

## <<九型人格销售术>>

### 图书基本信息

书名：<<九型人格销售术>>

13位ISBN编号：9787515801957

10位ISBN编号：7515801956

出版时间：2012-9

出版时间：中华工商联合出版社

作者：姜仁

页数：230

字数：200000

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>

## <<九型人格销售术>>

### 前言

在这个物欲横流的商业社会中，销售是从事的人最多的职业，但是也是最不好做的职业。每天都有大量的人进入这个职业，也有不少人迈出这个行列。

面对性格迥异的各类客户，你是否能够更好地适应、驾驭他们呢？不同性格特征的客户，他们的价值观、思考方式以及行为习惯都是不一样的。

他们是否曾让你焦头烂额呢？

所谓知己知彼，百战不殆。

如果我们事先摸清楚客户的性格，了解他们的性格优势和缺陷，再对症下药，那么搞定客户，拿下订单就是一件很轻松的事情了。

据专业机构的调查显示，在销售过程中，如果销售员采用一种符合客户性格和心理的方式来进行销售，销售成功率大概为53%，但是，如果销售员用想当然的方式来做，销售的成功率只有24%。由此可见，在销售中充分掌握客户的性格优势和缺陷，能大幅度提高销售业绩。

人的行为受其性格和心理活动的影响，当然也是有一定的规律可遵循的。

什么类型的客户对推销产生的反感情绪最大？

他们表达反感的方式是否一样？

听到游说，他们内心中会下意识地抵抗，这种抵抗的强弱有什么不一样？

等等。

作为一名销售人员，要想赢得客户的信赖，就必须站在客户的角度思考问题，弄清楚客户的心里到底在想些什么，弄明白客户为什么会决定购买，为什么又选择放弃，究竟是什么因素影响了他们作出以上的决定？

如果销售人员能够弄明白客户不购买的真正原因，理解他们内心中和你对抗的理由，并且学习不同性格客户思考的方式，就会把握客户的心理，有针对性地采取相应的销售策略，为客户提供相应的产品或服务，这样，销售员销售成功的几率就会大大增加。

当然，前提是你要判断清楚客户的具体类型。

本书以九型人格分析理论为基础，详细介绍了不同性格类型客户的性格特征，以及优势和缺陷，并总结了不同性格的人的思维方式、说话方式和处理问题的方式等。

通过丰富的案例，详细地介绍了应对不同性格客户的一些实用技巧和方法，以及不同性格类型的销售人员应对不同性格类型客户的销售策略。

本书希望帮助销售员准确把握各种性格客户的心理状态，熟悉他们的购买动机和心理弱点，以便在和客户展开心理博弈的时候游刃有余，并最终成功签下订单。

## <<九型人格销售术>>

### 内容概要

《九型人格销售术》以九型人格分析理论为基础，详细介绍了不同类型客户的性格特征，对他们的思维方式、说话方式和处理问题方式进行了总结和归纳，并辅以丰富的案例。此外，本书还详细地介绍了应对不同类型客户的实用技巧和方法，以及不同类型的销售人员应对不同客户的销售策略。

销售员只要能准确把握各种类型客户的心理状态，洞悉他们的购买动机和心理弱点，就能在和他们展开心理博弈的时候游刃有余，并最终成功签下订单。

## <<九型人格销售术>>

### 作者简介

姜仁，国内知名企业教练，九型人格导师，著名房地产全程策划营销实战专家，资深城市运营专家，房地产实战销售第一人，中房企业家协会全国理事会副会长，中策协副秘书长，清华大学、北京大学、人民大学、复旦大学、南开大学、厦门大学等房地产MBA、EMBA实战班和总裁班客座教授，媒体评论家，专栏作家，姜仁地产研究院执行院长，姜仁工作室创始人，姜仁地产机构董事长

## <<九型人格销售术>>

### 书籍目录

#### 第一章 难侍候的完美型客户，用事实帮助你说话

行为再现：发现完美型客户的特征

了解客户的行事原则，别轻易触犯他们的底线

少说空话，措辞严谨和规范

保持利落的言行风格，让客户相信你能做对事

多做实事，适时把你的努力展现在客户面前

做事做到位，不要忽略任何细节

有毛病别怕挑，适当承认并及时纠正更有效

把确凿的事实摆在桌面上，他们自己会说服自己

推人及己：如果你是完美型性格之人

#### 第二章 乐于助人的给予型客户，保持愉悦的人际关系是关键

行为再现：发现给予型客户的特征

展现态度与行为上的积极，他们会因此而肯定你

主动向客户示好，以你的友善来换取他的友善

巧妙寻求请教和帮助，让他们觉得自己对你很重要

灵活展现合作的益处，令客户明白你的价值

给予客户充分的赏识，满足他们内在的心理需求

适当借助客户的外围人际关系，人脉的力量会助你成功

推人及己：如果你是给予型性格之人

#### 第三章 以目标为导向的成就型客户，满足他们的求胜心理

行为再现：发现成就型客户的特征

沟通之前准备充分，直接切入问题核心

客户询问时给予直接简明的回答，模棱两可会招致客户不满

用吸引人的结果激发客户兴趣，但要提供事实依据

面对拒绝仍表现坚定，用你的意志接近客户的意志

适时总结客户的成就，让他们领会你的尊重和关注

高效完成他们交代的事情，以此赢得他们的好感

为合作注入挑战性，激发客户的成就感

推人及己：如果你是成就型性格之人

#### 第四章 灵动敏感的浪漫型客户，从他们的内在需求下手

行为再现：发现浪漫型客户的特征

选择或布置恰当的沟通环境，让客户产生积极的认同

适当夸奖或恭维，表扬他在你眼中的与众不同

阐明与你合作的独特好处，客户会爱上这种感觉

.....

