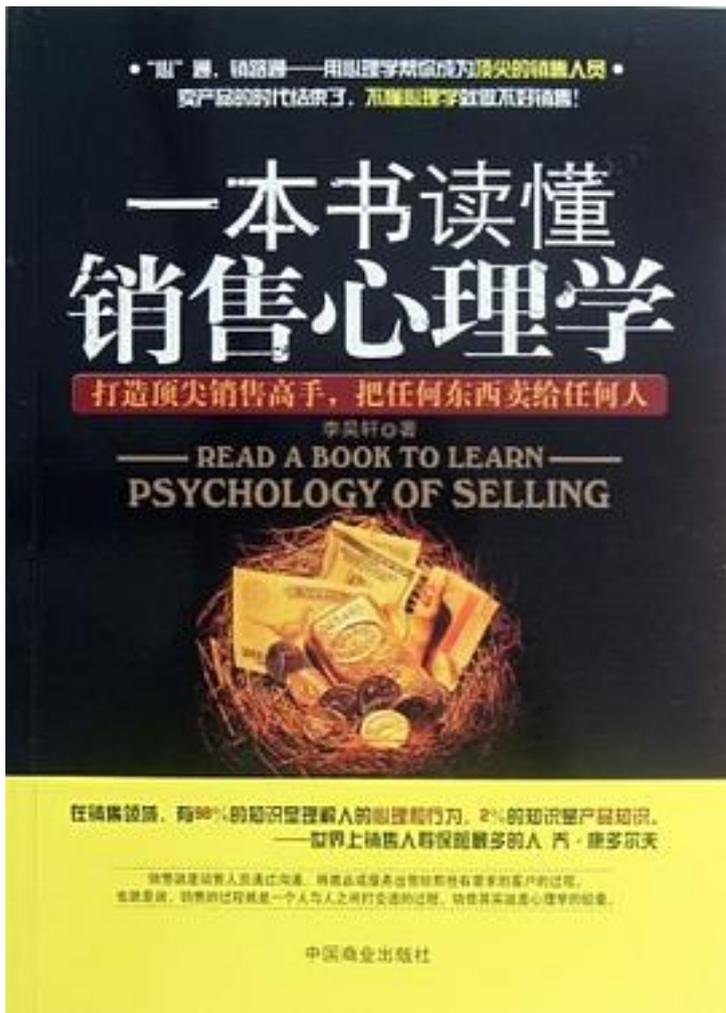


一本书读懂销售心理学



[一本书读懂销售心理学 下载链接1](#)

著者:马浩天 著

出版者:古吴轩出版社

出版时间:2015-12-1

装帧:

isbn:9787554605486

很多销售人员都困惑：为什么攻坚多年，客户却迟迟不签单？与自己关系不错的客户，

一夜却成了别人的vip? 无论自己怎么说, 客户都不买账? 好不容易要签单了, 顾客又说“再考虑考虑”? 无论怎样拍胸脯保证, 客户始终都不信任你?

人的购买行为都是由其心理来决定的, 所以知道客户在想什么比什么都重要。如果你可以洞察并影响客户心理的话, 就定可以引领客户做出购买行为, 实现自己的销售目的! 本书从顾客的消费心理透视、销售过程中的心理博弈以及谈话技巧等方面阐述如何在销售中运用心理学知识来提高销售员的业务水平和技巧。

作者介绍:

马浩天, 大学毕业后随即进入科技公司做销售, 一年便登上公司的销售龙虎榜, 其后连续7年业绩高居全公司之首; 2010年创办销售顾问公司, 担任300家大型企业销售顾问, 其中包括福特、IBM、惠普、联邦快递等众多世界500强企业。其独特的销售方法和技巧让许多销售员的客户签约率提高了20倍。

目录: 第一章 销售就是读心理

——购买之前, 客户需要一千个消费的理由

从众心理: 消费者都喜欢跟风

折中心理: 很多消费者有中庸情结

猎奇心理: 因为新奇而购买

虚荣心理: 因为面子而购买

优越心理: 人人都想享有VIP待遇

安全心理: 客户都害怕上当受骗

投资心理: 通过花钱达到赚钱的目的

第二章 性格是购买的大旗

——见面之初, 先给对方做“心理透视”

对傲慢型消费者要恭维

对暴躁型消费者要进行心灵按摩

对内守型消费者要温柔体贴

对多疑型消费者要给“定海神针”

