

一部从理论到实践，全面阐述销售策略、方法、技巧的指导读本

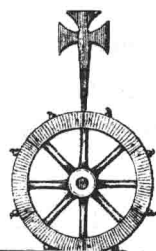
每天学点 销售学

■ 沧海明月 编著

汕頭大學出版社



每天学点



销售学

■ 沧海明月 编著



汕头大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

每天学点销售学 / 沧海明月编著. -- 汕头: 汕头
大学出版社, 2016. 7

ISBN 978-7-5658-2649-8

I. ①每… II. ①沧… III. ①销售学-基本知识
IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 156996 号

每天学点销售学

MEITIANXUEDIANXIAOSHOUXUE

编 著: 沧海明月

责任编辑: 邹 峰

责任技编: 黄东生

装帧设计: 松雪图文 王 进

印刷监制: 高 峰 苏画眉

出版发行: 汕头大学出版社

广东省汕头市大学路 243 号汕头大学校园内 邮政编码: 515063

电 话: 0754-82904613

印 刷: 北京世纪雨田印刷有限公司

开 本: 889mm × 1194mm 1/16

印 张: 27.5

字 数: 722 千字

版 次: 2016 年 7 月第 1 版

印 次: 2016 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 59.00 元

ISBN 978-7-5658-2649-8

发行/广州发行中心 通讯邮购地址/广州市越秀区水荫路 56 号 3 栋 9A 室 邮政编码/510075

电话/020-37613848 传真/020-37637050

版权所有, 翻版必究

如发现印装质量问题, 请与承印厂联系退换

前言



PREFACE

销售是一个充满挑战、充满艰辛更蕴含着极大成功的职业，这是一个不靠任何背景、完全依靠个人智慧与才能公平竞争的职业；这是一个不需要金钱，只需要激情和毅力作资本的行业。正如美国亿万富翁鲍纳所说：“只要你拥有成功推销的能力，那你就有白手起家成为亿万富翁的可能。”有资料显示，世界上80%的富豪都曾是销售业务员，而由销售员做起逐渐被擢升为企业领导的人物更是不可胜数。由此可见，在创造财富的道路上，销售员也许是最有实力的领跑者。其实每个销售人员都是怀着梦想加入销售大军的行列，希望能创造卓越的销售业绩，来展示自己的才能、体现自己的人生价值，从而获得巨大的财富回报。但现实的情况是，并非每个销售人员都能如愿以偿。同样是销售员，顶尖销售精英与普通销售员之间的收入可以用天壤之别来形容。在同样的市场领域从事同样产品的销售，有的销售员年收入可高达百万甚至千万，而有的销售员却仅能糊口，在濒临失业的危险中苦苦挣扎。究竟是什么原因造成了如此大的差别？难道销售只是少数具有天赋的人才能从事的工作？

调查表明，大部分的销售员并非缺乏天赋，相反，他们具备良好的形象和口才，他们也有着从事销售需要的坚强毅力和精神，但致命的一点是：他们中很少有人深入学习过有关销售的理论，没有掌握一套系统、全面的销售知识与技能，他们仅仅是凭借一己的狭隘经验在市场上摸爬滚打，他们缺少的是强有力的专业指导。其实销售并不是单纯的买与卖的关系，而是一门很深的学问，需要我们慢慢地去学习和体会。可以这样说，现在的销售已经成了高难度、高技巧、高专业化的职业。作为销售高手，既要让不同层次的客户满意，又要为公司和个人赢得利润，你需要有心理学家见微知著的智慧、谈判高手的机智与敏感、经济学家的眼光和见识……因此，销售是一门学问，也是一门艺术。对于大多数销售人员而言，首要任务就是学习成功的销售方法和借鉴国内外成功的销售经验和技巧。只有认真总结、自我修炼、不断实践，迅速提高自身的专业素养，不断适应新形势的需求，才能成为卓越的销售之王。

