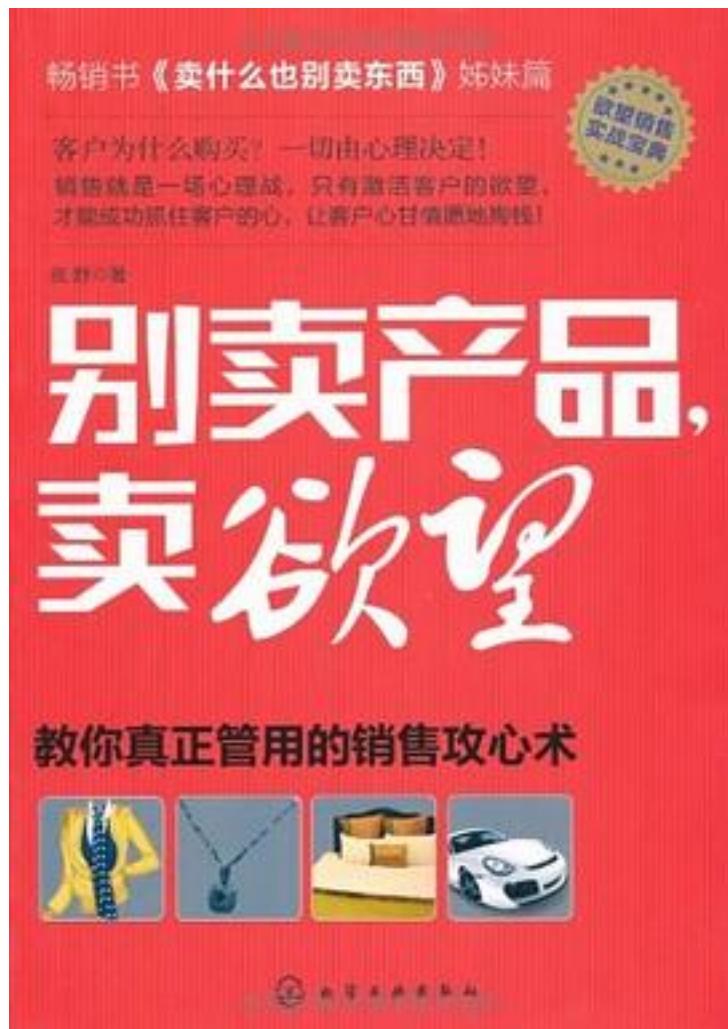


别卖产品,卖欲望



[别卖产品,卖欲望 下载链接1](#)

著者:张野

出版者:化学工业

出版时间:2012-2

装帧:

isbn:9787122126139

《别卖产品,卖欲望》内容简介：如今的客户越来越挑剔，成交也越来越难。要想在销

售业绩上有所突破，需要改变之前以产品为中心的销售模式。《别卖产品,卖欲望》提出“卖产品不如卖欲望”的理念，针对客户购买过程中的戒备心理、安全心理、避害心理、趋利心理、完美心理等5种不同心理，从“卖欲望”这一独特的切入点，阐述了如何攻破客户的心理防线，顺利成交。

作者介绍:

张野，国家注册高级企业培训师，“欲火重生”销售集训营创始人，销售精英意志力集训营创始人，沈阳华人成长企业咨询有限公司董事长。

1995年开始从事陌生拜访，屡获销售冠军称号；2000年开始从事培训工作，在全国巡回演讲、培训上千场。在销售及培训生涯中总结出销售最高境界：随心所欲。参加培训的企业客户满意率高达99%。已经出版专著《成交无限：有效客户沟通的55个技巧》。

