



常识大全集系列
专家编写速查速用宝典

一本书轻松读懂

销售心理学

(200个实用案例图解版)



汇智书源 编著

成功的推销员一定是一个伟大的心理学家

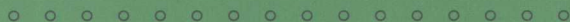
销售心理：认同 | 说服 | 定心 | 掌控

销售技巧：心理研究 | 观察 | 降服 | 制胜

销售策略：修习 | 博弈 | 沟通 | 留心

售前售后：电话销售 | 网络销售 | 销售跟踪

200个经典销售心理案例
系统全面 | 直接查询 | 拿来就用



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE



常识大全集系列

专家编写速查速用宝典

一本书轻松读懂

销售心理学

(200个实用案例图解版)



汇智书源 编著

中国铁道出版社

CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

在销售行业中有一句名言：“成功的推销员一定是一个伟大的心理学家。”销售人员在业内的地位如何，能取得什么样的销售业绩，在很大程度上取决于其对顾客与顾客心理的掌控能力。要想提升自己的销售业绩，就一定要懂得察言、观色、攻心，真正明白心理学对销售工作的重要性。只有真正学会了读心，通过引导顾客的各种心理，有效地激发顾客的购买欲望，才能顺利成交下单，使自己逐步成为游刃有余的金牌销售。

本书通过 200 个真实、生动的典型案例和深度解析，从销售人员对顾客心理的深入领悟、对各种顾客的消费心理透视，以及在实际销售过程中的心理较量等方面进行充分的阐述，让你掌握最高效、最实用的销售必杀技，让你的销售业绩变得更加出色！

图书在版编目（C I P）数据

一本书轻松读懂销售心理学：200 个实用案例图解版/
汇智书源编著. — 北京：中国铁道出版社，2016.1
ISBN 978-7-113-21190-5

I. ①一… II. ①汇… III. ①销售—商业心理学
IV. ①F713.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2015）第 298066 号

书 名：一本书轻松读懂销售心理学（200 个实用案例图解版）
作 者：汇智书源 编著

策 划：武文斌
责任编辑：苏 茜
责任印制：赵星辰

读者热线电话：010-63560056

封面设计：**MXD** DESIGN
STUDIO

出版发行：中国铁道出版社（北京市西城区右安门西街 8 号 邮政编码：100054）
印 刷：中煤（北京）印务有限公司
版 次：2016 年 1 月第 1 版 2016 年 1 月第 1 次印刷
开 本：700mm×1000mm 1/16 印张：22 字数：375 千
书 号：ISBN 978-7-113-21190-5
定 价：39.80 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书，如有印制质量问题，请与本社读者服务部联系调换。电话：（010）51873174

打击盗版举报电话：（010）51873659

前言

FOREWORD

“1分钟内读懂顾客心理，就是在1分钟内打开了顾客的钱袋子。”

——李嘉诚

身为销售人员，我们经常会有这样的困惑：为什么自己费尽口舌说了一大堆，客户就是不买账？为什么无论自己如何信誓旦旦地一再保证不会有问题，客户仍然持怀疑态度？为什么有时之前的沟通非常顺畅，但最后要成交时客户却突然反悔？为什么一个自始至终看起来稳操胜券的大单，却一夜之间就被竞争对手无情的夺走？

世界权威销售培训师博恩·崔西曾明确指出，销售的成功与销售人员对人心的把握有着密不可分的联系。在进行销售的过程中，恰当的心理策略能够帮助销售人员取得最终的成功。销售人员不仅要时刻洞察顾客的心理，了解顾客的真实想法，还要掌握灵活应变的应对技巧，以达到成功交易的目的。事实上，在整个销售过程中，有许多容易被我们所忽略的细节，如果销售人员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，进而直接影响销售的结果。