为了帮助广大销售人员在短时间内快速、系统、全面地掌握最实用的销售知识和技巧，成为销售精英，同时为了给企业销售管理者 and 培训人员提供一套系统、完整的销售管理和培训手册，我们精心编写了这本《每天学点销售学》。本书详细阐述了销售人员应具备的基本素质，并根据销售的完整流程，对销售准备、开发客户、拜访客户、有效沟通、优势谈判、促成成交、留住客户、处理投诉等销售环节的关键点做了极为细致的指导，让销售员在掌握基本销售技巧的同时，也能在潜移默化中提升能力。同时本书还介绍了销售精英需要懂得的经济学和心理学知识，为销售人员全面提升和丰富自我提供了宝贵的知识库。

本书是成功销售经验的集大成者。书中既有乔·吉拉德、原一平、乔·坎多尔弗、博恩·崔西等世界一流销售大师成功销售的精彩案例，更有一大批国内外销售精英在处理销售过

程中遇到的各种问题的经验教训。在销售中，一个细节处理稍有疏失，就可能让一笔生意功败垂成。要想取得好成绩，销售员必须把工作做到最精、最细、最实、最密！这就要求销售员要广泛地吸收前人的经验教训，为己所用。阅读本书，将让你站在巨人的肩膀上，少走弯路，少犯不必要的错误，迅速提升销售业绩！

本书是各种销售技巧的百宝箱。书中根据销售员在销售过程中的各种情境，有针对性地介绍了各种方法和技巧，内容全面而实用，包括塑造自身形象的技巧、与客户沟通的技巧、展示与介绍产品的技巧、回答客户提出异议的技巧、用产品说服客户的技巧、建议客户购买与促成交易的技巧和售后跟踪服务的技巧等，涵盖销售业务的方方面面，实为最全面的销售实战宝典。成为一名优秀的销售员需要勤奋，更需要科学的方法。对于刚刚踏入销售行业的新销售员来说，最重要的是找对合适的方法来训练自己。本书正是打开销售之门的钥匙，读者可以在本书中找到许多销售问题的解决方法，从而顺利地走上销售之路。

本书是先进销售理论的智慧库。书中总结了当今世界各国最新、最经典的销售理论和案例，介绍了销售精英必须懂得的经济学和心理学知识。学习经济学的知识，会让销售人员从更高的高度看待市场供求关系、深刻了解客户需求、敏锐地洞察市场动态，从而合理制定策略，实现成交。懂得心理学的知识，会让你轻松应对并掌握客户的心理变化，以心攻心、见招拆招，让你进入一个“知己知彼、百战百胜”的销售境界，并改善你的人际关系、提升你的销售业绩，让你快速跻身销售精英阶层。

书中行之有效的方法和技巧能够提高销售业绩，赢得顾客的忠诚，书中包含的丰富实用的内容为销售人员提供了他们所需了解的一切知识。它不仅适用于初涉销售行业的新手，也适用于长期奋战于销售行业的行家里手。同时，对那些想让自己和团队的业绩再上一个新台阶的销售导师和销售经理而言，本书更是他们最佳的指导手册。每天学点销售学，你会迅速提升销售力、战斗力，在激烈的竞争中所向无敌，达成并超过预定目标；每天学点销售学，你会打造出卓越的销售团队，大幅提升企业利润，确保业绩长红、基业长青。

