

《联通：客户心理分析与营销技巧提升》

【授课时长】

实战版 4 天，浓缩版 2 天

【授课对象】

营业员

【课程大纲】

领导开训:强调学习的意义和纪律)

导言、关于学习的效率及学习方法分析

头脑风暴：您碰到哪些关于客户心理分析、营销技巧，大客户维系等的问题？每人提 1-2 个问题，老师将这些问题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、演练。

第一章、客户心理需求分析（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、客户对运营商的需求分析

- (一) 价平
- (二) 信号好
- (三) 网速快
- (四) 业务简单易懂好操作
- (五) 手机操作简单易懂好操作
- (六) 服务态度好
- (七) 尊重、重视自己
- (八) 优惠多多
- (九) 靓号
- (十)

二、如何分析客户心理及满足客户心理需求？

- (一) 安全需求
- (二) 利益满足
- (三) 自我中心
- (四) 认同尊重
- (五) 负面心理
- (六) 不担后果

三、客户性格分析

- (一) 四种性格的特点描述（力量型、活泼型、完美型、和平型）
- (二) 四种性格的短片观看及分析讨论
- (三) 针对四种客户性格的沟通技巧
- (四) 针对四种客户性格的营销策略
- (五) 自我测试：自己属于什么性格？

四、客户性别分析

- (一) 女性消费心理分析；

- (二) 男性消费心理分析；
- (三) 针对客户性别的沟通营销策略与方法
- (四) 案例分析、模拟演练

五、客户年龄分析

- (一) 青少年消费心理分析；
- (二) 中年消费心理分析；
- (三) 老年消费心理分析；
- (四) 针对不同年龄客户的沟通营销策略与方法
- (五) 案例分析、模拟演练

六、客户地域分析

- (一) 农村人员消费心理分析
- (二) 城市人员消费心理分析
- (三) 全国各地典型消费心理分析
- (四) 针对不同地域客户的沟通营销策略与方法
- (五) 案例分析、模拟演练

七、离网客户心理分析

- (一) 资费不满
- (二) 网络不满
- (三) 欠费销号
- (四) 功能不满
- (五) 服务失误
- (六) 投诉抱怨处置不当
- (七) 客户工作生活变动
- (八) 竞争对手强挖

八、客户购买动机分析

(一) 客户购买七动机分析

1. 求实的心里动机
2. 求廉的心理动机
3. 求名的心理动机
4. 祈福的心理动机
5. 求新的心理动机
6. 求美的心理动机
7. 好胜的心理动机

(二)简化的购买动机(逃避痛苦、追求快乐)

模拟演练：

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第二章、客户营销技巧(案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练)

一、易取得顾客信任的沟通话术

- (一) 自报身份
- (二) 热情问候
- (三) 提问引导
- (四) 利益呈现

二、客户需求引导与制造技巧

- (一) 入门版：直接陈述引导

- (二) 初级版：提问引导技巧
- (三) 中级版：制造痛苦引导技巧
- (四) 高级版：SPIN 技巧
- (五) 最佳版：SPIN+三明治+委婉提醒

三、产品推介呈现的法宝

- (一) 免费体验法
- (二) 视觉呈现法
- (三) 数据对比法
- (四) 从众心理法
- (五) 关键人物法
- (六) 制造痛苦法
- (七) 限时限量法
- (八) 利弊分析法
- (九) 委婉提醒法
- (十) 海量营销法

四、当竞争对手产品品牌优势、赠品更多时，价格更低、我们该如何呈现产品更有利？

- (一) 资源整合策略
- (二) 替代方案策略
- (三) 此消彼长利弊分析策略
- (四) 迂回曲折策略
- (五) 培养客户对竞争对手不满意
- (六) 习惯培养策略
- (七) 无风险体验策略
- (八) 从众心理策略

五、如何化解客户的拒绝

- (一) 客户拒绝的形式
- (二) 客户拒绝的心理分析
- (三) 应对客户拒绝的有效流程
- (四) 直接破解客户拒绝的 12 个常用方法
- (五) 典型拒绝理由应对话术

