

2023年成交心法的理解 成交高于一切读后感(实用5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

成交心法的理解篇一

成交是销售的最终目标。销售以结果为导向，没有成交一切都是空谈，衡量销售人员的优秀与否的标准是用业绩来证明。

可以说没有成交就没有销售。为了达到这个目的，需要做的工作很多，如果这些工作都是严格按照有步骤、有计划的完成将会达到非常好的效果，这种效果体现在：销售进程不断向预期的目标——成交迈进。孟老师的这本书无疑是指导我们销售工作如何开展的宝典。

“微笑打先锋，倾听第一招，赞美价连城，人品做后盾”。这是孟老师的销售格言，也是本书给我最大的启发。当然最重要还是要先做人后做事。都知道销售是——先销自己后销产品。营销大师们都无一例外的提出，销售工作第一步不是想办法让客户如何接受自己的产品，而是要想办法让客户先接受自己的为人。

只有客户认可了自己，对销售人员的人格素质有信心，客户才会对产品有信心。我觉得这时候产品正好是联系双方的一条纽带，它提供给双方继续了解和增进友好的一个机会。销售的第一步不需要花太大？力展现产品，而应该把重点放在如何展现自己的为人上。

当然这不是让自己闭口不谈产品，而是要通过对产品的介绍

达到一个理想的目的，即建立自己在客户心中可以信赖，值得信赖和稳重的个人形象。

如何树立客户心目中可信赖形象的方法在书中也提到很多。第一，在与客户交流过程中一定要真诚、诚信。如：约会要守时，遇到问题（即使这个问题与我方无关）想办法帮助解决。第二，突出公司的实力、背景、合作单位和严谨的企业文化。这是从侧面衬托自己的为人，同时也说明了产品的可信赖性。第三，表现出自己的知识专业性，市场预见性。这样可以坚定他对自己的信心和对产品的信心。

“大客户销售十八招”，招招都是宝典。孟老师在书中提到销售是有规律的，其中之一就是把握人性规律，平和面对销售。人性都有贪婪、自私、喜欢听好听的的一面，只要抓住这些规律，销售就能迎刃而解。

同时谈到了在大客户销售过程中的秘诀，决定成交的往往不是一个人，而是一群人。任何一个客户里边，都会有四类人：一个叫做决策者（老板或采购），一个叫做使用者，一个叫做技术把关者，还有一种人叫做教练（门卫、前台、内部朋友），孟老师将这四种人都叫做关键人，除了决策者外，其他三种人虽然不能说in,但却有权说out,这四种人都必须一网打尽。

书中有几句经典的话：

- 1、拒绝是一种反应，不是反对；
- 2、帮助顾客把好处想够，把痛苦想透，他就会愿意和你成交；
- 5、要用理解加反问的方式来回应客户的拒绝，这样才能构成一剑封喉的攻势。

成交心法的理解篇二

看完这本书了解到，需求决定市场，而有需求，有市场，更需懂得销售，掌握技巧，才能物有所值，物超所值。目前虽有意识培养锻炼胆量，韧力，毅力，不受任何心理波动影响的专业态度。但，仍有深深恐惧。销售这门艺术，博大精深，自身见识浅薄，仍需不断学习，完善。非常清醒的认识到自己现在仅拥有做业务的态度，尚达不到业务高手的程度。我坚信，销售这门艺术，带给我的价值并不仅仅止于事业上的帮助，更有助于人格，素质上的提升。

流水不腐，户枢不蠹。产而销，产品质量决定根本。而销售，却是全盘运作的枢纽，产销两旺才是良性循环。产品再好，销售不旺，如何带来源源不断的资金，再投资以更新设备，改进产品，以期更好的销售，不断的进步？酒好不怕巷子深的时代已经过去。学如逆水行舟，不进则退。商场中亦同，只有不断前进，适时更新观念才能不被竞争对手击倒，不被淘汰出局。