目录



CONTENTS

第一篇 你是最好的销售员

第一章 从内而外勇敢认同自己的职业 / 1

销售让你的人生更加辉煌 / 1

成功销售始于积极心态 / 2

自信开启成功推销之门 / 4

感恩的心伴随你一路高歌 / 5

热爱你的产品 / 6

第二章 绽放最美的自己 / 7

不仅要推销产品，更要推销你自己 / 7

微笑是最美的名片 / 9

真诚是最好的武器 / 10

优雅谈吐让你第一时间赢得认同 / 12

衣饰得体是敲开客户心门的通行证 / 13

礼节是润滑剂 / 16

销售工具箱，道具不可少 / 17

推销你的服务意识 / 18

第三章 销售员要明确的真相 / 19

不是你去说服客户，而是让客户自己说服自己 / 19

客户的购买标准并非雷打不动 / 21

切莫轻贱这一行，世界上没人离得开销售 / 22

对手不是对头，“师夷长技以制夷” / 23

成功是一个从量变到质变的漫长过程 / 25

知识有“保鲜期”，学习没有终点 / 26

不断学习，更新知识 / 27

第二篇 销售准备

第一章 常见的中国式误区 / 29

在客户面前低三下四，赔了面子又丢单子 / 29

懂得换位思考，死缠烂打令人厌烦 / 30
走不出失败阴影，妄自菲薄难有作为 / 31
不给客户说话机会，喋喋不休招人反感 / 32
不善于自我反省，屡错屡犯原地踏步 / 34

第二章 良好的职业习惯 / 35

建立属于自己的客户档案 / 35
制订每天的工作计划 / 37
从专业报纸杂志上获取客户名录 / 39
把要拨打的 50 个电话号码贴在前面 / 39
为成功行销定计划 / 40
掌握客户公司资料 / 41
桌上天地，“左右护法” / 43
将产品资料放在面前 / 44

第三章 销售沟通的准备 / 45

明确电话沟通的目标 / 45
对方能“听”出你的姿态 / 46
想到意外情况的处理方案 / 47
用备忘录牵引客户的思路 / 48
以积极、自信的心态对待每一个电话 / 49

第三篇 开发客户

第一章 捕捉可能的销售机会 / 51

把打错的电话变成销售机会 / 51
抓住隐藏在失败背后的机会 / 52
用宽广的知识面抓住销售机会 / 53
树立客户的危机意识，促成顾客购买 / 54

第二章 巧妙通关做高手 / 55

姿态放高，自上而下 / 55
以沉默气势让人不容置疑 / 56
给对方一个“错误的前提暗示” / 57
利用暧昧资讯摆脱纠缠 / 58
自信让你的电话听起来是一个值得接听电话 / 58

第三章 不“打”不相识：电话开发新客户 / 60

电话那端能感觉到你的微笑 / 60
先让对方接纳你的人，然后再接纳业务 / 61
在适当的时候说恰当的话 / 62
从客户感兴趣的话题入手建立关联度 / 63
肯定竞争对手的优点 / 64