销售其实就是顾客与销售人员心与心的较量！要想提升自己的销售业绩，就一定要懂得察言、观色、攻心，真正明白心理学对销售工作的重要性。只有真正学会了读心，通过引导顾客的心理，有效地激发顾客的购买欲望，才能顺利成交。不管你做的是哪种销售，不管你现在的业绩如何，也不管现在是顺境还是逆境，都应该认真地研读本书，获得新的能量，在销售工作中更加游刃有余，硕果累累。



本书总结了众多优秀销售人员的实战案例、工作方法与经验，通过最实用、最经典的 200 个销售案例，真实、生动地再现了销售成交全过程，并详细分析案例中隐藏的种种心理玄机，提出应对建议和攻心策略，其中包括：销售认同术、销售说服术、销售攻心术、销售掌控术、销售迎合术、销售读心术、销售降服术、销售“诡计”术、销售修习术、销售沟通术、销售博弈术、销售留心术、销售攻坚术，以及特别针对现在新销售形式的电话销售术和网络销售术，从各个方面教你如何看透与掌控客户的心理，并告诉你作为一名优秀销售人员必备的心理素质和能力素养。让销售新人成功进入销售职场，让普通销售人员逐步成为销售冠军。

需要特别强调的是，本书中的 200 个销售案例都是经过精心挑选的真实案例，全都是销售人员希望学到的技巧性“干货”，深入揭秘最高效、最实用的销售必杀技，为读者提供销售技能修炼和自我提升参照，教你真正学会销售心理学，并切实运用到自己的销售工作中。

本书特别适合期待掌握客户心理，引导客户消费的销售、公关和营销人员，尤其是各行各业需要与客户直接面对面沟通的销售人员，并能为其带来意想不到的启发和帮助。

编者

2015 年 11 月

目录

CONTENTS

第一章 CHAPTER 01

销售认同术：想要当个好猎人，就得先把自己当猎物 / 1

- 一、客户要的不是便宜，而是感觉占了便宜 / 2
- 二、得不到的永远在骚动，有缺憾才有成交 / 4
- 三、我把钱给你，你能给我什么 / 6
- 四、我要的是与众不同，你得让我花钱花得高兴 / 8
- 五、别太自以为是，客户一点都不笨 / 10
- 六、长话短说，时间就是生命 / 14
- 七、假如让你掏钱，你会怎么做 / 16

第二章 CHAPTER 02

销售说服术：当遇到拒绝，机智攻克客户心理壁垒 / 18

- 一、“我要考虑一下”：机不可失，失不再来 / 19
- 二、“太贵了”：一分价钱一分货，其实一点儿也不贵 / 21
- 三、“市场不景气”：不景气时买入，景气时卖出 / 24
- 四、“别的地方更便宜”：价格不是唯一 / 26
- 五、“没有预算（没有钱）”：制度是死的，人是活的 / 27
- 六、“它真的值那么多钱吗？”：怀疑的背后就是肯定 / 29
- 七、“不，我不要……”：我的字典里没有“不”字 / 31

第三章 CHAPTER 03

销售定心术：消费心理知多少，必知九条心理定律 / 36

- 一、跨栏定律：制定高目标激发销售潜能 / 37
- 二、斯通定理：态度决定结果 / 40
- 三、250定律：不得罪任何一个顾客 / 42
- 四、二八定律：眼明手快抓稳大客户 / 47

- 五、奥新顿法则：你关照好顾客的心，顾客就关照你的生意 / 51
- 六、哈默定律：没有坏买卖，只有蹩脚买卖人 / 53
- 七、奥纳西斯定律：把工作做在别人的前面 / 56
- 八、二选一定律：把成交主动权操纵在自己手上 / 59
- 九、伯内特定律：只有占领头脑，才会占有市场 / 62