对理智型消费者要满足需求

对固执型消费者要启发

对随和型客户要亲切沟通

对冲动型消费者要起哄

第三章 微行为中大有玄机

——接近客户, 读懂其身体语言暗藏的心理信息

透过走姿掌握顾客心理

从坐姿透视顾客的心理

客户像鸡啄米一样点头是不感兴趣的信号

客户抓摸下巴表示在思考

谈话时直视你的客户可能在怀疑

眉毛在传递什么情

脚尖踮起的客户很兴奋

客户为啥双手摀住膝盖

抽烟的范儿透露客户内心

第四章 抓住女“上帝”的“软肋”

——从女性心理弱点中寻找突破口, 让她想不掏钱都难

女人心中都有一个维纳斯

攀比是女人消费的推手

听懂女人挑剔的弦外之音

掐准女人的感性软肋

一定要让女人觉得自己赚大了

白领丽人的消费心经

第五章 让顾客心动的产品介绍法

——创建品牌“自留地”，让产品学会自媒体

你的产品是不是正缺一个故事

给你的产品找个参照

为客户编织一个拥有后的梦

独特的展示亮瞎你的眼

报价巧才能卖得好

适度说一些产品的“小缺点”

第六章 销售有“话料”

——有策略地聊天，把话说到客户的心里去

初次见客户，先不要谈销售

搭讪客户，说好第一句话

把握好与客户寒暄的尺度

把自己和客户绑在一起

用有效话题打破冷场

恰当借力熟人经济

第七章 如何说客户才会听

——巧妙周旋，在打太极中赢得你想要的一切

提问有方，在一问一答中控制谈判方向

进退有度，把握好让步的时机和尺度

陈述有力，一字一句说到点子上

巧妙回答，化解客户不合理的问题

坚定立场，掌握谈价中说“不”的艺术

欲取先予，一定要让客户提要求

第八章 心理暗示能四两拨千斤

——机智踢开客户心中最后的防线

适当给客户来点硬的

用环境的威慑使客户就范

学会制造从众效应

学点假装离场的艺术

第九章 读懂粉丝心理

——让产品卖到疯，更要卖上价

让顾客觉得产品很难买得到

用限量发售刺激渴望的占有欲

销售也要学会赶时髦

在娱乐中勾起人们的购买情感

亲，给个好评吧

第十章 提问老到有方

——问话问到点子上，在对话中把握成交信号

探询式提问：准备好让对方说出“是”的话题

惊奇式提问：激发对方强烈的好奇心

互动式提问：让彼此的关系更融洽

诱导式提问：勾起消费者的购买欲望

启发式提问：让顾客觉得自己真的有需求

针对性提问：消除消费者心中的疑虑

建议式提问：收集消费者的思维信息

第十一章 引导有条不紊

——诱使对方先做出承诺，让客户在不知不觉中被“套牢”

用“听”来摸清他的底牌

不要给客户第三种选择

提要求要从小处开始

控制好能产生美的距离

感动是永不过时的武器

让亏欠感引领顾客买单
第十二章 “降伏” 有法
一一运用心理博弈，把拒绝变成订单
客户说 “考虑考虑”，如何给他创造需求
客户说 “我没有钱” 时，如何让他 “不差钱”
客户说 “我做不了主” 时，如何让他下决断
客户说 “我不用这牌子” 时，如何改变他的想法
客户说 “我到别家看看” 时，如何挽留他的脚步
附录：成功销售的一个关键点
· · · · · (收起)

[一本书读懂销售心理学 下载链接1](#)

标签

心理学

销售

职场

学习!!!

自我完善

技能

成长

评论

和上一本读得书大同小异

全是坑，懂一点可以复制被 “销售”

讲了比较多的方法论，可以直接套用的。‘你的产品是不是正缺一个故事>>每个推销公司产品的人员都必须是公司产品的用户。此举的目的倒不是强制性扩大自己产品的销量，而是让经营者、生产者都认识并熟悉自己所销售产品的性能。>>客户的买点是什么，我们就对应地给他什么卖点，客户的买点就是我们的卖点’

批判性地阅读与输出

比预期要好的一本书

第一章看了前三节，实在看不下去了。难道是一个人就能成为作者？写的书并没有任何心理实验佐证，举例也是例不对文，整体有凑字数的感觉。之中讲的内容也许有价值，但是这样的讲述实在无法令人信服。

这本书其实只能是3星，但是对于我这种销售小白又能解决很多问题，所以给了4星。

[一本书读懂销售心理学_下载链接1](#)

书评

[一本书读懂销售心理学_下载链接1](#)