专心听别人讲话的态度，是我们所能给予别人的最大赞美 / 65

通过问题设计把握谈话节奏 / 66

一定要做随访的要求 / 67

在客户挂机后再收起你的笑容 / 68

第四章 挖掘潜在客户 / 69

细分目标市场 / 69

和陌生人做朋友 / 70

不放弃未成交的客户 / 71

把潜在客户变为真正客户 / 72

善于巩固老客户，勇于拓展新客户 / 72

连锁介绍法 / 73

搜集和筛选目标客户资料 / 74

利用互联网开发客户 / 76

寻找电话那一端的客户 / 77

第五章 业务在客户之外 / 78

寻找商机 / 78

如何引导你的潜在客户 / 80

有益于客户的构想 / 81

激发客户的自主意识 / 82

从满意的客户处获得更多的业务 / 83

如何建立人际关系网 / 85

不要轻易放弃 / 87

第六章 处处留心，客户无处不在 / 90

处处留心，3步之内必有客户 / 90

从日常细节发现潜在客户 / 91

切莫以貌取人，任何人都可能成为你的客户 / 92

从对手那里找客户 / 93

每个客户都是客户源 / 94

随时搭建你的销售网 / 95

第七章 找到给你高回报的人 / 96

“二八原则”教你收获成功 / 96

锁定你的目标客户群 / 97

客户如花次第开 / 99

找到你的关键客户 / 101

高回报需要深挖掘 / 102

第八章 客户的每一个细节都是成交的机会 / 104

准确记住客户的名字 / 104

了解并善用客户的喜好 / 106

重视客户身边的每一个人 / 107

从小事上关心你的客户 / 108

深入了解客户的消费需求 / 109

记录与客户的交流信息 / 110

建立并管理客户档案 / 111

第四篇 首次拜访

第一章 加强对你的认知，赢得信任 / 113

投石问路，先给客户寄一份资料 / 113

一个成功的自我介绍 / 114

精彩的开场白可以抓住顾客的心 / 115

赞美客户，获得潜在客户的好感和信任 / 116

用百问不倒的专业能力赢得顾客的赞叹 / 117

让客户知道你是谁 / 118

借用其他企业的名气赢得信任 / 118

对你的客户直接说出你的名字 / 119

第二章 电话约访 / 120

谨慎选择推销时间和地点 / 120

不能省略的预约 / 121

找到决策人 / 122

向客户展示你的产品 / 123

倾听客户说话 / 124

学会和客户拉家常 / 126

尊重客户意见 / 126

了解客户的需要 / 127

为再次拜访找个理由 / 128

第三章 首次电话拜访 / 129

第一次通话，时间不要超过5分钟 / 129

恰当重复客户语言，把话说到对方心坎上 / 130

多提问引出客户需求 / 131

用共同话题摆出谈话的“引子” / 133

恰当利用“台阶” / 134

掌握以第三方为例的电话和连环电话 / 136

确认决策者的需求 / 137

建立亲和力的5种模式 / 138

陌生拜访电话如何留言 / 139

第五篇 有效沟通

第一章 说好4种话：好听话、客套话、专业话、巧妙话 / 141

好听话——进入客户内心的“通行证” / 141

客套话——陌生人之间的“润滑剂” / 143

专业话——要专业不要代码 / 144

巧妙话——把话说到点子上 / 146

第二章 因人施“售”，9型人格销售经 / 148

完美主义者：他的指责都是对的 / 148

给予者：把发言权交给他 / 149

实干者：循循善诱，请君埋单 / 150

悲情浪漫者：送出独一无二的感觉 / 151

观察者：赞赏对方的判断 / 152

怀疑论者：不提供拖延的机会 / 153

享乐主义者：同道中人易成交 / 154

保护者：不妨让他帮个忙 / 155

和平主义者：帮他做决定 / 156

第三章 赢在沟通前5秒 / 156

强化声音的感染力 / 156

把握接电话的时机 / 160

正确应答电话 / 161

给客户留下深刻印象的开场白 / 162

礼貌而有吸引力的问候语 / 163

第四章 准确解码客户 / 163

听出话外之意 / 163

技巧提问胜于一味讲述 / 165

找客户感兴趣的话题 / 167

准确解读无声语言 / 168

认真倾听客户的心声 / 169

第五章 以大智慧解决小问题 / 172

回绝电话的技巧——以吾之“盾”挡尔之“矛” / 172

别急，先来个深呼吸 / 173

接电话前调整好状态 / 173

切勿含糊乱语用错小聪明 / 174

对经常打电话的客户，回答要力求统一 / 176

第六章 巧妙处理沟通中的棘手问题 / 176

都有打错电话的时候 / 176

巧妙应对喋喋不休的客户 / 177

转接电话也要问清对方的联系方式 / 178

将每一个电话视为潜在客户 / 179

设法了解来电客户的相关信息 / 180

第六篇 优势谈判

第一章 报价——谈判成败的焦点 / 181

在行家面前报价不可太高 / 181

