

<<察言观色做销售>>

图书基本信息

书名：<<察言观色做销售>>

13位ISBN编号：9787560970288

10位ISBN编号：7560970281

出版时间：2011-7

出版时间：华中科技大学出版社

作者：李银玲

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>

<<察言观色做销售>>

前言

能够精准地察言观色的人，一直被人们视为人际交往中的高手。
“察”的是语言，“观”的是脸色。
两者相比，人们往往更加关注前者能力的修炼。
因为在人们看来，听到的话才是最直接的表达。
殊不知，说话有真假，要真想了解对方的所思所想，“观色”的准确度更高！
什么是“观色”？
不是简单地看脸色，而是整体观察对方的身体语言。
威廉·莎士比亚曾经说过：“沉默中有意义，手势中有语言。”
在一个人对外输出信息的途径中，占主体部分的就是他的动作神态、衣着打扮等身体语言。
看脸色固然能够明白许多事情，可它还是有很大的局限。
我们应该“观”的还有对方所有的一举一动、一笑一颦。
与有声语言相比，这些才是真正的“诚实发言人”。

现在这个时代，经商难，做销售更难。
真真假假、虚虚实实，仿佛所有的客户心里都有自己的“小九九”。

这不是客户的错，但却是销售人员的灾难。
要想提业绩、拿订单，就一定要知道客户的真实想法；要想在谈判中占据上风，就一定要知道客户的心理变化。
所有这些都是不能从对方的有声语言中体察到的。
销售员“道高一尺”，客户就能“魔高一丈”。

所以，清楚“观色”的重要，明晰“观色”的技巧，对提高销售员的业绩来说，格外重要！

你知道喜欢戴茶色近视镜的客户有什么性格特征吗？
你知道谈判中客户不停用手指扶眼镜说明他什么心态吗？
你知道客户把眼镜扔在桌子上对你意味着什么吗？
小小眼镜毫不起眼，可是围绕它我们却能察觉许多克敌制胜的客户信息。
这就是善于解读身体语言的魔力。

眼镜只是一个小小的方面。
我们可观察的部位动作还有很多：手、脚、眼睛、下巴、着装、坐姿、走路、喝酒、饮茶……
面对狡猾的客户，我们要有这样的信心——不管他在语言上如何伪装自己，但最后你都可以通过身体语言洞察他们的一切思维，准确摸清他们的真实想法，从而制定有针对性的营销战略，实现营销目标。

这个信心，就来自于对身体语言知识的学习和对观察能力的培养。

有些人可能会觉得这个学习过程很复杂、很艰难。
但我们在这里要告诉你：身体语言并不难掌握。

为了给广大销售人员提供帮助，我们在本书中精选了100个身体语言销售案例，精准分析了各个动作的内在含义，同时提供了最有效的应对方案？
我们的目标就是，读完本书要让你知道该如何看透对方的一举一动，更知道此时此景下该如何应对对方。

销售是一门艺术。
我们坚信，只要拥有了察言观色的高超技能，你就一定会在这个绚丽的舞台上跳出最精彩的舞蹈！

<<察言观色做销售>>

内容概要

你知道喜欢戴茶色近视镜的客户有什么性格特征吗？
你知道谈判中客户不停用手指扶眼镜说明他什么心态吗？
你知道客户把眼镜扔在桌子上对你意味着什么吗？
小小眼镜毫不起眼，可是围绕它我们却能察觉许多克敌制胜的客户信息。
这就是善于解读身体语言的魔力。
李银铃编著的《察言观色做销售》精选100个身体语言销售案例，精准分析了各个动作的内在含义，同时提供了最有效的应对方案。
读完本书，拿下订单不再困难，看透客户的一举一动也不再是妄想！

<<察言观色做销售>>

书籍目录

第一章 及时发现你的客户——知道谁可能买你的东西很重要

- 案例001 一眼看穿“闲逛”与“购买”
- 案例002 红脸的人最可能成为你的顾客
- 案例003 跟着客户的视线发现真正的老板
- 案例004 昂首挺胸者要优先说服
- 案例005 从对方的着装发现潜在的客户
- 案例006 对方的细节关系着你的业绩
- 案例007 不高兴的女人更容易接受你的推销
- 案例008 先和你打招呼的顾客容易成交但不容易赚钱
- 案例009 客户和你长时间紧紧握手说明他有与你合作的诚意

