

大客户营销4

让客户喜欢你

Like you

喜欢你，你才有沟通和成交的机会

王宏国 | 著



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

大客户营销4

让客户喜欢你

Like you

喜欢你，你才有沟通和成交的机会

王宏国 | 著



图书在版编目(CIP)数据

让客户喜欢你/王宏国著. —西安: 西安交通大学出版社, 2017.3 (2018.8重印)

ISBN 978-7-5605-9498-9

I. ①让… II. ①王… III. ①销售—商业心理学
IV. ①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第053750号

书 名 让客户喜欢你

著 者 王宏国

插 图 天柱山人

策划编辑 杨 璠

责任编辑 杨 璠 李 文

出版发行 西安交通大学出版社(西安市兴庆南路10号 邮政编码710049)

网 址 <http://www.xjtpress.com>

电 话 (029) 82668357 82667874 (发行部)

(029) 82668315 (总编办)

印 刷 北京虎彩文化传播有限公司

开 本 787 mm×1092 mm 1/16 印张 11.75 字数 224千字

版次印次 2017年12月第1版 2018年8月第2次印刷

书 号 ISBN 978-7-5605-9498-9

定 价 78.00元

读者购书、书店添货或发现印装质量问题, 请与本社营销中心联系、调换

订购热线 (029) 82665248 (029) 82665249

投稿热线 (029) 82665355

读者信箱 lg_book@163.com

版权所有 侵权必究



沟通的障碍不在于语言，而是心灵

前言

Preface

本书的目标读者是：大客户营销各级管理者、大客户营销代表、大客户服务人员，更可以是所有员工。

大客户营销人员=大客户营销管理者+大客户营销代表。有下属才是管理者，否则一律归为大客户营销代表。

有个段子叫《天国的招标》。

天堂门坏了，上帝招标重修。A说：3000块弄好，理由是材料费1000，人工费1000，我自己赚1000；B说：要6000，材料费2000，人工费2000，自己赚2000；最后，C淡定地说：这个要9000，3000给你，3000我的，剩下3000给A干。上帝拍案：中标！

后来地狱的门也坏了，招标时吸取教训，制定控制价3000。B看了一眼走了，A报价3000。C给了评标的小鬼500，报价3000，中标。B、A都很纳闷。之后，C花了材料费500、人工费500，修了一半宣布停工。拖了半年，天国追加投资3000，完工！

再后来天堂连接地狱的电梯坏了，也要重修，经过前面两次教训后，控制定价3000而且规定要一次性修好。B看了一下就走了，A报价3000。C也报价3000并称完工后有礼品相送，中标。拿到钱后C开工，仍是材料费500、人工费500。完工后，上帝派人验

收。验收员（事先收了C红包500）检验“合格”。不久电梯又坏了，安监、质检（都收了钱）等部门说是超载所致，要求重建。于是天国追加资金9000重建！

再后来，通往人间的大门也坏了，死的上不来，投胎的下不去，众鬼很着急，问题很严重。经过前几次的教训之后，天国严格定价3000，监理、审计现场跟踪！并且要求免费保修1亿年。B吓跑了，A报价3000。C来了，报无偿修理，且免费保修2亿年，但要1亿年的管理权，上帝同意了。于是C修好后在门口设了个收费站，死了要上天堂的收500，下去投胎每人每次500，双向收费，上不封顶！

做大客户营销工作，大部分时间是在与人打交道。

与人打交道，难啊，“人心隔肚皮”“知人知面不知心”。有的客户交往很久了，还没有“事久见人心”。不知道客户想什么，就不知道要做什么；不知道客户怎么想，就不知道该怎么做。

同样的技巧、话术，放在不同的客户身上，有的很有效果，有的有点效果，有的则没什么效果，还有的甚至会引起客户的反感。为什么？这固然与企业需求、个人需求有关，与客户当时的处境、心情有关。虽然情况很复杂，但更深层原因是与其好恶有关的，即客户喜欢什么、讨厌什么。