第四章 CHAPTER 04

销售掌控术：没有完美的销售模式，只有会销售的人 / 65

- 一、黑白珠子法则：冷庙高香提前烧，自然会有贵人帮 / 66
- 二、声东击西策略：将目标放在退一步的地方 / 70
- 三、瑕不掩瑜策略：大胆暴露自己产品的缺陷 / 73
- 四、攀比效应：以同类人作比较，激发客户的攀比心态 / 76
- 五、蚕食效应：一点儿一点儿促进生意的成交 / 79
- 六、勿以善小而不为：小订单也要重视 / 82
- 七、围场策略：成交就在你坚持的最后一刻 / 83

第五章 CHAPTER 05

销售迎合术：投其所好，让客户知道你是为他好 / 86

- 一、用好销售的“七把刷子”：说、学、逗、唱、喊、叫、专 / 87
- 二、微笑是最好的礼貌 / 89
- 三、以朋友的口吻说话，让客户觉得你在帮他 / 93
- 四、幽默地说话，更易拉近彼此的距离 / 96
- 五、说什么能应对得了特别能“挑刺儿”的客户 / 98
- 六、讨价还价：抓住客户的心理，做出相应对策 / 101
- 七、多说“我们”少说“我” / 106
- 八、“谢谢”常挂嘴边，生意自然不远 / 108

第六章 CHAPTER 06

销售读心术：明察秋毫，读懂客户身体语言签大单 / 110

- 一、小动作往往“反映”客户的大心理 / 111
- 二、从走路姿势判断客户性格 / 113
- 三、吃相也是大学问 / 116
- 四、那些不诚实者最常做的手势 / 119

- 五、眼睛就是客户真实的内心 / 121
- 六、怎么坐？你能看出顾客怎么想 / 123
- 七、嘴巴是心灵的第二扇窗户 / 126
- 八、空间距离暗示心理距离 / 127
- 九、眉宇之间尽是情绪 / 129

第七章

CHAPTER 07

销售降服术：读懂顾客性格，抓住顾客心理弱点 / 132

- 一、随和型顾客：给我个购买的理由 / 133
- 二、专断型顾客：服从与诱导双管齐下 / 135
- 三、爱慕虚荣型顾客：赞美是屡试不爽的秘密武器 / 137
- 四、精明型顾客：真诚对待是最好的武器 / 142
- 五、外向型顾客：喜欢就买，求你不要啰嗦 / 144
- 六、内敛型顾客：你的真诚让我无法拒绝 / 145
- 七、犹豫不决型顾客：你需要给他紧迫感 / 147
- 八、标新立异型顾客：我需要的就是个性 / 150
- 九、墨守成规型顾客：我得弄明白到底有何用途 / 151
- 十、高傲型客户：有可能是最容易说服的 / 154

第八章

CHAPTER 08

销售制胜术：轻松搞定，巧用心理效应促成交 / 156

- 一、首因效应：人和产品都要给客户留下好的第一印象 / 157
- 二、焦点效应：以客户为中心 / 160
- 三、情感效应：用人情留住老顾客的心 / 163
- 四、三分之一效应：客户最可能在一条街上 1/3 处成交 / 166
- 五、折中效应：买或者卖，中间价格最靠谱 / 167
- 六、人性效应：比商品更重要的是人性 / 169
- 七、蝴蝶效应：细节决定推销成败 / 172
- 八、投射效应：换位思考引起客户的心理共鸣 / 174
- 九、创新效应：打破常规，善于创新 / 177
- 十、沸腾效应：将客户的购买热情 99 加 1 度 / 180
- 十一、稀缺效应：销售就是制造稀缺 / 182
- 十二、退让效应：有对比才有高低优劣之分 / 186

第九章

CHAPTER 09

销售修习术：不要在最后一刻倒下，赢的就是心态 / 188

- 一、拥有积极的心态才能在销售之路上一路前行 / 189
- 二、“我一定要”——目标就是销售前进的方向 / 191
- 三、火热才能温暖人心，客户只买热情的单 / 193
- 四、自信才能征服客户 / 194
- 五、走出“一夜暴富”的迷阵，销售要有长远心态 / 198
- 六、越是害怕被客户拒绝，你就越会被拒绝 / 199
- 七、没有放弃购买的客户，只有放弃客户的销售人员 / 202

