

<<顾客心理诱导术>>

图书基本信息

书名：<<顾客心理诱导术>>

13位ISBN编号：9787802553958

10位ISBN编号：7802553954

出版时间：2010-4

出版时间：企业管理

作者：王力可

页数：236

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>

<<顾客心理诱导术>>

前言

每一个销售精英都至少是半个心理学家。

推销和签下订单的过程越来越像一场心理攻坚战或是心理博弈，一名优秀的销售人员一定要用“心”销售、掌握顾客消费的心理、抓住顾客心理的薄弱环节，才能够精准地一击即中消费者心底的防线，有效激发顾客的购买欲望，让顾客高兴又满意地买下所推销的产品。

现代销售技巧越来越复杂和多样化，顾客并非上帝，而是真实的有着丰富的心理活动的个人，销售不仅仅是推销商品更多的是和人打交道。

现代商品市场已然成为消费者主导的“买方市场”，抓住顾客心理、洞察人心、揣摩人心、诱导人心，成为了做好一位合格销售人员的必备素质。

销售是一门艺术，也是一门学问。

虽然经济学与营销学都认为人是理性的，但是人的理性极其有限，这份不多的理性也常常会为感性所取代，在复杂的心理变化之中，销售人员如何能在各个环节把握住顾客的心理活动、从情感上让他们对产品产生好感、顺利做成交易，成为了商家们不断探索的课题。

销售者应因人制宜，对不同特点、不同需求的顾客采取不同的销售策略。

没有卖不出的产品，只有不合格的销售者。

没有不能了解的神秘心理，只有不够用心的销售者。

现代心理学认为，每个人在思考中将心理因素聚集在一起，并且与自己的行为一起发生作用。

<<顾客心理诱导术>>

内容概要

销售不仅要靠一张利嘴，一双锐眼，还要“有心”。

怎样才能摸清顾客心理？

怎样才能让顾客被你“牵着鼻子走”？

怎样才能让顾客愿意购买你的产品？

在阅读这本书的过程中，你会发现从“心”开始，以“诱导”为方，没有什么销售是不可能的，下一个优秀的销售员就是你！

每一个销售精英至少都是半个心理学家，要打好销售这场心理战，不仅要认识顾客、知道顾客在想什么；更重要的是要引导顾客，告诉他们应该怎么想。

用“心”销售，谁都能成为销售专家！

<<顾客心理诱导术>>

书籍目录

诱导术第一式：攻破顾客第一道心理防线 1.1 了解自己在卖什么 1.2 优秀的销售员不能这样思考
1.3 与惯性思维说再见 1.4 用“心理暗示术”牵着顾客鼻子走 1.5 广告诱导——玄机不可泄露 1.6
报价的心理技巧 1.7 给自己营造成功意象 1.8 走出消极心理的阴影诱导术第二式：顾客是谁 2.1 顾
客想做上帝 2.2 知己知彼——如何了解客户 2.3 投其所好、投其所需 2.4 见什么人卖什么货 2.5
要说就要先聆听诱导术第三式：接近顾客 3.1 打造完美第一印象 3.2 巧妙开场白增添印象分 3.3 做
自己的情绪管理师 3.4 营造气氛、利用环境进行诱导 3.5 沟通无极限 3.6 信任是购买的基础 3.7
情感诱导术 3.8 演示诱导术——一次示范胜过万语千言 3.9 帮顾客挑选商品，而不是向顾客推销商
品诱导术第四式：套牢顾客 4.1 魔法式推销语言 4.2 肢体会说话——巧用身体语言诱导 4.3 欲擒故
纵诱导术 4.4 学会“威胁”顾客 4.5 先推销理念再推销商品 4.6 不要对顾客施加太大压力 4.7 如
何消除顾客疑虑 4.8 如何面对拒绝 4.9 如何道歉 4.10 从顾客抱怨开始销售 4.11 顾客接受推销的心
理阶段及应对技巧诱导术第五式：挖掘顾客 5.1 良好的人际关系助你挖掘到潜在客户 5.2 放好“马
后炮”——售后服务要保质保量 5.3 诚信——桃李不言下自成蹊 5.4 拒绝贪婪，细水长流 5.5 列名
单、找朋友——聚集人气才能聚集财气诱导术第六式：你不可不知的顾客心理 6.1 顾客都喜欢做VIP
6.2 顾客都喜欢被恭维 6.3 顾客都想占便宜 6.4 顾客都有从众心理 6.5 顾客都爱面子 6.6 顾客不
喜欢的推销方式揭币必诱导术第七式：心理诱导术实战演练 7.1 电话销售心理诱导术 7.2 就是要教
你“诈” 7.3 包装诱导术 7.4 巧用激将术 7.5 沉默是金——无声胜有声 7.6 让第三张嘴说话

<<顾客心理诱导术>>

章节摘录

5.相关知识：与竞争产品比较、市场的行情变动状况、市场的交易习惯、客户的关心之处、法律、法令等的规定事项。

分析产品的时候不要加以任何感情因素，产品就是产品，即使是不需要的人，他同样会承认这个产品的存在。

这个时候你需要像一个工程师一样，详细了解产品的构成，技术特征，目前的技术水平在业界的地位等等。

对专业的销售人员来说，详细了解产品的客观性是你发掘产品价值的一个基础。

当然你不必明白高深的技术理论，只要知道有这个理论而且这个技术确是在业界是非常有竞争力就行了，否则你可以去干工程师了。

总的来说，客观了解所销售的产品是你在客户面前表现自信的一个基础条件，没有这个基础条件，就先回家默诵产品性能去吧，俗话说“磨刀不误砍柴工”，与其在顾客面前表现得业余和模棱两可，不如将那份精力耗在增强自己的业务水平上。

顾客在购买产品时并不会像一个走进基层检查工作的工程师，他们对产品的某些原理、某些概念化的性能也许并不会感兴趣。

顾客购买某件产品，必然是因为他们需要这件商品、能从商品中获得对自己有利的使用价值。

也就是说，销售人员在推销产品、给顾客做详细介绍的时候，一定要把握顾客的消费需求，突出对顾客有利的价值。

顾客在关注商品的价值取向时，起着决定性因素的是产品品牌，而顾客确定投入的依据则是产品的性价比。

一个好的名称，对顾客也是非常有吸引力的，如果销售人员能提供给顾客舒心的服务、放心的售后保障，那么无疑会让顾客更增加一分购买产品的可能性。

<<顾客心理诱导术>>

编辑推荐

《顾客心理诱导术》编辑推荐：知己知彼，出奇制胜；将心比心，棋高一着。

为什么顾客会质疑你的产品？

为什么顾客会拒绝你的推销？

为什么顾客会讨价还价？

为什么顾客宁愿相信旁人的话？

又为什么顾客会喜欢你？

为什么顾客会信任你？

在实际销售过程中，当你面对一个又一个揣摩不出的问题时，你需要摸清顾客心里到底在想什么，需要根据顾客心理引导他们按照你所设定的思考方式前行，从而让自己的销售提高成功率。

<<顾客心理诱导术>>

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>