本书是营销专著，所以只讨论心理层面的好恶。生理层面的好恶，比如喝酒、抽烟、贪吃、好色之类，不在本书讨论之列。

每个人的好恶都是不同的，每个人都是独一无二的，所以，不存在通用的、万能的技巧和话术。你只能见人说人话、见鬼说鬼话、见到不人不鬼的说妖话，见招拆招，以变应变。

有人说：“哎呀，我又不是他肚子里的蛔虫。”要想做好大客户营销，你还真的需要成为“客户肚子里的蛔虫”。大家都在说，要赢得客户的信任啦，与客户建立稳定的关系啦，要引导客户需求啦，如果你连客户喜欢什么、讨厌什么都不知道，都不顾及，怎么赢得信任、建立关系、引导需求？

“心理学好难啊，我哪有时间学心理学啊。”你不需要成为心理专家，你只要能够尽快搞清客户的主导好恶就可以了，以便投其所好、避其所恶，让客户喜欢你，至少不讨厌你。这个要求不高吧？

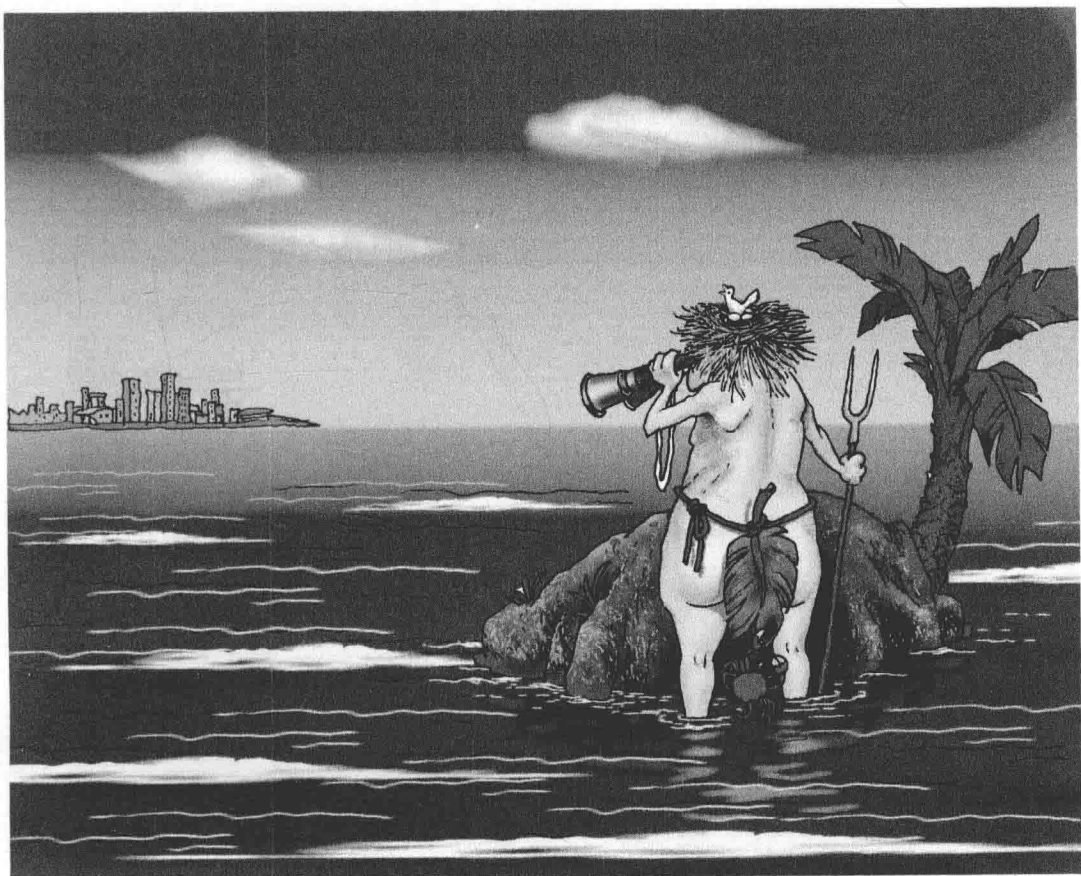
什么叫主导好恶？每个人都有很多好恶，这些好恶在同一个人身上是高度关联的，总有一种起主导作用。抓住这个主导好恶，就很容易赢得客户的喜欢。