第十章

CHAPTER 10

销售博弈术：多赢的博弈销售心理，适时充分施展 / 205

- 一、让客户一开始就说“是” / 206
- 二、价格没报好，客户会吓跑 / 210
- 三、暗示顾客错过以后会产生的遗憾心理 / 213
- 四、用体验让顾客产生心理暗示 / 214
- 五、以退为进的目标实现法 / 217
- 六、小点成交法，减轻客户成交的心理压力 / 220

第十一章

CHAPTER 11

销售沟通术：进退有度，在沟通中把握成交信号 / 224

- 一、预约也有大学问 / 225
- 二、有时耳朵比嘴巴更重要 / 230
- 三、提前调查好市场信息和客户资料 / 233
- 四、来一个精彩的开场白 / 237
- 五、掌握时间的妙用才能占尽先机 / 240
- 六、谈判地点的选择：谁的地盘谁做主 / 243
- 七、适当给客户一点儿善意的“威胁” / 246
- 八、永远不要相信第一次开价和还价 / 249

第十二章

CHAPTER 12

销售留心术：重在细节，和顾客做永久的生意 / 252

- 一、注意自己的言行举止 / 253
- 二、做销售就像谈恋爱，真诚而勇敢地对待客户 / 255
- 三、做一个客户档案，记住他们的喜好与要求 / 258

四、客户不喜欢大嘴巴的销售人员 / 264

五、如何正确使用名片 / 266

六、善于捕捉稍纵即逝的销售机会 / 269

第十三章

CHAPTER 13

电话销售术：一线万金，电话销售有窍门 / 273

一、电话销售缺少客户，那你就输在了起跑线上 / 274

二、电话销售开场白：30秒内必须吸引住客户 / 277

三、未谋其面，已知其人：声音也是有表情的 / 281

四、电话销售人员要注重打电话的效率 / 284

五、永远让客户先挂电话 / 286

六、电话销售跟进工作，电话销售的重中之重 / 287

第十四章

CHAPTER 14

网络销售术：解决需求，愉悦体验留住忠诚买家 / 290

一、网店不是为了展示商品，而是诱发购买 / 291

二、降低客户网上购物风险知觉，才能快速成交 / 293

三、促使买家下单的两大利器——赞美和“限时限量” / 297

四、用优质的产品和服务给客户高质量的用户心理体验 / 299

五、影响网购决策最重要的因素——口碑 / 302

六、再营销，把溜走的买家拉回来 / 304

七、拥有完善的售后服务，才能在电商大战中先占一城 / 307

八、交易中“烫手的山芋”——纠纷与投诉 / 311

九、客户跟踪——温馨提示留住老客户 / 315

第十五章

CHAPTER 15

销售跟踪术：销售不跟踪，等于一场空 / 319

一、催收账款必须讲究心理策略 / 320

二、售后服务亦是销售，每个客户都想被优待 / 322

三、客户投诉不要怕，巧妙化解转收益 / 325

四、成交后还要进行客户跟踪 / 329

五、失败乃成功之母，善于总结不成交经验 / 331

200 个经典销售心理案例索引

- 案例 1 让“剁手族”无法自拔的“双 11”光棍节 / 2
- 案例 2 “双 11”大学女生宿舍通宵达旦购物 / 3
- 案例 3 销售人员主动打折反失意向订单懊恼不已 / 3
- 案例 4 购买李与周醉仙鸭永远要排队 / 4
- 案例 5 苹果与小米的“饥饿营销” / 5
- 案例 6 老实小伙儿真诚打动客户，签下第一份订单 / 7
- 案例 7 化妆品导购的销售秘诀：对产品了如指掌，为顾客贴心导购 / 8
