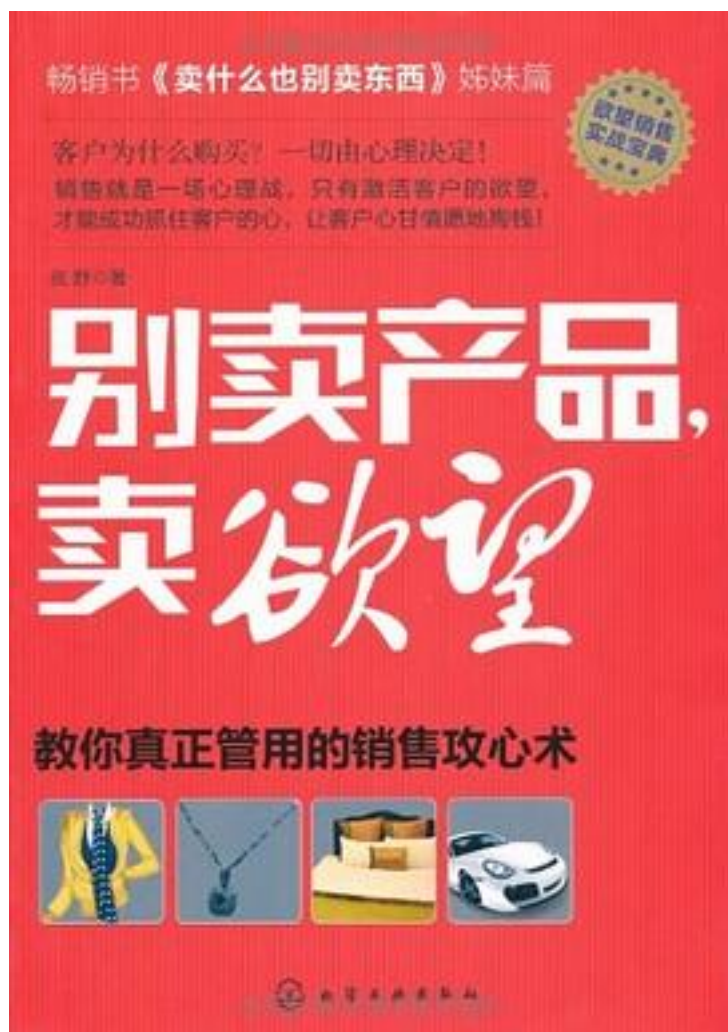


别卖产品,卖欲望



[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.恕不出售的劳斯莱斯——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.迎合客户的稀有欲望 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

• • • • • (收起)

[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