在价格谈判上争取达到双赢 / 182

爱上客户的讨价还价 / 183

先大后小刺激购买欲望 / 184

一分价钱一分货 / 185

第二章 谈判桌上的博弈术 / 187

利用“反馈意见” / 187

谈判桌上只能有一个笨蛋，那就是自己 / 188

把让步转化为进攻手段 / 188

充分挖掘客户的购买潜力 / 189

请对方先亮出底牌 / 190

“假定……将会……” / 191

欲擒故纵之适时告退 / 192

让鱼儿随钩先逃一下 / 193

给成交保留一定余地 / 193

第七篇 一切为了成交

第一章 借助人脉加速成交 / 195

以朋友介绍的名义开场，消除客户右脑的警惕性 / 195

利用潜在客户周围的人际关系拿订单 / 196

感动接待人员，变销售障碍为签单的桥梁 / 197

左右脑互动，维护老客户 / 198

先做朋友后做生意 / 200

长期接触，取得潜在客户 / 201

第二章 产品介绍中的学问 / 202

数字化精确介绍产品 / 202

客户只关注能给自己带来好处的产品 / 203

把客户放在你做一切努力的核心位置上 / 206

你的产品是独一无二的 / 207

虚拟未来事件，向客户卖“构想” / 208

使用形象化语言破解销售难题 / 210

利用环境的特点成功签单 / 210

利益解说策略 / 211

在演示中抓住胜机 / 213

善于察言观色 / 214

只给客户 3 个选择 / 215

第三章 电话销售成交智慧 / 216

用小的认同促成交易 / 216

最后期限成交法 / 217

利用误听试探法成交 / 218

以退为进成交法 / 219

妙用激将成交法 / 220

让“反对问题”成为卖点 / 221

强调“现在买的好处”，促进成交 / 222

等待客户决策，要有信心 / 222

第四章 果敢面对成交那几秒 / 223

可怕的签约之前的惶惑 / 223

避免客户反悔 / 225

郑重地感激客户 / 225

第五章 想客户所想 / 226

拒绝的托词和应对 / 226

照顾客户的面子 / 228

要满足客户的优越感 / 230

一次示范胜过一千句话 / 230

巧用“添物减价”四字诀，不让客户吃亏 / 231

3 个步骤转移客户的反对意见 / 232

吊足客户的胃口 / 235

顾客更容易接受你的方案 / 236

善用对比，让销售现场尽在掌控中 / 237

随机应变，成功化解尴尬局面 / 238

第八篇 收尾

第一章 捕捉“收网”信号 / 239

主动出击，提出成交请求 / 239

领会客户每一句话的弦外之音 / 240

善于运用暗示成交 / 242

敏锐地发现成交信号 / 243

欲擒故纵，锁定成交 / 245

给成交保留一定余地 / 246

推销员快速成交的 8 种技巧 / 247

第二章 漂亮收尾意味着下次成交 / 248

暴单后要有平常心 / 249

保持经常性电话联系 / 250

不因未成交而放弃赠送小礼品 / 251

及时追踪产品售后问题 / 252

明确规定账款回收办法 / 254

用 E-mail 经常与客户保持联系 / 255

第九篇 留住客户

第一章 好服务赢得下一次成交 / 257

客服人员必知的说话术 / 257

服务差不多，结果差很多 / 258

优质的服务最关键 / 259

缩短客户等待的时间 / 260

用过硬的专业知识解答客户难题 / 261

上门服务注意事项 / 262

允许客户的愤怒爆发 / 263

设立免费专线 / 264

处理好客户退换货 / 265

售后服务中突发事件处理方法 / 266

让客户轻松找到你 / 267

第二章 客户的忠诚度需要呵护 / 268

总结客户流失的原因 / 268

认识忠诚客户的类型 / 269

了解客户忠诚度提升环节 / 270

不同类型的客户，采取不同的跟进策略 / 271

成交之后需跟踪联系、回访 / 273

与客户保持持久的联系 / 274

小恩小惠留客户 / 276

变常客为忠诚客户 / 276

遵守信诺可增强客户的信任感 / 277

让客户爱上你的产品 / 278

品牌建设事关客户忠诚 / 280

投诉问题的解决有益于增加客户忠诚 / 281

第十篇 巧妙处理投诉

第一章 客户投诉处理细节 / 283

分析客户抱怨的原因 / 283

客户抱怨针对性处理诀窍 / 284

客户抱怨的应对技巧 / 285

- 处理电话抱怨时要掌握好措辞和语调 / 286
- 智慧地应对抱怨 / 286
- 从客户抱怨中发掘商机 / 287

第二章 处理投诉态度要积极 / 289

- 耐心应对暴跳如雷的投诉者 / 289
- 控制情绪不是强忍不发作，而是从内心觉得没必要 / 290
- 24 小时内给出补救措施 / 291
- 勇敢承认你的错误 / 292
- 表示歉意后再解释 / 293
- 不要踢皮球 / 294
- 用合作的态度避免争执 / 295
- 引导客户征求解决的办法 / 296