- 案例 8 让濒临关门服装店起死回生的定制服务 / 9
- 案例 9 独一无二的个性化婚礼赢得年轻人的芳心 / 9
- 案例 10 宝马销售人员以貌取人错失百万订单 / 10
- 案例 11 海尔售后坐飞机来帮客户修冰箱 / 12
- 案例 12 房地产销售人员懂得客户需求，得到客户的认可 / 13
- 案例 13 专业的销售人员更能得到客户信任 / 15
- 案例 14 服装店主“倾听”小女孩内心，卖得连衣裙 / 15
- 案例 15 饮水机公司销售人员要先买饮水机评判性价比 / 16
- 案例 16 小优惠促成“双 11”一分钟十亿元交易额 / 20
- 案例 17 保险销售人员的小激将成就“双保险” / 20
- 案例 18 喜欢的衣服面前，价格不是问题 / 22
- 案例 19 咖啡馆价格高、环境好，高端经营生意依然好 / 23
- 案例 20 老年市场的“夕阳红” / 24
- 案例 21 联想优质的售后服务成就销量传奇 / 26
- 案例 22 小监控，大急需 / 28
- 案例 23 预算不够，那你就分期付款吧 / 29
- 案例 24 手机店主用自信和坚定告诉客户手机真的“值” / 30
- 案例 25 售楼小姐的投资之道 / 31
- 案例 26 三次邀约换来人生第一单 / 32

- 案例 27 玉兰油和夏士莲的免费试用 / 33
- 案例 28 销售人员热心服务不买照相机的老大爷，最终赢得销售大单 / 34
- 案例 29 要当富翁的“傻小子”成为唯一被录用的销售人员 / 37
- 案例 30 把屈辱当动力，坚持不懈终成功的原一平 / 38
- 案例 31 销售人员永不放弃，感动经理获得标书 / 40
- 案例 32 保险销售人员不断改善自己赢得客户欢迎 / 43
- 案例 33 乔·吉拉德巧用“猎犬计划”，使客户不断创造客户 / 44
- 案例 34 钟楼面包的口碑传奇 / 45
- 案例 35 汽车召回赢得消费者的信任 / 46
- 案例 36 泰国东方饭店用细微的人性服务留住有价值的顾客 / 47
- 案例 37 乔·吉拉德细心关怀感动顾客，顾客放弃福特改买雪佛兰 / 49
- 案例 38 王老吉和万科汶川地震同捐一亿元，社会效应大不同 / 52
- 案例 39 没有人穿鞋的小岛才是最大的潜在市场 / 53
- 案例 40 互联网大佬马云敢于冒险的创业之路 / 55
- 案例 41 奥纳西斯勇敢抓住机会，成为希腊船王 / 57
- 案例 42 特立独行的年轻人做没人做过的生意成富翁 / 58
- 案例 43 用两种选择的问题巧约客户 / 60
- 案例 44 老板巧开两家店，用价格差吸引顾客 / 61
- 案例 45 旭日升的“冰茶”洗脑战略引领市场 / 63
- 案例 46 乌龙茶、豆制品等传统食品摇身一变成潮流 / 64
- 案例 47 靠山水画与经理变成好朋友的业务员 / 67
- 案例 48 业务员给客户雪中送炭，成就一生好朋友 / 68
- 案例 49 挑剔客户被忍耐，反变老客户 / 69
- 案例 50 医疗器械公司捆绑销售，声东击西战胜两家竞争对手 / 70
- 案例 51 要卖电，先买鸡蛋 / 72
- 案例 52 坦诚的网店店主卖有缺陷的平板学习电脑收获订单 / 74
- 案例 53 德国皮鞋店两只红色高跟鞋后的坦诚 / 75
- 案例 54 婚纱摄影店老板受女顾客启发，学得攀比心理促成交 / 77
- 案例 55 奢侈品导购巧用攀比心理说服客户 / 78