第二章 准确识别客户的个性——首先定下与客户打交道的基调

- 案例010 对很少说话的“沉默型”客户要主动找话题
- 案例011 对话多的“啰唆型”客户要多多倾听
- 案例012 对脸红的“害羞型”客户要谨慎接触
- 案例013 对喜欢掰手指的“挑剔型”客户要认真对待
- 案例014 对常常使用单音节反问的“怀疑型”客户要斩钉截铁
- 案例015 对拿着宣传册不停对比的“没主见型”客户要专一推销
- 案例016 对阔气的“摆谱型”客户要精选产品的“档次”
- 案例017 对领带结又小又紧的“小气型”客户要帮他省钱
- 案例018 对表情夸张的“开朗型”客户要多用“自己人法则”
- 案例019 对高昂下巴的“高傲型”客户要满足其心理
- 案例020 对喜欢穿工装的“专业型”客户要比他更专业
- 案例021 对衣着保守的“保守型”客户要更体贴
- 案例022 对香草味的“触觉型”客户要多请她试用
- 案例023 对眼睛带血丝的“冲动型”客户要投其所好
- 案例024 对喜欢戴有色眼镜的“狡猾型”客户要慎重
- 案例025 对用手指从鼻梁处向上推眼镜的“慢性子”客户要耐心
- 案例026 对大步往前走的“性急型”客户要高效对待

第三章 了解客户需求——让你的推销更符合对方的心意

- 案例027 观察眼神，跟踪脚步，准确掌握顾客的兴趣所在
- 案例028 客户略抬屁股，脚尖冲着门外，你最好不要再多说
- 案例029 不要相信把玩产品的客户的推托，他对你的产品很感兴趣
- 案例030 客户四望前台环境说明他有大买卖
- 案例031 行车超速的客户需要你的可靠产品
- 案例032 当你为客户导购时，他注视你越久说明他越有兴趣购买
- 案例033 双手交叉抱于胸前的客户需要你给他们更多的保证
- 案例034 不要对将手插在口袋的客户太“热情”
- 案例035 快速耸肩的客户需要你的进一步说服
- 案例036 双手后背的客户还有自尊的需求

第四章 谈判中的察言观色1——掌握客户的底牌

- 案例037 客户之间相互探视意味着他们有购买的欲望
- 案例038 敏锐地抓住“告别”动作中隐藏的销售前景
- 案例039 目光看向远方的客户有除你以外更多的选择
- 案例040 从吸烟姿势的改变触摸对方的价格底线
- 案例041 留心客户的口头禅我们会抢占先机

<<察言观色做销售>>

案例042 客户将手伸入口袋中且翻动时，你就要考虑自己是否报价过高

案例043 客户报价时肢体僵硬，动作很少，说明他在试探你

案例044 客户用手掩嘴巴要注意他的话里有水分

第五章 谈判中的察言观色2——调控谈判的节奏

案例045 听取介绍的客户突然变热情，你就可以放心报价了

案例046 放下宣传单，拿起说明书的客户要详谈

案例047 客户常揉鼻子，你的谈判刚刚开始

案例048 给紧捏鼻梁的客户考虑的时间

案例049 手指点太阳穴时，客户需要安静的思考空间

案例050 客户紧握着拳头时，谈判进入了僵持阶段

案例051 客户瞳孔放大，你可以乘胜追击

案例052 双手托着下巴看着你的客户企图消磨你的耐心

案例053 当客户用手摩擦或拉紧耳朵时，你要把发言的机会让给对方

案例054 颤腿的客户已经转移了注意力，这时我们不妨建议休会

第六章 谈判中的察言观色3——洞察客户的拒绝

案例055 客户退后拉开与你的距离，说明你要在“拉近关系”上多下工夫

案例056 客户咬指甲我们要谨慎对待

案例057 摸后颈的客户往往不同意你的说法

案例058 客户揉眼睛说明不接受你的介绍

案例059 身体前倾，手指摇晃的客户对你的推销感到不满

案例060 客户压低下巴，我们要检讨自己的销售缺点

案例061 客户眯起的眼睛表明了他的怀疑态度，这时我们千万不要夸大其词

案例062 假笑的客户对你怀疑深重，不能拿出有说服力的材料订单就会落?