销售，首先，你要乐于与“人”打交道；其次，要有勇于面对全新挑战，勇于面对挫折的勇气，毅力，恒心；再其次，对不同人心理的拿捏，语言的组织能力，随机应变的机灵反应；最后，还要有服务精神。客户服务不要怕麻烦，觉得对业绩无用。此点能做得好。客户信息反馈能让你对自己产品的优劣，了如指掌，又能进一步加深客户对你的印象。已使用者口碑的良好作用，是任何广告也比不上的。

从呱呱坠地到长大成人，连父母也是从陌生到熟悉，从不认识到认识，我不觉得没有既有的人际关系就做不好业务，没有吃喝应酬就拉不来生意，没有送礼回扣就拿不来业绩。不讳言，销售过程中会有需要请客送礼，吃喝拉拢的时候，但这绝不是做业务的唯一途径。没有既有的关系，就想方设法结识业内人士，千方百计阐明双方合作的效益。只有建立在平等的互惠合作关系上，合作伙伴才能持久，才能平衡。既

有的朋友圈子，如果有十个人，就算每人每天给你单，月内剩下的二十天，仍要开发新的客户。只有不断的开拓新的资源，你的人脉才能越来越广，财路才能越来越宽。一个池塘里，需要有源源不断的新鲜水流动补充，不然就只是一塘死水。

如何建立客户对你的依赖感?以我目前的认识。需对专业的全面了解，诚信的原则，踏实做事的态度，才能在客户对你的逐步了解中建立信任。信任的建立往往需要很长时间，而令他人丧失这种信任，却可能只是因为某一细节没有注意到而失去客户，慎之，戒之！

执着，在很多人眼里，似乎并不是件令人欣赏的事。正是因为世人的得过且过，随波逐流，所以执着的人，有机会并能成功的人，才会那么的弥足珍贵，那么特立独行，没有对事业执着得近乎狂热的人，又如何去感动顾客，打动人心?人不疯魔不成戏。演员要把自己全身心都融入进剧情，才能传神地塑造好角色。做业务这一行，也必须心无旁骛，全力以赴才能达到销售业绩的最高境界。

看完此书，发觉杜先生此书最大的特点，也是做业务最大的特点。那就是：心理暗示，不断的心理暗示。似乎此法能最大程度的激发人的自信。唯有对自己有攻无不克，战无不胜的信心，只有拥有此等能力的人，才能在商场中，所向披靡！我们名品地暖如今面对的竞争，正如一场没有硝烟的战争一样。置之于死地而后生，让自己没有依赖，没有后路，才能破釜沉舟，去做到最好，更好！

目前自身自信不足，今后的生活工作中仍需不断努力。书本传授给我们的只是一种心态和方法。具体的坚持和实践，还是要靠自己。此类销售学所能做到的，只是让你去更新一种观念。观念改变了，也许就能有令你意想不到的作用，就能激发出你自己也想像不到的潜能！

成交心法的理解篇三

成交是销售的最终目标。销售以结果为导向，没有成交一切都是空谈，衡量销售人员的优秀是否的标准是用业绩来证明。

可以说没有成交就没有销售。为了达到这个目的，需要做的工作很多，如果这些工作都是严格按照有步骤、有计划的完成将会达到非常好的效果，这种效果体现在：销售进程不断向预期的目标——成交迈进。孟老师的这本书无疑是指导我们销售工作如何开展的宝典。

“微笑打先锋，倾听第一招，赞美价连城，人品做后盾”。这是孟老师的销售格言，也是本书给我最大的启发。当然最重要还是要先做人后做事。都知道销售是——先销自己后销产品。营销大师们都无一例外的提出，销售工作第一步不是想办法让客户如何接受自己的产品，而是要想办法让客户先接受自己的为人。只有客户认可了自己，对销售人员的人格素质有信心，客户才会对产品有信心。我觉得这时候产品正好是联系双方的一条纽带，它提供给双方继续了解和增进友好的一个机会。销售的第一步不需要花太大精力展现产品，而应该把重点放在如何展现自己的为人上。当然这不是让自己闭口不谈产品，而是要通过对产品的介绍达到一个理想的目的，即建立自己在客户心中可以信赖，值得信赖和稳重的个人形象。如何树立客户心目中可信赖形象的方法在书中也提到很多。