- 案例 56 用四个皮包对比的创意广告 / 78
- 案例 57 销售人员慢慢渗透观念，改写工厂 18 年品牌使用历史 / 79
- 案例 58 “推销之神”原一平永不放弃，搞定从不想买保险的客户 / 81
- 案例 59 北美大订单多以小订单试水 / 82
- 案例 60 销售大师用小锤敲动大球，告诉你坚持之道 / 84
- 案例 61 原一平时刻保持微笑赢人生第一单 / 90
- 案例 62 “微笑经营”的希尔顿饭店 / 91
- 案例 63 李嘉诚用朋友的真诚打动外商，赢得大单 / 93
- 案例 64 销售人员多说一句“刷卡还是现金”，差点儿毁了订单 / 94
- 案例 65 房产经纪人幽默化解尴尬，并果断签单 / 96
- 案例 66 推销员随机应变，幽默机智反败为胜 / 97
- 案例 67 服务员冷静倾听，沉着应对顾客“挑刺”，完美解决 / 99
- 案例 68 主动让客户找“刺”的华夏银行 / 100
- 案例 69 网店店主巧用转移法应对顾客讨价还价 / 103
- 案例 70 销售人员巧用“扩大需求”法，让顾客不再还价 / 105
- 案例 71 赖淑惠懂得感恩，赚进 1 000 多万元 / 108
- 案例 72 汽车销售用“谢谢”获得忠诚客户 / 109
- 案例 73 保险推销员不注意察言观色，终被客户赶走 / 112
- 案例 74 横冲直撞型客户购买项链最速度 / 115
- 案例 75 车险推销员看吃相识客户，成功拿下订单 / 117
- 案例 76 李浩巧识装修公司老板谎言，挽回大客户 / 120
- 案例 77 保险推销员察言观色消除苛刻客户顾虑，成功推销保险 / 122
- 案例 78 销售人员改变话题，使客户改变坐姿，最后轻松愉悦签订单 / 124
- 案例 79 销售会议中的坐姿，也在表现大家无声的观点 / 124
- 案例 80 销售人员一次次拉近与客户的空间距离，也拉近了心理距离 / 128
- 案例 81 珠宝销售人员细心观察客户眉宇，打开客户心扉 / 130
- 案例 82 用真诚和承诺打动随和型老板的代理商 / 134
- 案例 83 推销员是否看透客户心理，推销境遇大不同 / 136
- 案例 84 价格便宜反而惹怒虚荣型顾客 / 138

- 案例 85 销售人员赞美客户房子促成地板砖生意 / 140
- 案例 86 珠宝店店长满足炫耀型顾客的虚荣心，顺利卖出“鸽子蛋” / 141
- 案例 87 推销员真诚对待精明型买车客户，获得更多客户 / 143
- 案例 88 销售人员干脆利索对待外向型客户，速战速决达成交易 / 144
- 案例 89 手机专卖店店长真诚、细致的关怀赢得内敛型客户信任 / 146
- 案例 90 羽绒服店店主“最后两件”逼迫犹豫不决型女顾客成交 / 148
- 案例 91 一句“一天卖出好多个”吓跑了追求个性型的女顾客 / 151
- 案例 92 推销员让墨守成规型客户试用两周，顺利卖出冰箱 / 152
- 案例 93 销售人员巧抓高傲客户“摆架子”心理，迅速卖出电脑桌 / 155
- 案例 94 保险推销员太猥琐，导致客户疑虑多 / 157
- 案例 95 珠宝店老板以貌取人差点儿铸成大错 / 159
- 案例 96 业务员借客户最爱的马拉松谈成生意 / 161
- 案例 97 销售人员叫错老顾客名字引尴尬 / 162
- 案例 98 通过顾客偏好卡为顾客提供个性服务，从而留住老顾客 / 165
- 案例 99 街道三分之一位置处的店铺最赚钱 / 166
- 案例 100 理发店的中间档价格最吸引顾客 / 167
- 案例 101 日本商人为了长期合作自愿加价 / 169
- 案例 102 保险推销员为客户着想，获得许多老客户 / 170
- 案例 103 招商银行人性化服务成竞争力 / 171
- 案例 104 电脑推销员演示电脑出问题，惨痛失订单 / 173
- 案例 105 销售界传奇人物用钓鱼哲学告诉我们要学会换位思考 / 175
- 案例 106 芭比娃娃在日本本土化后得到广泛推广 / 176
- 案例 107 善于创新的“芦苇大王”——张志平 / 178
- 案例 108 红星美凯龙家居体验店创新销售方式 / 179
- 案例 109 羽绒服批发商用可以退货消除客户疑虑，点燃客户购买激情 / 181
- 案例 110 武汉老街越稀缺越香，品牌房企大手笔抢拍老街 / 183
- 案例 111 “稀缺”使“国酒茅台”更有价值 / 184
- 案例 112 幸运儿才可以来的的饭店，让顾客为之疯狂 / 185
- 案例 113 先说贵的，最后才能卖出便宜的 / 186