案例063 低头从眼镜上方看你，意味着客户发现你在说谎

案例064 不管谈判者如何认真，主事者不看你或者低头俯视，意味着没有诚意

案例065 频繁的点头不代表客户赞同你的说法

案例066 好擦眼镜的客户已经彻底拒绝了你的推销

案例067 客户连做下劈手势，你就没有了进一步劝说的希望

第七章 谈判中的察言观色4——把握客户的心态

案例068 客户的左脸会告诉你他的真实想法

案例069 双手抱头坐在你面前的客户想要取得心理优势

案例070 双手叉腰的客户更希望能说服你

案例071 “4”字腿坐在你面前的客户已经?了主意

案例072 客户眼神闪烁不定，我们要小心上当

案例073 谈判时客户在纸上画圆圈含义多多

案例074 客户经常双手摊开，你要注意坚持自己的原则

案例075 着重强调或者提高音量的客户需要你主动安慰

案例076 眉毛的变化反映客户心态的改变

案例077 嘴角和口型会成为你洞察对手的暗哨

第八章 把握谈判桌外的秘密——见微知著确保订单完成

案例078 办公桌杂乱的客户往往很固执

案例079 通过客户字迹发现拿下订单的契机

案例080 用记事本记下你推销内容的客户不容易搞定

案例081 客户没事情喜欢翻阅财经杂志，你最好不要表现得太优秀

案例082 四处派名片的客户我们要多恭维

案例083 名片上有个人住址电话的客户往往要求严格

案例084 喜欢握住手机中部的客户好说话

<<察言观色做销售>>

案例085 把烟全部吸完的客户很难抬高价钱

案例086 表现越绅士的客户越较真

案例087 落座时主动与你90°角落座的客户更有诚意

案例088 对吃饭快而且挑食的客户我们嘴也要快

案例089 习惯用手捂住酒杯口的客户很善于伪装

案例090 慢慢品茶的客户我们要保持距离

案例091 酒酣时喜欢把手臂搭在旁边椅背上的客户需要你恭敬对待

案例092 饭后主动结账的客户很希望做成买卖

案例093 主动与你有肢体接触的客户很看好合作

第九章 抓住成功的信号——让销售在最合适的时机结束

案例094 一手攥拳轻击另一手掌的客户很犹豫，你可以帮他做决定

案例095 手指在嘴唇中间画圈的客户正在做最后的思考

案例096 面对不停整理文件的客户，你要机敏地给他“最后一击”

案例097 客户轻拍或抚弄头发是大功告成的信号

案例098 久久没有吸烟的客户放松吸烟，是同意你条件的暗示

案例099 突然放松坐姿说明你离成功不远

案例100 客户解开外套的扣子，你也就拿到了期望已久的订单

<<察言观色做销售>>

章节摘录

几位顾客先后推门进入店里，销售员们准备上前接待。

阿顾没有急于出声，而是仔细看了看这些顾客的举止神态，然后朝着一位带着女儿、正冲着时尚礼服区打量的中年妇女走去：“您好，是为女儿买礼服吗？”

中年女人看了阿顾一眼：“是。”

阿顾眼睛笑成了一条缝：“您看这件怎么样？”

这是今年的最新流行款式，而且和您女儿的气质也很搭配……”就在阿顾与这对母女详谈甚欢的时候，另外几？

顾客已经纷纷出门而去了。

接待他们的销售员无功而返。

在销售过程中，许多销售员都会面临类似这样的难题：每天来店里的客人千千万，谁是最有可能购买东西的人呢？

固然顾客是上帝，我们应该对每一位顾客都一视同仁，可与此同时有一点我们也不能忽视：销售人员的精力是有限的，你不可能完全一致地接待所有客户。

只有把有限的精力重点放在最具有购买欲望的客户身上，才能取得最大效益。

在这种情况下，在最短时间里分辨清楚谁是来店里闲逛的，谁是真想买东西的很关键。

人们都说，自己的？

事自己知道。

可事实上，通过观察客户的神态、举止，销售人员也很容易发现他们是真的有购买欲望，还是仅仅想逛一逛商店而已。

因为两者之间在某些特征神态上有着明显的区别。

抓住了这些区别，我们就能轻而易举地看破貌似神秘的顾客心态。

比如，阿顾能够准确地找出需要认真接待的客户，依靠的就是这个办法。

带着女儿的中年妇女有哪些明显的购物特征呢？

她的目光大多集中在一类商品上——礼服；她的没有像其他顾客那样在店里漫无目的地闲逛；她所观察的礼服大多是时尚礼服，而且她还带？

一个正当年的女儿。

三种理由加在一起，就让阿顾确认这位客户是有目的而来的。

也许她不一定是专门冲着这家店而来，但只要她有购买需求，阿顾就有做好这单买卖的希望。

……

<<察言观色做销售>>

编辑推荐

《察言观色做销售》的目标就是，读完本书要让你知道该如何看透对方的一举一动，更知道此时此景下该如何应对对方。

销售是一门艺术。

只要拥有了察言观色的高超技能，你就一定会在这个绚丽的舞台上跳出最精彩的舞蹈！

<<察言观色做销售>>

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>