第一，在与客户交流过程中一定要真诚、诚信。如：约会要守时，遇到问题（即使这个问题与我方无关）想办法帮助解决。

第二，突出公司的实力、背景、合作单位和严谨的企业文化。这是从侧面衬托自己的为人，同时也说明了产品的可信赖性。

第三，表现出自己的知识专业性，市场预见性。这样可以坚

定他对自己的信心和对产品的信心。

“大客户销售十八招”，招招都是宝典。孟老师在书中提到销售是有规律的，其中之一就是把握人性规律，平和面对销售。人性都有贪婪、自私、喜欢听好听的的一面，只要抓住这些规律，销售就能迎刃而解。

同时谈到了在大客户销售过程中的秘诀，决定成交的往往不是一个人，而是一群人。任何一个客户里边，都会有四类人：一个叫做决策者（老板或采购），一个叫做使用者，一个叫做技术把关者，还有一种人叫做教练（门卫、前台、内部朋友），孟老师将这四种人都叫做关键人，除了决策者外，其他三种人虽然不能说in但却有权说out这四种人都必须一网打尽。

1、拒绝是一种反应，不是反对；

2、帮助顾客把好处想够，把痛苦想透，他就会愿意和你成交；

5、要用理解加反问的方式来回应客户的拒绝，这样才能构成一剑封喉的攻势。

成交心法的理解篇四

成交是销售的最终目标。销售以结果为导向，没有成交一切都是空谈，衡量销售人员的优秀是否的标准是用业绩来证明。

可以说没有成交就没有销售。为了达到这个目的，需要做的工作很多，如果这些工作都是严格按照有步骤、有计划的完成将会达到非常好的效果，这种效果体现在：销售进程不断向预期的目标——成交迈进。孟老师的这本书无疑是指导我们销售工作如何开展的宝典。

“微笑打先锋，倾听第一招，赞美价连城，人品做后盾”。

这是孟老师的销售格言，也是本书给我最大的启发。当然最重要还是要先做人后做事。都知道销售是一一先销自己后销产品。营销大师们都无一例外的提出，销售工作第一步不是想办法让客户如何接受自己的产品，而是要想办法让客户先接受自己的为人。只有客户认可了自己，对销售人员的人格素质有信心，客户才会对产品有信心。我觉得这时候产品正好是联系双方的一条纽带，它提供给双方继续了解和增进友好的一个机会。销售的第一步不需要花太大精力展现产品，而应该把重点放在如何展现自己的为人上。当然这不是让自己闭口不谈产品，而是要通过对产品的介绍达到一个理想的目的，即建立自己在客户心中可以信赖，值得信赖和稳重的个人形象。如何树立客户心目中可信赖形象的方法在书中也提到很多。第一，在与客户交流过程中一定要真诚、诚信。如：约会要守时，遇到问题（即使这个问题与我方无关）想办法帮助解决。第二，突出公司的实力、背景、合作单位和严谨的企业文化。这是从侧面衬托自己的为人，同时也说明了产品的可信赖性。第三，表现出自己的知识专业性，市场预见性。这样可以坚定他对自己的信心和对产品的信心。

“大客户销售十八招”，招招都是宝典。孟老师在书中提到销售是有规律的，其中之一就是把握人性规律，平和面对销售。人性都有贪婪、自私、喜欢听好听的的一面，只要抓住这些规律，销售就能迎刃而解。

同时谈到了在大客户销售过程中的秘诀，决定成交的往往不是一个人，而是一群人。任何一个客户里边，都会有四类人：一个叫做决策者（老板或采购），一个叫做使用者，一个叫做技术把关者，还有一种人叫做教练（门卫、前台、内部朋友），孟老师将这四种人都叫做关键人，除了决策者外，其他三种人虽然不能说in,但却有权说out,这四种人都必须一网打尽。

