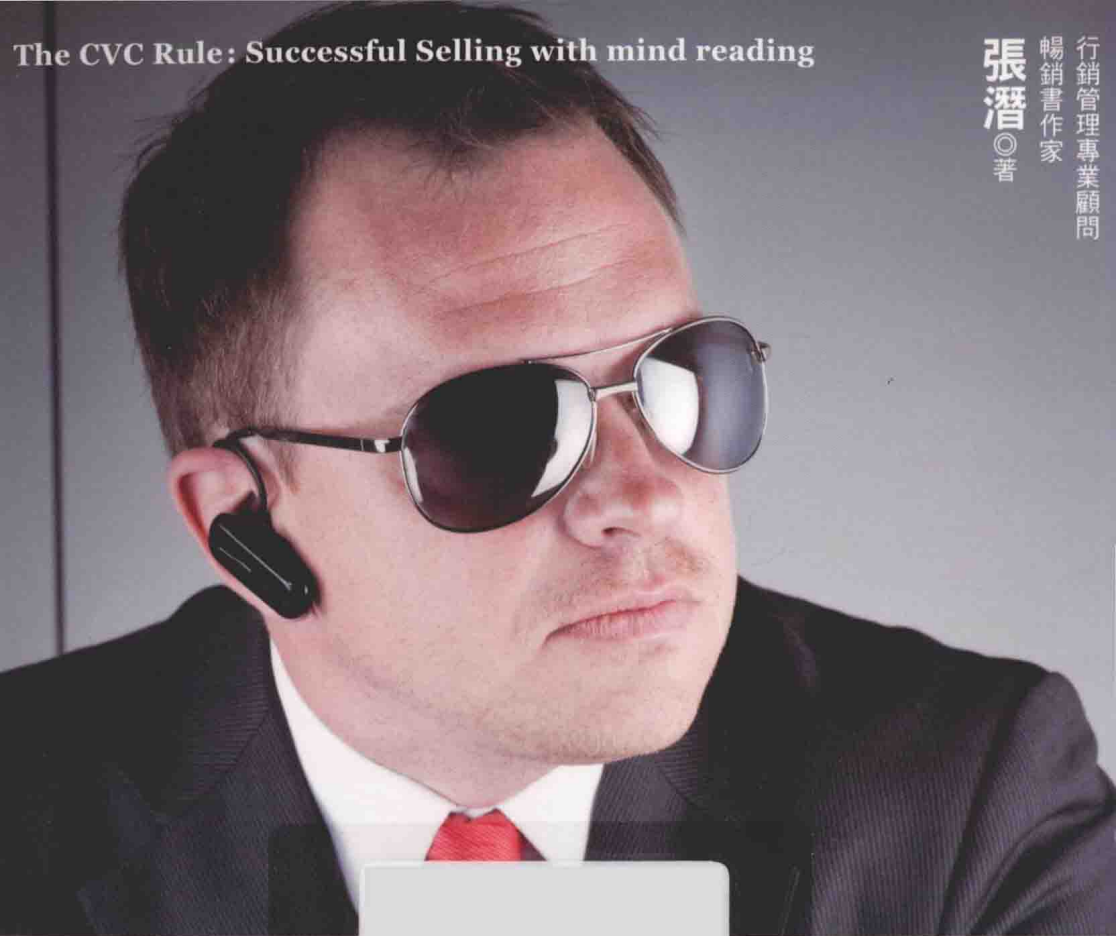


The CVC Rule: Successful Selling with mind reading

張潛◎著

行銷管理專業顧問
暢銷書作家



連FBI都自嘆不如的識人偵察術
首次解密公開

「英國重案調查局」

SOCA 不教你的讀心術

業務行銷保險人員「精準成交」必懂的「CVC法則」

銷售其實不難，成交也不需要神問卜，只要你懂得SOCA的「精準讀心術」，先找到「對的人」，再用對的戰略來「攻心銷售」，你就能輕鬆地「精準成交」，用最小的成本，來創造最大及有效率的業績。

