

《成功的销售从攻心开始》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2013年05月01日

开本：大16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787563934935

编辑推荐

方朋远编著的《成功的销售从攻心开始》内容介绍：王牌销售攻心术，助你成功拿到订单销售就是察言、观色、攻心，不懂攻心术，就做不好销售，销售博弈中的**智慧，商战精英中的制胜秘籍。打赢攻心战，订单非你莫属；洞察客户心理，销售轻松搞定。本书力求为不甚了解心理策略的销售人员提供一些帮助。

内容简介

销售人员要想取得销售的成功，就要先从掌握客户的心开始。方朋远编著的《成功的销售从攻心开始》面对广大销售人员，系统地介绍了在销售过程中能够用到的攻心策略，从不同角度为读者提供了不同的攻心技巧与攻心方法，立足于销售实践，并详细讲述了客户的心理状态、各种消费心理的产生缘由以及解决客户各种心理的策略与具体方法，《成功的销售从攻心开始》力求为不甚了解心理策略的销售人员提供一些帮助。

目录

???

????????????????

“?????”

“?????????”

“?????”

“?????????”

“?????????????”

“?????????????”

“?????????”

“?????????????”

“?????????”

“?????????”

??????????

??? ??????????????????

????????????????

????????????

??????????

????????????????

??????????

??????????

????????????

??? ??????????????????????

????????????????

"??"?"?"??

????????????

????????????

?????????"?"

??????????

??? ??????????????????

????????????

????????????????

??????????

????????????

????????????

??????????

????????????

??? ??????????????????????

????????????????

?????"?"??

?????????

?????????

?????????

????????????

????????????

??????????

??? ??????????????????????

????????????????????

????????????????

????????????????

????????????????

????????????

????????????????

????????????????

????????????????

物竞天择，适者生存。这是一个不变的规律，各行各业都有竞争，都需要精英。没有人会无缘无故地获得成功，失败的销售者也非单纯因为运气不好，机遇不佳。运气与机遇都具有着一定的必然性，销售业绩差，证明你做得还不够好。

做得好不一定成功，失败一定是做得不够好。

[显示全部信息](#)

在线试读部分章节

在消费的过程中谁都想买便宜的东西，商品自然是越便宜越好。事实上，消费者贪便宜的重点并不在于产品本身的价格是否低廉，而是他感觉到自己占了便宜，换句话说，客户的“越便宜越好”并非产品的价格越低越好，而是自己占的便宜越多越好。

作为销售人员，一定要清楚客户的这种消费心理本质，不要错误地以为客户贪便宜只是为了低廉的价格。

大部分女士在买衣服的时候都会与商家砍价，并且向商家表示，如果不降价就去别处买。在大多数情况下，商家最终会妥协，以比报价低的价格将衣服卖给女客户，并且通常都会说“赔钱卖给你，交个朋友，回头再来”之类的话，买到衣服的女客户就会认为自己的确买到了便宜的衣服，自己的确占了便宜。

事实上，卖衣服的商家并没有不赚钱卖，更不可能赔钱卖，也许还赚到了比以往更高的利润，然而，商家找出借口让客户认为自己买的东西是便宜的东西，客户才不会理会商家是否赚了钱，只要自己买到了便宜的东西就行了。

这就是说，在绝大多数情况下，客户对产品的真实价钱与利润并不感兴趣。而是对自己是否买到了便宜的东西大做文章。

既然客户喜欢购买便宜的产品，那么，销售人员如何在保证利润的情况下让客户认为自己的确买到了便宜的产品呢？事实上，在商场、大型超市中最为畅销的产品并不是那些最高档、最名牌或者也未必是最物有所值的产品，而是那些标着“一折抢购”、“买一赠一”、“出血大卖”的产品，这种促销的产品让客户认为自己的确购买到了便宜的产品。

当然，客户并非只有购买最便宜产品的消费心理，还有一种“便宜没好货，好货不便宜”的心理，销售人员可以利用人们的这两种心理在销售还未开始或销售刚刚开始的时候来吸引客户。

贪便宜是人们最为常见、最为普遍的一种心理倾向，在日常生活中，贪便宜的人与贪便宜的事随时都有可能在我们身边发生，其中，最常见的是，某大型超市或商场进行促销活动，并且“打狠折”，人们听到这种消息之后争先恐后地去这些大型超市或商场消费，生怕自己买不到那些“限时限量”打折的产品。

“越便宜越好”是绝大多数客户追求的目标，似乎没有人愿意花更多的钱去买同样的东西，而是花最少的钱买同样的东西，甚至产品质量先放着不说，最首要的是“便宜就好”。事实上，这也是占便宜心理的表现，人们买到了便宜的产品，占便宜心理也就得到了满足，会因为自己花了比以往更少的钱买到了同样的产品而感到开心与愉快，甚至会因为自己买的同样的产品比别人便宜而产生成就感与自豪感。

销售人员完全可以抓住客户这个心理特点，从价格上来吸引客户，让客户坚定地认为自己的确买到了便宜的产品并且愿意为这份便宜埋单。

古时候，在山西一个小县城里，有一家布匹店。

[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)