书中有几句经典的话：

1. 拒绝是一种反应，不是反对；
2. 帮助顾客把好处想够，把痛苦想透，他就会愿意和你成交；
5. 要用理解加反问的方式来回应客户的拒绝，这样才能构成一剑封喉的攻势。

篇二：孟昭春的《成交高于一切》读后感

最近在看孟昭春的《成交高于一切》，发现其中的一些案例很明显是从国外的书上抄过来，更恶心的是其中的人物偏偏改了个中国名字，不知道这么一改，是不是就算作者自己的东西？看来我们的知名营销专家孟昭春还是很浮躁，很是急功近利啊。

篇三：《成交高于一切之大客户销售十八招》读后感

看得出来是一把一把的销售经验总结出来的理论读物，文字浅显易懂，相比之下没有太多国内营销类读物常有的“王婆卖瓜”气。（免不了还是有点哈）唯一的缺点是行文稍显干涩，案例分析恨少。个人觉得可以配合另外两本讲大客户销售的小说《圈子圈套》1和2来读。这里的方法不光可以用在大客户销售上，也可以借鉴于处理老板、同事关系等任何个人的“大客户”关系上，受益匪浅。不过这样的事真是知易行难啊……前路漫漫，在此谢谢作者先。

篇四：《成交高于一切——大客户营销模式建设》学习感想

【甄寰体版】事先听闻此次课程为营销主题，私心想着销售岗位水深火热，小女子生性逆来顺受不可锻造，如此奔放刺激之领域也尚未涉足，其中理念冲突恐是在所难免的，至于方法技巧也未必合我心意。但乘着尊师重教的古风，仍抱着虔诚之心前来聆听；不想老师台风之从容、逻辑之清晰、理念之新颖、视角之独特仍是让小女子顶礼膜拜；故而想着若

能在授课技巧上学得三两技法，在理念上取得片言真经，对他日茁壮成长也是极好的；倘若还能触类旁通、举一反三、学以致用，虽会耗费诸多脑细胞，倒也不复恩泽。好好说话：孟老师的营销课程让我悟到了管理的相通之处！

【蓝精灵体】在那珠江之畔中大校园特聘的“孟百万”，他的课程理论+实战，带给我们28条新理念，他说客户营销四维成交要反复地修炼，如此才能走在营销的前沿；噢~~可敬的“孟百万”，噢~~时尚的“孟百万”，他把营销的精髓浓缩成两张小卡片，鞭策我们对照上弦拓新天！

篇五：《成交高于一切——大客户销售十八招》读后感

本月有幸读了孟昭春老师的《成交高于一切——大客户销售十八招》，孟老师的书告诉我们如果销售活动按照一定的次序和方法有步骤、有计划的完成将会达到非常好的效果，即销售进程不断向我们预期的目标——成交迈进。读完此书，很是震撼，觉得此书就是一套销售成交模板，教会自己如何开展销售工作，且可以比对自己销售成功与失败的整个过程，从中找到自己的优势或短板，从而达到扬长补短，成为成交专家。作者把销售过程分为四大板块，即心理篇、接洽篇、策划篇、谈判篇，每一篇又有若干招术，合计十八招。

对我触动最大的有三点：一、做事先做人，诚信为本。诚实守信是为人之本，更是中华民族的传统美德。“诚”首先就是做人真诚（忠诚老实），其次是生意真诚（言行一致，表里如一）；“信”就是信守服务、信守原则、信守合同。守信是说话、办事讲信用，答应了别人的事，能够认真履行诺言，说到做到，守信是诚实的一种表现。答应别人的事情之前，一定要慎重，认真地想一想，自己是否能够做到，能够做到再答应；一旦答应了的事，就要千方百计地去做好，这样你才能不失信于人，你才值得别人信任。只有客户认可了你这个人，对你有信心，他才会对你的产品有信心最终接受你的产品。今后我在与客户交流过程中一定要坚持诚实、守