為何只是擦身而過，SOCA幹員就能察覺身旁的快遞送貨員，是電腦詐騙案的首腦？
SOCA不對外公開的瞬間讀心術，到底有什麼驚人之處？

The CVC Rule: Successful Selling with mind reading

SOCA

「英國重案調查局」

不教你的讀心術

連FBI都自嘆不如的識人偵察術
首次解密公開

張潛
◎ 著

行銷管理專業顧問
暢銷書作家



智·言·館

人際心理 032

SOCA「英國重案調查局」不教你的讀心術

業務行銷保險人員「精準成交」必懂的「CVC法則」

作者／張潛

出版者／智言館

視覺美術顧問／李建國

主編／劉又甄

責任編輯／張芳瑜

校對／張芳瑜、楊蕙苓

封面設計／張巧佩

美術設計／陽明電腦排版股份有限公司

編輯協力／林俊安

電話／(02)2552-8418

傳真／(02)2552-8486

地址／10361 台北市民權西路108號2樓之一

製版／海王印刷事業股份有限公司

總經銷／ 彙通文流社有限公司

23150 新北市新店區中央五街42號

電話／(02)2218-2708 傳真／(02)8667-6045

劃撥帳號／19650094 彙通文流社有限公司

讀者意見信箱／service@3eyeintegrated.com

訂書信箱／sdn@3eyeintegrated.com

香港經銷商／〔時代文化有限公司〕九龍旺角塘尾道64號龍駒企業大廈3樓C1室

〔一代匯集〕九龍旺角塘尾道64號龍駒企業大廈10樓B&D室

〔香港聯合零售有限公司〕新界大埔汀麗路36號中華商務印刷大廈

版權聲明／本書著作權交由松果智慧整合行銷有限公司全權代理，如有意洽詢，

請寫信到版權洽詢信箱enquiry@3eyeintegrated.com聯繫。

2012年9月 初版一刷 〔版權所有，翻印必究〕

◎本書若有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回本公司調換。

012 / **前言** 不會「精準讀心」，別想「精準成交」

018 / **作者序** Key-man不會「口」舉手

CHAPTER 1 如何用CVC法則 找出Key-man

026 / 找到對的人，才有精準成交

029 / 提出需求的人≠Key-man

032 / 用CVC法則，找出Key-man

Contents

Conduct (行為)

Vision Line (視線)

Conversation (交談)