目录: 第1篇 卖产品不如卖欲望 第1章 好销售员都是心理大师

- 1.美容奇品海蓝之谜——出售猎奇欲望 2.绝无仅有百达翡丽——出售稀有欲望
- 3.品质出众苹果品牌——出售核心欲望 4.棒球热狗雪佛兰——出售价值欲望
- 5.怒不出售的劳斯莱斯——出售占有欲望 第2章 失败销售，败在不懂心理
 - 1.戒备心理使客户回避销售员 2.安全心理使客户不愿意改变现状
 - 3.避害心理使客户提出异议 4.趋利心理使客户总不满意 5.完美心理使客户拒绝购买
- 第3章 恰到“痒”处的欲望式销售
 - 1.用猎奇欲望引起客户的兴趣
 - 2.用稀有欲望引导客户的购买
 - 3.用价值欲望消除客户的异议
- 4.用核心欲望抓住客户的关键需求 5.用占有欲望促成购买行为 第2篇
- 消除戒备心理：卖猎奇欲望 第4章 消除戒备心
 - 1.打造销售员的第一印象
 - 2.消除客户的戒备心
 - 3.巧妙预约，打开销售之门
- 第5章 引起猎奇欲
 - 1.观察客户的核心兴趣点
 - 2.好奇心是客户注意你的前提
 - 3.良好的时间管理启动销售流程
- 第6章 三种客户的三种欲望
 - 1.有需求有意向：抓住他的购买欲望
 - 2.有需求无意向：引起他的购买欲望
 - 3.无需求无意向：埋下他的关注欲望
- 第3篇 突破安全心理：卖稀有欲望 第7章 突破安全心理的防线
 - 1.营造氛围，满足客户的安全感需要
 - 2.不销而销建立情感欲望
- 第8章 改变客户不购买的想法
 - 1.用惯性思维引导客户
 - 2.洞悉安全心理背后的深层需要
- 3.用权威榜样击破客户的心理防线 第9章 稀有价值引起购买欲望
 - 1.稀有价值动摇客户的心墙
 - 2.迎合客户的稀有价值
- 第4篇 消除避害心理：卖价值欲望 第10章 避害心理引起异议
 - 1.挑剔的客户才是真客户
 - 2.积极回应客户的异议
- 3.处理异议的LSCPAS法则 第11章 处理异议，挖掘欲望
 - 1.消除对拒绝的恐惧
 - 2.异议是促成购买的契机
 - 3.让尊重欲望来弥补售后异议
- 第12章 价值欲望引导客户跟着走
 - 1.让客户按照我们的引导进行思维
 - 2.每个客户心里都有价值尺度
 - 3.用自身价值打动客户的心
- 第5篇 放弃趋利心理：卖核心欲望 第13章 客户都有趋利心理
 - 1.一些客户总是会贪小便宜
 - 2.将重点放在产品上
 - 3.用小便宜释放客户的欲望
- 第14章 用核心欲望击溃趋利心理
 - 1.使用SPIN模式进行提问
 - 2.抓住言谈后的内心需求
 - 3.暗示后果引起不安全感
- 第15章 核心欲望是决定购买的关键因素
 - 1.抓住产品与客户的共同点
 - 2.用核心欲望来促成购买
- 3.让客户自己肯定自己 第6篇 战胜完美心理：卖占有欲望 第16章 使客户犹疑的完美心理
 - 1.客户总是想要更好的
 - 2.得不到的才是最好的
- 3.心急吃不了热豆腐 第17章 突破完美心理的防线
 - 1.用热情敲开客户的门
 - 2.细心体贴满足舒适欲望
 - 3.让客户帮我们突破防线
- 第18章 引起客户的占有欲望
 - 1.正视难点，引起占有欲
 - 2.从细节寻找突破点
 - 3.以退为进，促成更多购买

[别卖产品,卖欲望 下载链接1](#)

标签

营销

经营

消费心理学

销售

策划

推广

评论

很差的书，都没看完，明明中国人写的些例子全部都是外国的，要么是抄的要么是编的。
。

很好 这两天一直在看这本书

[别卖产品,卖欲望 下载链接1](#)

书评

[别卖产品,卖欲望 下载链接1](#)