

《一本书读懂顾客心理学》

图书基本信息

书名：《一本书读懂顾客心理学》

13位ISBN编号：9787504481665

10位ISBN编号：7504481661

出版时间：2013-10-1

出版社：中国商业出版社

作者：张汇通著

页数：256

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《一本书读懂顾客心理学》

内容概要

销售员往往会有这样的困惑：为什么一个看起来稳操胜券的单子，一夜之间就被竞争对手夺走了？为什么无论自己怎么说，客户都不买你的账？为什么先期都沟通得很顺畅，一到要成交时就会遭到拒绝？为什么无论你怎样一再保证，客户始终对你持怀疑态度？

事实上，在整个销售过程中，有许多容易被我们忽略的细节，销售员如果缺乏敏锐的观察力和足够的细心，就不能很好地照顾到客户的感受，进而直接影响到销售的全局。

“成功的推销员一定是一个伟大的心理学家。”这是销售行业的一句名言。实际上，每次销售人员从一开始找到一个客户直到完成交易，他所需要的不仅仅是细致的安排和周密的计划，更需要和顾客进行心理上的交战，所以从这个角度看销售人员也必须要懂得一定的顾客心理才能更好地完成自己的工作。

《一本书读懂顾客心理学》

书籍目录

第01辑 满足顾客心理期待是最好的迎合术

学会迎合顾客的兴趣
微笑可以征服你的顾客
顾客喜欢替自己着想的销售
讲人情最能留住老顾客的心
学会聆听顾客的陈述
成功消除顾客的疑虑
用真诚将新顾客变为老顾客
有效调动顾客的兴趣
热忱让你赢得顾客的青睐
产品包装要讲究外在美

第02辑 看清楚顾客惯常的消费心理

解读顾客的消费心理
顾客认为自己本来就是上帝
顾客有“从众”的心理
人人都想享有VIP待遇
顾客都有怕上当受骗的心理
顾客对价格都是很敏感的
顾客都有占便宜的心理
顾客只关心自己的利益
顾客偏要买的逆反心理
顾客要宾至如归的感觉

第03辑 读懂顾客身体语言暗藏的心理信息

从服饰评估顾客的购买力
从言谈举止中发现谁是“当家人”
从走路的姿势分析顾客的性格
从坐姿透视顾客的心理
读懂顾客的几种笑语
按照顾客眼色的行事
了解顾客的眉语
从空间距离测量顾客的心理距离
从吃上了解顾客的个性
从喝酒把握顾客的心理
从吸烟看顾客的性格特征

第04辑 抓住不同顾客的心理软肋进行销售

应对聪明的顾客要专业和专注
小心应对霸道的顾客
用倾听应付唠叨的顾客
多服从专断型的顾客
热情对待随和型的顾客
对虚荣型顾客要多赞美
对外向型顾客要利索
对炫耀型顾客要恭维
对内敛型顾客要体贴
对标新立异型顾客要独特
对墨守成规型顾客要讲实用

第05辑 说在顾客心坎上一句顶一千句

《一本书读懂顾客心理学》

好的开场白是成功的一半
赞美的话最能打动顾客
用赞美性的话语去接近顾客
用赞美可以有效挽回顾客
攻心销售话术中的常用赞美语
介绍产品应该讲究技巧
有效的提问是销售的基础
第06辑 金牌销售必知的消费行为心理解析
掌握顾客需要的一般分类
认识顾客的购买心理动机
一般顾客购买的心理阶段分析
生活环境对顾客心理的影响
服务和购物环境对顾客心理的影响
不同年龄顾客的心理分析
不同职业顾客的心理分析
不同类型购买行为的心理分析
第07辑 运用谈判心理学让顾客服从你
学学讨价还价的心理策略
谈判时空的选择与运用
运用时间选择对心理的作用
以诚相待，消除对方戒备心理
学一学谈判中的让步心理学
洞察心理，巧解谈判僵局
从举止、表情、言谈掌握顾客心理
研究谈判心理，提高谈判能力
与活泼型性格的人谈判的技巧
与力量型性格的人谈判的技巧
与平和型性格的人谈判的技巧
第08辑 学点排除顾客异议的心理学技巧
你要知道，自己为什么被拒绝
拒绝，就是顾客真的不需要吗
顾客说“不”，有什么隐含的意思
我们怎样面对说“不”的顾客
一定要避免和顾客发生争论
应对顾客“改天再来”的借口
应对顾客“我很忙”的借口
应对顾客“我要向朋友买”的借口
应对顾客“再考虑考虑”的借口
应对顾客“我想到别家再看看”的借口
第09辑 运用心理学“诡计”促进成交
“我不卖”——给顾客一点“威胁”
视顾客的拒绝为成交机会
稳中求胜，让顾客敞开心扉
用环境的威慑使顾客就范
用一点欲擒故纵销售法
积极创造让顾客无法抗拒的强大气势
识别成交的三种心理信号
制定成交策略的四个要点
第10辑 销售人员必知的心理学效应

《一本书读懂顾客心理学》

- 焦点效应：把顾客的姓名放在心中
- 折中效应：拒绝贪婪，细水才会长流
- 互惠效应：拿人家的就会手短
- 权威效应：顾客往往喜欢跟着“行家”走
- 稀缺效应：短缺会造成商品的价值升值
- 蚕食效应：一点一点促进生意的成交
- 人性效应：比商品更重要的是人性
- 退让效应：让顾客感到内心难安的让步

《一本书读懂顾客心理学》

精彩短评

- 1、略有所获，销售有一种神奇的魔力。
- 2、不要给顾客过高的承诺。顾客满意是建立在顾客期望之上的，期望值的大小与满意度的高低呈反比，降低期望值是提高满意度的一个重要途径。
- 3、要点还是比较全面，能够给予一些细节上的提点和启发
- 4、抄袭大王

《一本书读懂顾客心理学》

章节试读

1、《一本书读懂顾客心理学》的笔记-第1页

正看

《一本书读懂顾客心理学》

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:www.tushu111.com