第12课 销售，不  
需要促成，只是创造

## <<销售高手的12堂必修课>>

### 章节摘录

第1课 万事始于相信 说明 我担心自己成为下一个金融机构下的受害者，等一段时间再说吧，我现在没心情听这个！

顾客担心什么，通常是他所关心的，也是其所在乎的。

仔细听就能分辨出其语意上的矛盾：她担心成为下一个受害者。

然而，又要“等一段时间”再说，怎么会有人要等着当受害者？

意思是：她潜意识透露出想要创造或持有财富的期待，而表意识则顾虑并意识到金融与投资环境恶劣。

至于“有没有心情听”销售说明则不是重点。

既不是重点，则不必费神去回应这句话。

我了解了，王小姐，你是担心金融风暴下，任何的理财或投资都有可能让你血本无归，是吗？

这是一个与她表意识同步的描述，因为她已经表现出担心的症状，你可以毫不费力就观察到，描述你的观察，并确认你观察的一部分，通常可以达到初步的契合。

要是你，难道不担心吗？

她的表意识尚存一丝对销售人员的不信任，即使原来的描述是正确的，不过，很显然，她还没准备好要去面对自己的担心。

因此，她很警觉地将担心的对象转移到销售人员，当然，这也给了销售人员另一个能重新建立契合的机会。

那当然，王小姐，你说的一点儿都没错。

依你的经验与观察，你是否可以仔细分辨投资与理财的差异？

换句话说，它们之间最大的不同是什么？

对于一个提防心较强的顾客，你可以发现他们的主观意识也较强，因此，任何对应策略都必须顾及及其主观意识。

她说的一点都没错，既然她说的都是对的，你就不该再自顾自地想要说服她。

相反，你该利用其主观性及她都是对的方式，想办法来使其看到自己。

所以，只是和钱有关的活动，不是投资，就是理财，至于如何清楚界定什么是投资，和理财有什么不同，很少有人会花时间弄得清楚。

很显然这位顾客有点儿一竿子打翻一船人，将投资与理财混为一谈，你可以请她自己去定义，这样才可能会出现销售施力点。

嗯……应该没有什么不同吧？

！

不都是跟赚钱或赔钱有关吗？

有啦！

名称与项目不同，像投资股票跟连动债就不同啊，不都是钱！

她开始动脑筋自己去找定义，不论她的定义正确与否，你都不可以有任何的评论，只能依属性将其定义归类，就像……很好，王小姐，你说的都是“投资”，你是否能仔细区分投资与理财到底有什么不同？

” 如果你没有得到顾客正确的定义，就应该重复上一个步骤，重复的功能有两个，一是暗示她会有更好定义，二是引导出她“不知道”的反应。

这样我就不是很清楚了！

你的重复与耐心得到了回馈，她此时的反应才是你真正要的反应。

王小姐，你听听看有没有道理：投资，是为了追求金钱上最大的利益，对不对？

当你引导出她“不知道”的反应时，自然会使其产生“想知道”的动机。

此时，你对自己即将提出的定义，必须在顾客所接受的意识或知识经验范围内。

当你向她询问“有没有”道理时，你已经暗示对方去认同并接受你的定义。

嗯……没错啊！

## <<销售高手的12堂必修课>>

这个道理每个人都懂。

你依然可以从她的回答方式察觉：她虽然认同你所下的定义，却仍紧抱着自己的主观不放，对催眠式销售来说，这可是个不错的成交资源，绝非销售的阻碍。

既然投资是为了追求或创造金钱的最大利益，自然就必须承担最大的风险，是吧？

这是对称性的指令：追求或创造相对于承担，而最大利益则相对于最大风险。

它同时也是一种定义的再延伸，使她对原定义的认同，再延伸至因果性的认同。

那当然啦！

她对延伸性定义毫无疑问地接受。

## <<销售高手的12堂必修课>>

### 编辑推荐

- 瞬间搞定客户的特训手册
- 了解商品，你只能勉强赚到20%的收入。了解人性，你却能够创造大于80%的财富。
- 催眠式销售大师的12套突破心法与实务案例，教你如何成为最TOP的销售高手！

<<销售高手的12堂必修课>>

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>