第三章 处理投诉行动要迅速 / 297

- 选择时机公布真相 / 298
- 处理信函投诉技巧 / 299
- 处理电话投诉技巧 / 300
- 立即回复 50% 的顾客投诉 / 301
- 处理问题迅速及时 / 302

第十一篇 销售精英要懂经济学

第一章 5 大关键词，奠定销售员经济学销售基础 / 303

- 抓住理性消费者的感性软肋 / 303
- 捕捉市场信号释放出的产品供求机会 / 304
- 一个真理：人人有需求，人人是顾客 / 305
- 了解顾客偏好，才能投其所好 / 307

第二章 顾客来了，占先机、抢优势只有 4 分钟 / 308

- 把脉消费者效用，精准推荐合适的产品 / 308
- 分析顾客个性，迅速出击 / 309
- 张三、李四、王五、赵六，哪个才是我的最优顾客 / 310
- 打赢营销博弈战，夺取客户心智资源 / 311
- 业绩好，比较优势是决胜法宝 / 313

第三章 摸清“上帝”的需求小心思 / 314

- 猜准顾客的 10 大心思 / 314
- 将你手里的石头变成她眼里的钻石 / 316
- 抓住非理性消费行为的契机 / 317
- 琳琅满目能吸引顾客眼球吗 / 318
- 跟消费者捉迷藏，买的精还是卖的精 / 319
- 诚信是最有效的笼络手段 / 320