#### 第五章 冷静含蓄的思考型客户，给他们适度的精神空间

#### 第六章 谨慎而又忠实的服从型客户，用安全感打败他们的负面投射

#### 第七章 开心果般的享乐型客户，让他们有兴趣你才能如愿

#### 第八章 强势而热情的指挥型客户，尊重与耐心比什么都重要

#### 第九章 随和优柔的和平型客户，将自己变成他们愿意支持的伙伴

## &lt;&lt;九型人格销售术&gt;&gt;

## 章节摘录

汪意是上海一家大公司的IT产品销售员，由于为人聪明、办事灵活，他的业绩一直不错，可是最近一次拜访客户的遭遇却让他知道了，灵活固然重要，可是如果忽视了客户的行事原则，那一定得吃不了兜着走。

他拜访的客户是一位负责采购的副总裁，虽然没去之前他曾听过一些IT行业的销售员说对方是个铁面无私、原则性很强的人，非常不容易接近，但他一直都觉得，人都是有感情的动物，再怎么铁面无私，有原则也会有通融的时候。

提前预约好后，汪意在助理的带领下，来到了这位副总裁的办公室。

过了大概五分钟后，副总裁过来了，他们彼此先是礼貌性地握了握手，随后汪意又递上了自己的名片，开始了简单的对话。

双方应酬几句后，副总裁马上表示要看样品，但由于汪意是直接从另外一个公司过来的，加之公司有电子样品，所以他就没带实物样品，心想看电子样品就可以了，下次拜访时再带过来也可以。

于是，便充满歉意地对副总裁说，这次可以看一下电子样品，下次拜访的时候再带过来，可是这位副总裁听后，眉头立刻皱了起来，并毫不犹豫地对他说道，这次谈话没有进行下去的必要了，等他拿来样品再找他谈，尽管汪意说尽好话，试图让副总裁通融一下，可对方还是无动于衷，随后便叫助理送客。

本来一切进行顺利的汪意，之所以在后来的营销过程中，遭到拒绝，吃了闭门羹，关键就在于他事前没有足够注重该客户的原则。

其实，不只是汪意在营销中偶尔会碰到这类死守原则不放的“钉子户”，所有的营销人员，在营销过程中，都可能遇到这样的客户。

而这些守着自己原则不肯放的客户，多半又都是九型人格中的完美型者。

那么该如何了解这类型客户的行事原则呢？

面对原则的时候该如何是好呢？

下面就向大家简单地介绍一下：保持冷静，想办法调节气氛 对于绝大多数完美型且讲究原则的人而言，他们在发现自己所要求的事情并没有遵循相应的规则和原则进行时，往往会感到失意，甚至是满腔怒火油然而生，这时如果营销人员态度再强硬点，非要坚持，那么势必会让整个营销的氛围变得紧张起来。

俗话说的好，柔能克刚，如果营销人员在此时，懂得及时地通过较委婉含蓄的方法沟通，说不定能得到对方的谅解。

例如，为自己没有准备好的事情，及时地道歉，并给对方一个准确的行事时间等。

适当遵守原则，伺机寻找突破口 完美型客户的显著特点就是对很多事情都要求完美，正因为他们对完美的需求度很高，所以也便有了一套自认为正确无比的完美原则，并且这种原则一旦形成，会很难改变。

所以，营销人员如果为了达到自己的目的，一味地要求对方放弃原则而做出让步，那恐怕只会白费口舌。

事实上，营销人员此时最好的办法，不是一味地要求对方做出让步，而应尽量让对方感知到你对其原则的尊重，然后在遵循原则的基础上，寻找突破口，这才更利于你掌握营销过程中的主动权。

你需要掌握基本的销售流程 其实营销人员在面对固守原则、高标准的完美型客户时，要想更有效地掌控营销过程中的主动权，首先就要了解营销过程中的基本流程，特别是完美型客户的原则性需求，一定要做到了如指掌，这样才能更有效地做到防患于未然。

P5-6

## <<九型人格销售术>>

### 编辑推荐

姜仁编著的《九型人格销售术》作为一名销售人员，要想赢得客户的信赖，就必须站在客户的角度思考问题，弄清楚客户的心里到底在想些什么，弄明白客户为什么会决定购买，为什么又选择放弃，究竟是什么因素影响了他们作出以上的决定？

本书以九型人格分析理论为基础，详细介绍了不同性格类型客户的性格特征，以及优势和缺陷，并总结了不同性格的人的思维方式、说话方式和处理问题的方式等。

<<九型人格销售术>>

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>