什么叫尽快？在初次见面的5分钟内，判断出客户的主导好恶。这就需要一定的功力了。

这本书就是帮你得到这种功力的。

相信你能。

2016-12-20，深圳



孤独，其实是自我封闭的代名词

目录

Contents

1 → 喜欢和讨厌

好恶是怎样形成的 / 4

为什么要让客户喜欢你 / 6

心理学根本上是关于好恶的学问 / 8

九型性格：本书的立论基础 / 10

了解你自己的性格 / 12

怎样知道客户的主导好恶 / 21

2 → 让完美型的客户喜欢你

王总的周一上午 / 27

完美型的人主导好恶是什么 / 29

完美型的人什么情况下会快乐 / 31

完美型的人什么情况下会痛苦 / 32

完美型的人心里是怎么想的 / 33

怎样对完美型的客户投其所好、避其所恶 / 34

3 → 让助人型的客户喜欢你

周小姐很忙 / 41

助人型的人主导好恶是什么 / 43

助人型的人什么情况下会快乐 / 45

助人型的人什么情况下会痛苦 / 46

助人型的人心里是怎么想的 / 47

怎样对助人型的客户投其所好、避其所恶 / 48

4 → 让成就型的客户喜欢你

老邓这个人 / 55

成就型的人主导好恶是什么 / 57

成就型的人什么情况下会快乐 / 59

成就型的人什么情况下会痛苦 / 60

成就型的人心里是怎么想的 / 61

怎样对成就型的客户投其所好、避其所恶 / 62

5 → 让浪漫型的客户喜欢你

你在哪 / 69

浪漫型的人主导好恶是什么 / 72

浪漫型的人什么情况下会快乐 / 74

浪漫型的人什么情况下会痛苦 / 75

浪漫型的人心里是怎么想的 / 76

怎样对浪漫型的客户投其所好、避其所恶 / 77

6 → 让思考型的客户喜欢你

丁以寿：看山是山，看水是水 / 83

思考型的人主导好恶是什么 / 86

思考型的人什么情况下会快乐 / 88

思考型的人什么情况下会痛苦 / 89

思考型的人心里是怎么想的 / 90

怎样对思考型的客户投其所好、避其所恶 / 91