- 案例 114 不买“一束苹果”，就买一个苹果吧 / 187
- 案例 115 积极的人生观造就美国联合保险公司的董事长——克里蒙·斯通 / 189
- 案例 116 一个个目标成就“互联网之父”——马云 / 191
- 案例 117 内敛客户被销售人员的热情吓跑了 / 194
- 案例 118 自信的富亚老板当场喝涂料，征服消费者 / 195
- 案例 119 自信的小个子却有着高能力——原一平 / 197
- 案例 120 万科董事长王石放弃 1500 万，只为公司长远发展 / 198
- 案例 121 从屡屡被拒绝到著名保险营销员——蹇宏 / 201
- 案例 122 不放弃任何一个潜在客户的乔·吉拉德成为世界上最伟大的推销员 / 203
- 案例 123 车险销售人员巧妙设问，让客户一直回答“是” / 207
- 案例 124 客户经理让客户回答“是”，使客户既遵从了规定，又办理了新业务 / 207
- 案例 125 菜农的“还是那个价”，让大学老师觉得很便宜 / 210
- 案例 126 把价格化整为零的直销员俘获了顾客的心 / 211
- 案例 127 NIKE 限量版篮球鞋遭哄抢 / 213
- 案例 128 星巴克独特的咖啡体验吸引着顾客 / 215
- 案例 129 不与顾客争执，用良好的服务征服顾客的餐厅老板 / 217
- 案例 130 航空公司以另找合作伙伴为借口，迫使建筑公司降价成交 / 219
- 案例 131 当当网以退为进，深耕图书 / 219
- 案例 132 销售人员让顾客从买鱼钩到买船，一单成交 300 000 美元 / 221
- 案例 133 汽车销售人员电话巧妙预约客户 / 226
- 案例 134 电话预约客户一：连续预约法 / 227
- 案例 135 电话预约客户二：二选一开场法 / 227
- 案例 136 电话预约客户三：赞美预约法 / 228
- 案例 137 电话预约客户四：利益预约法 / 228
- 案例 138 电话预约客户五：以第三人为进入口预约法 / 229
- 案例 139 电话预约客户六：投机预约法 / 229
- 案例 140 倾听客户心声的美时集团在办公家具中成为领头羊 / 231
- 案例 141 乔·吉拉德没有听客户讲私事，导致到手的订单飞了 / 232
- 案例 142 航空公司销售人员的成功秘诀——人性化管理客户信息 / 234