043 / 客戶間的強弱勢判定

045 / Key-man 八大類型

1. 駕馭型

2. 反覆型

3. 衝動型

4. 演說型

5. 邏輯型

6. 受寵型

如何運用CVC法則 來精準成交？

064／想說服駕駛型，就要「以他為尊」

成交關鍵字①把利益擺在眼前

成交關鍵字②適時適量地恭維

成交關鍵字③與其自己說，還不如讓客戶自己問

成交關鍵字④解決問題，不要製造問題

成交關鍵字⑤先附和，才有下一步

成交關鍵字⑥當客戶說「我會考慮」，代表他們已經讓步

成交關鍵字⑦不要先假設你能說服他

090／反覆型最怕沒有「參考答案」

關鍵字①最好給確定的答案

關鍵字②選擇太多，煩惱也多

Contents

關鍵字 ③ 他們的重點總在最後才出現

關鍵字 ④ 偶爾威脅效率更高

關鍵字 ⑤ 多談點事實，少說點假設

關鍵字 ⑥ 「根據統計資料」是魔術術語

1 1 3 / 衝動型只擔心你不給「優惠折扣」

關鍵字 ① 「有便宜可撿」是最大動力

關鍵字 ② 打五折不如買一送一

關鍵字 ③ 他們喜歡和你閒話家常

關鍵字 ④ 別說得太複雜，他們只會直線思考

關鍵字 ⑤ 拒絕，你將得到更好的結果

關鍵字 ⑥ 說明愈久，他們就愈討厭你

1 3 3 / 對演說型喊「Action」，凡事都順利

關鍵字 ① 讚美的話要誇張地說

關鍵字 ② 別提任何期限和特價

150 / 邏輯型的人希望你比他「偏執理性」

關鍵字 ③ 「你準備怎麼做？」都能得到好答案

關鍵字 ④ 讓他感覺自己很重要

關鍵字 ⑤ 愈多人在場，銷售會更好

關鍵字 ⑥ 創造稀有性

關鍵字 ⑦ 複述他的「演說重點」，就能刺激購買欲

關鍵字 ① 只要你說的合理，邏輯型就會為你找理由

關鍵字 ② 永遠別自稱是專家

關鍵字 ③ 你得製造錯誤，他們才會往下跳

關鍵字 ④ 如果你邏輯比他強……

關鍵字 ⑤ 利用神奇的廣告

關鍵字 ⑥ 他們不小氣，只是精打細算

關鍵字 ⑦ 表現太殷勤，對彼此都沒好處

關鍵字 ⑧ 邏輯型總會得出負面結論

CHAPTER

3

九個活用CVC法則的TIPS

170 / 受寵型是你的最佳「忠誠粉絲」

關鍵字 ① 你讓他有好感，他就會幫你說服

關鍵字 ② 說明時留點問號，讓他們想知道

關鍵字 ③ 只銷售，要製造「擁有後」的畫面

關鍵字 ④ 製造誘餌而不是手銬

關鍵字 ⑤ 讓對方拿免費，才能讓他甘心付費

關鍵字 ⑥ 出錢的老大也得聽他們的話

192 / 讓自己容易被看透，客戶才會信任你

199 / 品牌不能搞定一切，除非你就是品牌

206 / 輕易到手的情報會害死你

不同Key-man如何虛構情節？

駕馭型：他們最常在「前置作業」上虛構情節

反覆型：他們最常在「購買決定權」上虛構情節

衝動型：他們最常在「交情」上虛構情節

演說型：他們最常在「預算」上虛構情節

邏輯型：他們不會虛構，所以需要你替他們想

受寵型：他們最常在「需求」上虛構情節

213 / 有好工具還要配合想像力

219 / 計算效益前要先用對公式

226 / 把話說清楚是你的責任

233 / 別吝惜替對手擦招牌

給客戶壓力，等於拒絕下一次生意

以怨報怨是「利潤終結者」

Contents

240／反擊不是最佳防禦，自嘲才是

沒有人不愛幽默的回應

246／抗拒也是一種回應，就看你怎麼解讀

窮追猛打沒有效率

為什麼不要？

駕馭型：抗拒浪費時間

反覆型：抗拒下決定

衝動型：抗拒冗長的話題

演說型：抗拒特價品

邏輯型：抗拒不理性的說服

受寵型：抗拒被強迫

The CVC Rule: Successful Selling with mind reading

SOCA

「英國重案調查局」

不教你的讀心術

連FBI都自嘆不如的識人偵察術
首次解密公開

張潛
◎ 著

行銷管理專業顧問
暢銷書作家



幾乎所有的成交關鍵，
都不在於「我們賣什麼」或「對方預算多少」，
而是我們壓根不知道「對的人」在哪裡。

012 / 前言 不會「精準讀心」，別想「精準成交」

018 / 作者序 Key-man不會自己舉手

CHAPTER 1

如何用CVC法則 找出Key-man

026 / 找到對的人，才有精準成交

029 / 提出需求的人≠Key-man

032 / 用CVC法則，找出Key-man

Contents

Conduct (行為)

Vision Line (視線)

Conversation (交談)

043 / 客戶間的強弱勢判定

045 / Key-man 八大類型

1. 駕馭型

2. 反覆型

3. 衝動型

4. 演說型

5. 邏輯型

6. 受寵型

如何運用CVC法則 來精準成交？

064 / 想說服駕馭型，就要「以他為尊」

成交關鍵字 ① 把利益擺在眼前

成交關鍵字 ② 適時適量地恭維

成交關鍵字 ③ 與其自己說，還不如讓客戶自己問

成交關鍵字 ④ 解決問題，不要製造問題

成交關鍵字 ⑤ 先附和，才有下一步

成交關鍵字 ⑥ 當客戶說「我會考慮」，代表他們已經讓步

成交關鍵字 ⑦ 不要先假設你能說服他

090 / 反覆型最怕沒有「參考答案」

關鍵字 ① 最好給確定的答案

關鍵字 ② 選擇太多，煩惱也多