

《一本书读懂顾客心理学（畅销书）》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2013年10月01日

开本：12k

纸张：轻型纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787504481665

编辑推荐

[谁青春不迷茫，发现你的潜意识！](#)



推荐1：世界销售大师秘而不宣的高效读心术

推荐2：销售是一场心理博弈战，如果你想成功得卖出产品，必须读懂客户内心和了解客户需求。

推荐3：销售就是心与心的较量！心理战的双方就是顾客和销售人员。在销售中，你要想提升你的销售业绩，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。只有学会读心，通过诱导顾客的心理，有效激发顾客的购买欲望，才能顺利成交，从而让自己成为销售行业中的一名佼佼者。

推荐4：在实际销售当中，很多销售人员却都忽略了销售心理这一重要环节。销售工作是面对人的，所以销售人员知道顾客是如何想的，这比什么都重要。

推荐5：不懂心理学的销售人员，往往会起到适得其反的效果。所以，要提升你的销售业绩，试试从销售心理学的培训开始吧！

[推荐购买超级畅销书：《做*好的导购》 点击购买>>>>](#)

[推荐购买超级畅销书：《一本书读懂金融常识》 点击购买>>>>](#)

内容简介

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。

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

[显示全部信息](#)

媒体评论

销售专业中最重要的字就是“问”。

——博恩·崔西

我总是站在顾客的角度看待即将推出的产品或服务，因为我就是顾客。我就像一个厨师，喜欢品尝食物。如果不好吃，我就不要它。

——查尔斯·斯瓦布

营销是没有专家的，唯一的专家是消费者，就是你只要能打动消费者就行了。

——史玉柱

在线试读部分章节

解读顾客的消费心理

俗话说：知己知彼，百战不殆。销售人员在推销过程中，充分了解顾客的购买心理，是促成生意的重要因素。顾客在成交过程中会产生一系列复杂、微妙的心理活动，包括对商品成交的数量、价格等问题的一些想法及如何与你成交、如何付款、订立什么样的支付条件等。顾客的心理对成交的数量甚至交易的成败，都有至关重要的影响。因此，优秀的销售人员都懂得对顾客的心理予以高度重视。

20世纪40年代美国的八大财团中，摩根财团是名列前茅的“金融大家族”。可老摩根从欧洲漂泊到美国时，却穷得只有一条裤子。后来夫妻俩好不容易才开了一家小杂货店。当顾客买鸡蛋时，老摩根由于手指粗大，就让她老婆用纤细的小手去抓蛋，鸡蛋被纤细的小手一衬托后就显得大些，摩根杂货店的鸡蛋生意也因此兴旺起来。

老摩根针对购买者追求价廉的购买动机，利用人的视觉误差，巧妙地满足了顾客的心理需求。其后代子继父业，也深谙经营之道，终于逐步发家，成为富甲天下的“金融大家族”。

由于人的购买行为是受一定的购买动机或者多种购买动机支配的。研究这些动机，就是研究购买行为的原因，掌握了购买动机，就好比掌握了扩大销售的钥匙。归纳起来，顾客的消费心理主要有以下11种：

1. 求实心理

这是顾客普遍存在的心理动机，他们购物时，首先要求商品必须具备实际的使用价值，讲究实用。有这种动机的顾客，在选购商品时，特别重视商品的质量效用，追求朴实大方，经久耐用，而不过分强调外形的新颖、美观、色调、线条及商品的“个性”特点。

2. 求美心理

爱美之心，人皆有之。有求美心理的人，喜欢追求商品的欣赏价值和艺术价值，以中青年妇女和文艺界人士居多，在经济发达国家的顾客中也较为普遍。他们在挑选商品时，特别注重商品本身的造型美、色彩美，注重商品对人体的美化作用，对环境的装饰作用，以便达到艺术欣赏和精神享受的目的。

3. 求新心理

有的顾客购买物品注重“时髦”和“奇特”，好赶“潮流”。在经济条件较好的城市中的年轻男女中较为多见，在西方国家的一些顾客身上也常见。

[显示全部信息](#)

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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)