信的原则，这样才能赢得信任、赢得客户。二、要展现出个人知识的专业性、对市场要有预见性。对自己的产品一定要烂熟于胸，只有具备了专业的产品知识，才能够更多的帮助客户。客户往往喜欢和有能力的人打交道，如果你对他的提问吱吱唔唔、闪烁其词，不能够给到清晰、明确的答复，他怎能对你有信心，你如何能够赢得他的信任？不能信任你，交流都困难，更何况才成交。所以要求我要想成交，就必需具备丰富的专业知识，用专业知识武装自己，这样才能增加成交的可能性。三、重复的力量。拜访客户时候，当客户冷冰冰地拒绝时，我们面临着巨大的考验，毕竟，当顺利成交时，我们会开心；而被拒绝时，肯定不高兴，因为追求快乐逃避痛苦是人的本性。但调查显示：有80%的购买决定是在第5次拜访之后作出的，而80%的销售员在拜访客户未达到5次之前就放弃了。这告诉我们，不断的拜访，哪怕得到的只是拒绝，我们需要勇气与坚持不懈，重复、重复、再重复，我们的努力会得到回报的。

最后，借用孟老师的话结束，希望与大家共勉：销售是以结果为导向的，没有成交一切都是空谈，成交是营销的终极目标。在销售活动中，永远都只有两个硬道理：第一，卖出去；第二，卖上价。

成交心法的理解篇五

本月有幸读了孟昭春老师的《成交高于一切——大客户销售十八招》，孟老师的书告诉我们如果销售活动按照一定的次序和方法有步骤、有计划的完成将会达到非常好的效果，即销售进程不断向我们预期的目标——成交迈进。读完此书，很是震撼，觉得此书就是一套销售成交模板，教会自己如何开展销售工作，且可以比对自己销售成功与失败的整个过程，从中找到自己的优势或短板，从而达到扬长补短，成为成交专家。作者把销售过程分为四大板块，即心理篇、接洽篇、

策划篇、谈判篇，每一篇又有若干招术，合计十八招。

对我触动最大的有三点：

一、做事先做人，诚信为本。诚实守信是为人之本，更是中华民族的传统美德。“诚”首先就是做人真诚（忠诚老实），其次是生意真诚（言行一致，表里如一）；“信”就是信守服务、信守原则、信守合同。守信是说话、办事讲信用，答应了别人的事，能够认真履行诺言，说到做到，守信是诚实的一种表现。答应别人的事情之前，一定要慎重，认真地想一想，自己是否能够做到，能够做到再答应；一旦答应了的事，就要千方百计地去做好，这样你才能不失信于人，你才值得别人信任。只有客户认可了你这个人，对你有信心，他才会对你的产品有信心最终接受你的产品。今后我在与客户交流过程中一定要坚持诚实、守信的原则，这样才能赢得信任、赢得客户。

二、要展现出个人知识的专业性、对市场要有预见性。对自己的产品一定要烂熟于胸，只有具备了专业的产品知识，才能够更多的帮助客户。客户往往喜欢和有能力强的人打交道，如果你对他的提问吱吱唔唔、闪烁其词，不能够给到清晰、明确的答复，他怎能对你有信心，你如何能够赢得他的信任？不能信任你，交流都困难，更何况才成交。所以要求我要想成交，就必需具备丰富的专业知识，用专业知识武装自己，这样才能增加成交的可能性。

三、重复的力量。拜访客户时候，当客户冷冰冰地拒绝时，我们面临着巨大的考验，毕竟，当顺利成交时，我们会开心；而被拒绝时，肯定不高兴，因为追求快乐逃避痛苦是人的本性。但调查显示：有80%的购买决定是在第5次拜访之后作出的，而80%的销售员在拜访客户未达到5次之前就放弃了。这告诉我们，不断的拜访，哪怕得到的只是拒绝，我们需要勇气与坚持不懈，重复、重复、再重复，我们的努力会得到回报的。

最后，借用孟老师的话结束，希望与大家共勉：销售是以结果为导向的，没有成交一切都是空谈，成交是营销的终极目标。在销售活动中，永远都只有两个硬道理：

第一，卖出去；

第二，卖上价。