7 → 让怀疑型的客户喜欢你

牛水 / 97

怀疑型的人主导好恶是什么 / 102

怀疑型的人什么情况下会快乐 / 104

怀疑型的人什么情况下会痛苦 / 105

怀疑型的人心里是怎么想的 / 106

怎样对怀疑型的客户投其所好、避其所恶 / 107

8 → 让享乐型的客户喜欢你

开心果 / 113

享乐型的人主导好恶是什么 / 114

享乐型的人什么情况下会快乐 / 116

享乐型的人什么情况下会痛苦 / 117

享乐型的人心里是怎么想的 / 118

怎样对享乐型的客户投其所好、避其所恶 / 119

9 → 让权力型的客户喜欢你

不想干就给我滚 / 125

权力型的人主导好恶是什么 / 127

权力型的人什么情况下会快乐 / 129

权力型的人什么情况下会痛苦 / 130

权力型的人心里是怎么想的 / 131

怎样对权力型的客户投其所好、避其所恶 / 132

10 → 让平和型的客户喜欢你

骂完没有 / 139

平和型的人主导好恶是什么 / 140

平和型的人什么情况下会快乐 / 142

平和型的人什么情况下会痛苦 / 143

平和型的人心里是怎么想的 / 144

怎样对平和型的客户投其所好、避其所恶 / 145

11→ 让客户喜欢你的通用行为准则

每个客户都要这样对待 / 150

不能要的十个坏习惯 / 151

12→ 如何让自己更加快乐

魔语瓶 / 158

完美型的你如何让自己更加快乐 / 160

助人型的你如何让自己更加快乐 / 161

成就型的你如何让自己更加快乐 / 162

浪漫型的你如何让自己更加快乐 / 163

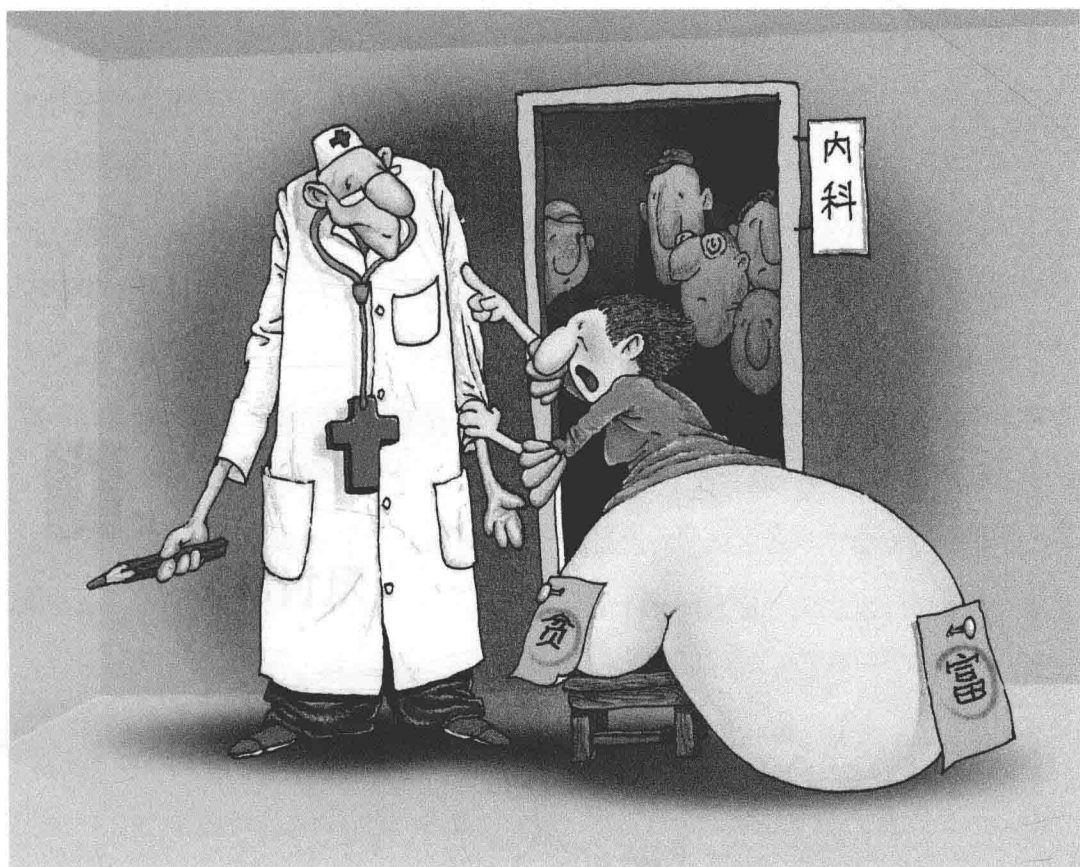
思考型的你如何让自己更加快乐 / 164

怀疑型的你如何让自己更加快乐 / 165

享乐型的你如何让自己更加快乐 / 166

权力型的你如何让自己更加快乐 / 167

平和型的你如何让自己更加快乐 / 168



贪婪的人，除了自己，谁也无能为力

1



喜欢和讨厌



喜欢和讨厌