

絕對達成業績的超數字術

绝对达成业绩的超数字术



菊原智明 著

[絕對達成業績的超數字術 下载链接1](#)

著者:菊原智明

出版者:大塊

出版时间:2009年8月5日

装帧:

isbn:9789862131305

為什麼「1折」還打不動顧客？

為什麼「1.2倍」比「2倍」還受顧客歡迎？

為什麼使用「第2名」比「第1名」更好？

為什麼？「55秒」比「1分鐘」更能取信於顧客？

有個目前還沒有人知道，但卻可以讓對方照您所想的方式進行的方法，您想知道是什麼嗎？

本書作者由瀕臨裁員的無用業務員躍升於連續四年冠軍的頂尖業務，甚至還因而成立了自己的顧問公司，他將他成功的祕訣寫出來——

癥結就在於，用對數字，顧客就會乖乖聽你說話。

● why…

為何在廣告、文案中使用數字可以吸引顧客眼光？

這是因為人類訊息的來源有83%是靠視覺來掌握的，當你的文案中使用數字時，不但可以形成視覺焦點，也可以讓閱讀到的人自動對號入座。比如「給您一份35~42坪建築物的50種外觀資料」如果顧客剛好有35~42坪的需求，就會對這份資料更加注意。同樣的，與其說「某月下旬」，不如列上「某月20~25日」，這樣會給人明確的穩定感。

● how…

雖說使用數字好處多多，但絕對不是只要用數字，就可以吸引顧客注意，用了數字，還要用對，這樣效果才會好。作者用銷售心理學細細為大家解析了不同領域、不同行業，應該使用怎樣的數字，才能真正打動顧客的心。

● 一些小絕招

知道了大原則之後，作者也不吝惜傳授一些更上一層樓的小技巧。比如「限定性能讓顧客依賴數字」當中會讓讀者學會「讓數字擁有限定性、稀少性」的方式、花少許心力就能簡單提升對方反應的方式，以及不能使用、會使反應下滑的數字等等。

作者介紹:

菊原智明

1972年生於日本群馬縣高崎市。

群馬大學工學院畢業後，進入TOYOTA HOME公司。

之後過了7年糟糕營業員的生活。

2002年，在快被革職之前，因為一個小小的機緣一躍成為頂尖業務員。之後連續4年都是頂尖業務員。

2006年辭掉工作，成立顧問諮詢公司。希望能鼓勵和過去自己有著相同煩惱的業務員。

2006年10月出版《訪問業本》（大和出版）成為暢銷書。

現為業務顧問，每個月針對業務員或經營者舉行5到10次研討會（領域跨及住宅、裝潢、保險、會計師、牙科、和服、房車等）。

目录:

[絕對達成業績的超數字術_下载链接1](#)

标签

评论

[絕對達成業績的超數字術 下载链接1](#)

书评

[絕對達成業績的超數字術 下载链接1](#)