
《如何应用消费者心理学成交》

【课程背景】

本次课程是致力于运用消费心理学的特征与方法帮助学员判断消费者的需求层次;识别消费者的购买意愿;了解消费者购买背后的心理过程;准确掌握决定消费者购买的主要因素;把握合适的成交时机。本次课程侧重于实战，并且通俗易懂，对企业市场营销和实体店销售精英，金牌导购、促销人员等都会有很大的启发和帮助。

此课程为海尔电器，长虹电器，创维电器，老板电器，美的电器，格力电器，志高空调，三菱电机，松下电器，方太电器，欧派厨具，苏泊尔，三叶家私，全友家私，掌上明珠家私，红星美凯龙，红苹果等耐用消费品行业终端销售，金牌店长，导购指定轮训课程。

【课程时间】

2天(如能保证每堂课程人数为40人，训练效果更佳)

【参加对象】

实体店终端销售、导购

【课程大纲】

一、怎样判断消费者的需求层次

- 1、如何有效采集消费者的行为标本(分析、讲解)
- 2、如何寻找消费者的语言线索(分析、讲解)
- 3、如何快速做出需求程度的判断(分析、讲解)
- 4、如何在互动过程中核实自己的判断(分析、讲解)

二、如何识别消费者的购买意愿

- 1、购买需求和购买意愿的程度区分
- 2、如何用产品拉动消费者的购买意愿
- 3、如何建立牢固的信任关系(讲授、讨论)
- 4、如何设计成交流程催眠消费者(演示，讨论)

5、如何运用“心理激发”巩固消费者的购买决心(讲授、讨论)

三、成交时机的把握

- 1、运用心理学原理解析成交要点和步骤
- 2、“识别”的原则和技巧(演练、训练)
- 3、“开场”的原则和技巧(演练、训练)
- 4、“寒暄”的原则和技巧(演练、训练)
- 5、何时切入(演练、训练)
- 6、何时强攻(演练、训练)
- 7、何时周旋(演练、训练)
- 8、何时试探(演练、训练)
- 9、何时解除异议(演练、训练)
- 10、何时进行团队配合(演练、训练)
- 11、何时让顾客开口(演练、训练)
- 12、何时锁定收网(演练、训练)
- 13、何时运用销售工具(演练、训练)
- 14、何时成交(演练、训练)

四、如何识别消费者的肢体语言

- 1、头部肢体语言解析(演练、训练)
- 2、手脚肢体语言解析(演练、训练)
- 3、眼眉肢体语言解析(演练、训练)
- 4、嘴舍肢体语言解析(演练、训练)

5、其他表情动作解析(演练、训练)