第四章 定攻略，寻找隐藏的利润区 / 321

完美的定价系统，利润藏在缝隙里 / 321

炫耀性消费就是你的天然好机会 / 322

给部分人优待：享受8分钱的机票 / 324

价格与价值如何才能均衡 / 326

一双鞋和两只鞋的差别，让互补成为习惯 / 326

大降价并不意味着赔本赚吆喝 / 328

第五章 商品卖得好，全靠促销做得好 / 329

促销，成全顾客的“剩余”，成就你的销售额 / 329

营造一个充满“便宜”的世界 / 330

消费边际效应，多买我就更便宜 / 331

免费赠送：有赠品他才愿意买 / 332

氛围促销：给消费者一个“疯抢”的理由 / 333

事件营销：吸引眼球的拳头武器 / 334

第六章 服务是产品的最佳名片 / 335

服务——销售中的第一张名片 / 335

为每位顾客创造独一无二的专属服务 / 336

给顾客一个无后顾之忧的售后保障 / 337

如何让顾客心甘情愿为免费服务埋单 / 339

服务，销售额N次方倍增 / 340

第七章 亦敌亦友的竞争对手 / 341

无商战，不竞争 / 341

竞争对手也能为你送来顾客 / 342

不要对“价格同盟”存在任何幻想 / 343

对手也能成为合作伙伴 / 344

第八章 危机来了，逆市中业绩也高涨 / 346

被政府的“大棒和胡萝卜”狠狠撞了一下腰 / 346

黑色的郁金香，黑色的泡沫经济 / 347

裙子长了，口红多了，鞋跑烂了，钱包扔了 / 348

政府限价时，如何正确“开仓”和“守粮” / 350

危机中的“挥霍节俭”悖论 / 351

第十二篇 销售精英要懂心理学

第一章 天下客户都一样，6招突破客户的心理抗拒 / 353

送出喜好花，4大效应让你轻松赢得客户好感 / 353

摆出互惠秤，先付出一点让客户产生亏欠感 / 355

抛出承诺球，引导客户言行一致 / 356

利用权威效应让客户对你信赖有加 / 357

放出稀缺光，直击客户担心错过的心理 / 358

打出满足牌，切中客户追求的自我重要感 / 359

第二章 抓紧！你只有4分钟获取优势 / 360

4大心理效应助你4分钟建立优势 / 360

完美肢体语言与神态举止，打造无敌亲和力 / 362

控制对方的时间，传达“我很重要” / 363

善用“空间战”，占领“我的地盘” / 364

第三章 深度解析不同客户的微妙心理：给他一个掏钱的理由 / 365

占便宜型客户心理：我能否得到实在的优惠 / 365

外向型客户心理：喜欢就买，求你不要啰唆 / 366

内向型客户心理：我能否真切体会到你的真诚 / 367

虚荣型客户心理：你足够尊重和重视我么 / 368

墨守成规型客户心理：我得弄明白到底有何用 / 369

分析型客户心理：直到我挑不出毛病 / 370

随和型客户心理：不断加压我就走 / 372

第四章 谈判，让客户从拒绝到顺从的心理制胜法则 / 373

6种经典开场白，打掉客户拒绝你的机会 / 373

8个方面，让你把话说到客户心坎上 / 375

6大技巧，巧妙化解谈判困境 / 376

7类客户拒绝的应对策略 / 377

第五章 成交的秘诀在于影响和控制 / 379

积极回应并解决客户的抱怨 / 379

真心为客户着想 / 380

诚恳地请教，满足客户的优越感 / 381

用心传递价值，让客户没有后顾之忧 / 382

适当制造压力，给客户一些“被威胁”的紧迫感 / 383

一定成交，12个无法拒绝的心理促成法 / 385

第六章 催眠他，你的业绩势不可挡 / 387

全面催眠包围客户感觉，让其现在购买 / 387

肢体语言催眠，动作更能左右他 / 389

介绍产品，将客户引入催眠过程 / 389

不可抗拒的联想指令让客户由被动变主动 / 391

借力使力，让客户不可抗拒 / 392

第七章 步步为营的心理成交技巧 / 393

假定成交法 / 393

从众心理成交法 / 394

步步为营成交法 / 395

哀兵策略成交法 / 396

从客户的言谈中捕捉成交信号 / 397

说不该说的话 / 398

第八章 如何问客户才会说，说什么才是你要的 / 399

恰当提问，挖出目标客户的真正需求 / 399

逆反心理，打消客户“下意识”的自我防卫 / 401

羊群效应：群体趋同影响客户选择 / 403

找到最佳操作方法，提问销售法的技巧与流程 / 405

第九章 销售员从平凡到卓越的心理成长技巧 / 406

为你的工作而骄傲，这个世界没有人离得开销售 / 406

直面阻碍销售成功的两个精神绊脚石 / 407

你如何看待自己：请加强自我意识的核反应堆 / 408

成功销售的 8 大关键点 / 409

5 个力，成功销售员的 5 项修炼 / 411

心态决定一切，5 个不同时期销售人员的心态剖析 / 413

附录 销售是一门科学——不得不知的 17 条销售定律 / 416

首因效应：第一印象影响销售结果 / 416

羊群效应：消费者都有从众心理 / 416

权威效应：名人买过就是说服力 / 416

250 定律：不要得罪每一个客户 / 417

二八定律：抓住最重要的客户 / 417

重复定律：一句话多说几次就是广告 / 417

哈默定律：世界上没有做不成的买卖 / 417

赫克金法则：诚信是销售员的通行证 / 418

墨菲定律：为最坏的可能做好准备 / 418

凡勃伦效应：最贵的就是最好的 / 418

猎犬计划：让客户像滚雪球一样壮大 / 418

刺猬定律：跟客户保持若即若离的关系 / 419

阿尔巴德定理：需求决定销售 / 419

杜邦定律：包装刺激购买欲 / 419

奥美原则：顾客不仅仅是口头上的“上帝” / 419

印刻效应：要做就做第一名 / 419

150 法则：保持有效的社交关系 / 420

第十二篇 销售精英要懂心理学

第一章 天下客户都一样，6 招突破客户的心壁