六、促成技巧

- (一) 假设成交促成法
- (二) 体验营销促成法
- (三) 步步为营促成法
- (四) 适度让步促成法
- (五) 利弊分析促成法
- (六) 请求成交促成法

七、常见营销技巧强化训练

- (一) 手机营销强化训练（重点）
- (二) 优惠购机营销强化训练
- (三) 套餐升级营销强化训练
- (四) 流量升级营销强化训练
- (五) 数据业务升级营销强化训练
- (六) 其他重要主推业务营销强化训练

(七) 离网挽留套餐营销强化训练

八、常见营销技巧模拟演练及点评分析提升训练

(一) 手机终端销售模拟演练及点评分析提升训练 (重点)

(三) 优惠购机营销模拟演练及点评分析提升训练

(四) 套餐升级营销模拟演练及点评分析提升训练

(五) 流量升级营销模拟演练及点评分析提升训练

(六) 数据业务升级营销模拟演练及点评分析提升训练

(七) 其他重要主推业务营销模拟演练及点评分析提升训练

(八) 离网挽留套餐营销模拟演练及点评分析提升训练

九、学员当前营销难题现场分析讨论，总结营销方法

示范指导、模拟演练

以学员提出的案例进行分析讨论、模拟演练

第三章、主动服务意识提升训练 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导及模拟演练)

一、为什么要让客户满意

(一) 我们的工资由谁付？

(二) 什么是企业生存的根本？

(三) 企业服务面临的挑战；

(四) 在产品同质化的今天，我们靠什么赢得市场？获取利润？

(五) 服务不佳的影响

(六) 客户满意的好处与客户不满意的后果分析；

二、服务的价值

(一) 服务——至关重要的竞争手段

(二) 服务是产生差异性的主要手段

(三) 服务是利润的源泉

(四) 服务是企业的灵魂

三、培养营业员良好服务习惯

(一)客户满意

(二)主动服务

(三)真理瞬间

(四)抱怨是金

(五)依法服务

(六)内部服务

(七)品牌服务

(八)附加服务

短片观看及案例分析：海尔：服务创造价值案例分析

沃尔玛：优质服务案例分析

电信：如何培养营业员良好的服务习惯的案例分析

广州新一佳商超：如何培养营业与良好的服务习惯的正反

四、电话外呼营销沟通礼仪与技巧训练)

(一) 营业员主动外呼的时间分析；

(二) 沟通六件宝：微笑、赞美、聆听、提问、关心、“三明治”

(四) 深入对方情境

(五) 高效引导技巧

(六) 三明治法则

(七) 高效沟通四要诀

(八) 高效沟通六步曲

短片观看及案例分析：

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第四章、客户抱怨投诉应对技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、难缠客户常见处理技巧

(一) 处理客户投诉宗旨：客户满意最大 VS 公司损失最小

(二) 处理投诉的要诀：先处理感情，再处理事情；

(三) 避免 15 种错误处理顾客抱怨的方式

(四) 客户抱怨投诉处理的步骤

二、客户思维引导技巧

三、委婉地解释和说明公司规定的技巧

(一) 委婉提醒法

(二) 巧妙诉苦法

(三) 巧妙请教法

(四) 同一战线法

(五) 利弊分析法

(六) 温馨提示法

(七) 宣传提醒法

(八) 上级权利法

(九) 体验呈现法

(十) 举例说明法

(十一) 提问引导法

(十二) 摩托罗拉法

四、及时安抚客户情绪技巧

(一) 语言技巧

(二) 行动技巧

(三) 三换原则

五、巧妙降低客户期望值技巧

六、客户难缠处理技巧:三明治+引导技巧

七、当我们无法满足客户的时候…

八、升级投诉、疑难投诉处理策略

第五章、难题讨论及模拟演练

学员难题解答

课程结束：

一、 重点知识回顾

二、 互动：问与答

三、 学员：学习总结与行动计划

四、 企业领导：颁奖

五、 企业领导：总结发言

六、 合影：集体合影