- 案例 143 李嘉诚靠陪老板孩子去看赛马赢得大单 / 235
- 案例 144 拜访客户开场白一：利益诱惑法 / 237
- 案例 145 拜访客户开场白二：真诚赞美开场法 / 238
- 案例 146 拜访客户开场白三：幽默开场法 / 238
- 案例 147 拜访客户开场白四：好奇开场法 / 238
- 案例 148 拜访客户开场白五：提及有影响的第三人法 / 238
- 案例 149 拜访客户开场白六：虚心求教法 / 238
- 案例 150 拜访客户开场白七：举有名的公司或人为例 / 239
- 案例 151 拜访客户开场白八：表演展示 / 239
- 案例 152 拜访客户开场白九：提出问题 / 239
- 案例 153 拜访客户开场白十：强调与众不同 / 239
- 案例 154 乔·吉拉德约见客户的时间法则 / 242
- 案例 155 日本人选择在自己的地盘谈生意，反弱为强 / 245
- 案例 156 家具店老板巧用逐客令威胁客户促成交 / 246
- 案例 157 销售人员用“最后4套”向客户“施压” / 247
- 案例 158 保险销售人员“搬出经理”来拒绝客户的第一次讲价 / 249
- 案例 159 广告销售人员接受客户第一次讲价，反而失去了订单 / 250
- 案例 160 销售人员用生日祝福感动客户，赢得超市试卖机会 / 257
- 案例 161 销售人员不了解客户信息，贸然拜访被拒绝 / 260
- 案例 162 销售人员的“侦探式”搜集客户信息方法 / 261
- 案例 163 乔·吉拉德建立顾客档案：更多地了解客户 / 263
- 案例 164 银行员工出售银行客户信息，引来后患无穷 / 265
- 案例 165 发名片来保信誉的香瓜小贩——老杜 / 268
- 案例 166 老员工细心识别销售机会，把取款业务变成理财业务 / 270
- 案例 167 业绩最好的电话销售人员，不一定是打电话最多的 / 275
- 案例 168 电话销售开场白一：开门见山开场法 / 278
- 案例 169 电话销售开场白二：他人引荐开场法 / 278
- 案例 170 电话销售开场白三：欲擒故纵开场法 / 278
- 案例 171 电话销售开场白四：故作熟悉开场法 / 279

- 案例 172 电话销售开场白五：从众心理开场法 / 279
- 案例 173 电话销售开场白六：利益诱惑开场法 / 280
- 案例 174 电话销售开场白七：真诚关心开场法 / 280
- 案例 175 电话销售开场白八：二选一开场法 / 280
- 案例 176 用微笑留住客户的电话销售人员 / 282
- 案例 177 电话销售人员猛挂电话，挨批又被扣奖金 / 286
- 案例 178 买家卖家真诚对待彼此，互相信任最易成交 / 294
- 案例 179 客服用“限时打折”策略成功让犹豫客户下单 / 298
- 案例 180 Dopure——试穿出来的口碑 / 300
- 案例 181 用户体验造就凡客 / 301
- 案例 182 小米的“超预期”口碑营销 / 302
- 案例 183 罗永浩的社会化营销成就了锤子手机 / 305
- 案例 184 京东凭借“售后到家”抢占电商大战先机 / 307
- 案例 185 买家冒雨打车取货，最后给了中评 / 309
- 案例 186 网购客户跟踪之未付款提醒一 / 315
- 案例 187 网购客户跟踪之未付款提醒二 / 315
- 案例 188 网购客户跟踪之付款关怀 / 316
- 案例 189 网购客户跟踪之发货提醒 / 316
- 案例 190 网购客户跟踪之货到提醒 / 316
- 案例 191 网购客户跟踪之签收提醒 / 317
- 案例 192 网购客户跟踪之汇款关怀 / 317
- 案例 193 网购客户跟踪之评价感谢 / 317
- 案例 194 网购客户跟踪之客户回访 / 318
- 案例 195 网购客户跟踪之产品促销提醒 / 318
- 案例 196 网购客户跟踪之产品更新提醒 / 318
- 案例 197 海尔护照“一对一”理念 / 322
- 案例 198 格兰仕：收留“家电遗孤”计划 / 323
- 案例 199 大自然地板用优秀的售后服务化解公关危机 / 327
- 案例 200 打印机销售人员进行客户跟踪，既稳固了老客户，又获得新客户 / 330