

攻心为上的销售原则 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/33/2021\\_2022\\_\\_E6\\_94\\_BB\\_E5\\_BF\\_83\\_E4\\_B8\\_BA\\_E4\\_c28\\_33594.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/33/2021_2022__E6_94_BB_E5_BF_83_E4_B8_BA_E4_c28_33594.htm) 了解产品比竞争对手好在哪里 在推销过程当中，你必须问你自己：“为什么顾客要购买我的产品，而不是我竞争对手的？”这一点非常重要。很多推销员都觉得顾客应该买他的产品。但是有很多产品和服务都很好，为什么他要买你的？假设你没有仔细地分析过，我想在推销过程当中会遇到很大的困难。假如没有做到这一点，你就很难跟你的产品和服务谈恋爱，因为你不知道你的产品到底比别人好在哪里。分析顾客购买或不购买的原因你必须仔细分析你的顾客，就像畅销书《攻心为上》作者麦凯所讲的：“了解你的顾客和了解你的产品一样重要。”你必须问你自己：为什么顾客会买我的产品？你要研究出这些原因。为什么有些潜在客户不买？购买的顾客有哪些共同点？不买的顾客有哪些共同点？你只要把这些顾客分类研究，你就可以了解，原来买的顾客有这种特质，不买的顾客有同样的抗拒点。了解这些之后，你就很容易知道，如何来改善产品介绍的方式和行销的方法。给顾客百分之百的安全感 在推销的过程中，你要不断地提出证明给顾客，让他百分之百地相信你。每一个人在做决定的时候，都会有恐惧感，他生怕做错决定，生怕他花的钱是错误的。所以你必须给他安全感。你必须时常问你自己，当顾客在购买我的产品和服务的时候，我要怎样做才能给他百分之百的安全感？找到顾客购买的关键点 还有一个销售关键是，每一个顾客都有一个“keybuyingpoint”，也就是他会购买你产品的主要关键。也

许你产品的特色有十一项，可能只有一项对他来讲是最重要的，那个最重要的关键假如没有掌握住，其他的都没什么用。我记得林肯讲过，他说假如我要去法庭帮一个人辩护，要辩护七项，假如前六项都没有第七项来得重要，那前六项我都让你赢，我只要辩护最后的这一项。这实在是太有道理了。反复刺激顾客的购买关键点例如卖房子，假如有一对夫妻去看房子，先生会对喜欢游泳池的太太说，“你不要让业务员知道你喜欢，以免我们不容易杀价。”但若推销员已看出太太对游泳池的特殊喜好，那么如果先生说，“啊，这房子漏水。”推销员就会对太太说，“太太你看看后面有这么漂亮的游泳池。”先生如果说：“这个房子好像那里要整修。”业务员却只顾着跟太太说，“太太，你看看，从这个角度可以看到后面的游泳池。”当业务员不断地说这个游泳池的事，这个太太就会说：“对！对！对！游泳池！买这个房子最重要的就是这个游泳池！”这也就是说，一旦找到了关键的时候，你说服顾客的机率是相当大的。了解谁对顾客有很大的影响力当然，你必须了解谁对你的顾客有很大影响力。因为有些人可能自己没有办法做主，他可能要问他太太。以前我在推销一套菜刀就要好几万的时候，太太总是会问，“这么贵的东西，我不敢乱买，怕我先生会骂我。”所以通常我在推销的时候，尽量要先生和太太在一起。而且一定要先生、太太一起听，不然我就不做产品介绍，因为这是没有效果的。所以你一定要了解谁对你的顾客有绝对的影响力。假如你不了解这一点，那你很难让他当场下决定。永远要记住，销售是一种情绪的转移，所以当场没有成交的话，事后成交的机率非常小，所以务必确定所有的关键人物都在场。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问  
[www.100test.com](http://www.100test.com)