
《银行高端客户营销心里及购买技巧》

课程目标：

- 掌握大客户营销心理学，分析客户的行为，心理，性格特点，决策特点，培养顾客的信赖感。
- 掌握大客户营销的技巧，如何获得客户承诺，以及展现说服力，迅速促成交易。

课程特色：

- 针对销售心理学/大客户销售实际情况上之必要共通课题研究其相关的基本原则、方法及概念。
- 尊重人性及心理科学精神为核心；辅以精心设计的案例，分组讨论、演练，分享以及针对性的活动，是兼顾有效性、实用性及组织效益的企业主管训练课程。
- 协助销售人员在面对挑战与问题上，讨论与分享意见，不仅具备销售实务的概念，亦从彼此分享及个人经验中学习，易于落实与应用；系以实务应用为导向的课程。
- 扁平式的课程架构，单元间脉络相承，相对呼应，藉以建立整体性的管理概念。
- 以参与受训人员的知识、智能及经验为主，采取多元化教学方法进行意见交流及研讨，以达到相互启发的目的。

培训对象：销售骨干、营销骨干

授课时间：2天 16小时

课程大纲：

第一单元：高端客户心理与行为分析

一. 销售心理与行为分析

- 客户为什么会购买？
- 了解顾客的两大购买动机是什么？
- 如何发觉客户的问题，揭开他们真正的需求。
- 如何抓着「关键性的理由」来促成交易。
- 买卖的核心要素
- 达成消费的核心

二. 销售人员如何了解客户心理？

- 了解客户采购的考虑因素和决策心理
- 动机理论
- 关键按钮
- 高成交率模式解析

三. 什么是顾客心理学

四. 影响顾客购买的心理因素

- 动机
- 知觉
- 刺激—反应
- 性格
- 态度
- 生活方式
- 文化影响、社会阶层、群体影响

-
- 采购习惯

五. 客户性格的预测

- 学习九型人格的应用
- 通晓人性，探索人的行为内在动力
- 了解他人行为动机与及别人对事情反应
- 脑、心、腹三中心的探索

每个型格的性格解析

完美型，

- 全爱型 - 助人型

成就型

- 艺术型 - 自我型
- 智能型 - 思想型

忠诚型

- 丰富型 - 活跃型
- 领袖型 - 能力型
- 和平型 - 和谐型

1. 如何辨认购买者八种基本类型？如何分别进行销售？
2. 如何降低紧张严肃的气氛，使整个过程依购买者喜欢的公式进行。
3. 成功销售人员必备的两个特质？

六. 专业销售人员的价值主张

- 消费心理与消费行为的关系
- 不同客户的消费流程与专业销售流程

七. 培养顾客的信赖感

- 如何发展你的「信用债券」，来建立顾客对你的信赖感。
- 如何满足客户潜意识的需求。
- 如何利用五种类型的问题来建立亲和的客户关系。

八. 使人信服的七项秘诀

- 了解驱使人们购买的七大影响力。
- 学习一些关键性的字眼与行动，激起客户的购买欲。

九. 客户的感知模式

- 不同感知模式的特点
- 不同知感模式的对应方法

十. 客户的个性模式分类与沟通

- 追求型与逃避型
- 自我判定型与外界判定型
- 自我意识型与顾他意识型
- 配合型与拆散型

十一. 情境与采购者购买行为

- 消费者情境及其构成
- 沟通情境、购买情境、使用情境
- 情境、产品和消费者之间的交互影响

讲授法

案例法

小组讨论

小组发表

第二单元：高端客户营销技巧

一. 以『客户需求』为导向的销售心法

- 传统式与顾问式销售的不同
- 咨询式的销售技巧

二. 发挥影响力与说服力的秘诀

- 在潜意识中影响客户的能力
- 掌握七种购买讯号

三. 发掘更多潜在客户的方法

- 如何开发更多的客源
- 如何接近你的潜在客户
- 四. 确实掌握客户购买动机

● 顾客类型分析与应对技巧

● 顾客购买的四大心理阶段

五. 激发购买意愿的技巧

- 如何打动人心的产品解说技巧
- 成功的商谈技巧 处理客户的反对异议

六. 阐述并强化客户购买欲望

- 获得竞争优势
- 对“产品和服务”进行竞争力分析
- 制定竞争展示方案
- 确定长处与不足并做到扬长避短

-
- 克服竞争威胁
 - 巧妙地将自己与竞争对手进行比较

七. 产品呈现技巧

- 如何以客户为中心做方案陈述：FAB 法则
- 金字塔原理与倒金字塔原理
- 关联性陈述
- 非语言呈现技巧

八. 获得客户反馈的方法（讨论）

- 处理客户反馈的过程（讨论）
- 客户异议处理（分享与讨论）
- 购买影响力识别与处理技巧

九. 获得承诺

- 何时及怎样获得承诺（讨论）
- 客户不愿做出承诺的情境处理
- 跟进的沟通技巧

十. 成交技巧

- 快速成交的 7 个要诀
- 成交缔结的 11 项技巧 迈向成功销售之路

讲授法

案例法

小组讨论

小组发表

