

---

## (二) 感召营销

### 适应情景：

科技的快速发展，广告充斥着大街小巷，“酒香不过怕巷子深”这句话已成过眼云烟，如何吸引人的眼球同时让人们采取购买行动是摆在商家面前的一件事。

感召是一股强大的力量，在人类历史上众多英雄人物将感召力发挥的淋漓尽致，因而他们成为了领袖，成就了伟业，甚至改变了历史。感召不是伟人的专利，感召并非神秘。当今社会也有很多人把感召发挥的很好，电影《英雄》、《阿凡达》等票房不是屡屡创造新高。淘宝、小米、微信很多新兴的企业成功的利用口碑营销屡屡突破困境，创造出市场上的奇迹。在今天的市场上没有感召力，就不可能成为优秀的老板，不可能将事业发展壮大。

如今购买过产品的客户评价在其他客户购买决策的过程中起着举足轻重的作用，一般人很难理解客户何以在没有任何金钱获益的情况下，不断向外界推介所购买过的产品，有的客户甚至在多年以后，仍然会主动推荐客户。这种客户的忠诚度令人惊讶，也启发很多有远见的企业家将这种模式引入自己的企业中，用于谈判、销售的过程，或是加强人际之间的沟通、联系。有的人干脆使其成为生活的一部分，以感召作为教育孩子的新方法。

### 课程特色：

- 结合先进的企业教练技术和 NLP 理论，体系完备。
- 分组讨论、体验互动、实地演练、收获硕果。
- 以人为本、从心出发、打动其心、自愿购买。
- 本课程特别适合高附加值体验式的产品营销使用。
- 对于提升领导者凝聚团队、提升团队士气不可多得。
- 站在冷静的角度，从整体上浮现感召营销的核心，深入剖析感召精髓。
- 课后提供网络应用跟进三个月，提供 QQ 咨询服务。

### 学习收获

■ 通过一天的学习，可以使你的营销模式升级，从心底热爱销售，团队氛围热情高涨，积极主动，真正实现享受营销。

■ 感召营销以人为本，就是要以顾客内心的感受，需求和价值为本，真正理解他的想法、关注他的心态、触动他的内心、感动他的心灵，从而做出选择消费的行为。

■ 感召营销使您的业绩倍增的同时，客户会疯狂的感谢你，并不断地为你转介绍客户，再也不愁没有客户了！

■ 你希望现在、立刻、马上拥有 10 年一直为你不断转介绍的客户的模式还是 10 年、20 年后再拥有这套模式？

■ 感召的能力人人皆有，感召营销无处不在，口碑传播的内在引爆器。

■ 人因理想而改变，学了感召营销，实现人生价值，达成一生梦想！

### 课程时长：7 小时

**学员对象：**企业骨干员工、高附加值产品的销售人员

---

**每班人数：**80人

## **课程大纲：**

### **第一部分 感召的理论基础**

- 1.1 要么感召，要么被感召。
- 1.2 进入口碑的资格
- 1.3 感召的形式
- 1.4 感召的误区
- 1.5 感召模式

### **第二部分 感召的五个步骤**

#### **□ 2.1 定向**

- 2.1.1 范畴的定向
- 2.1.2 目标的定向
- 2.1.3 个人的定向
- 2.1.4 定向的形式
- 2.1.5 定向需要承诺

#### **□ 2.2 联系**

- 2.2.1 联系是与顾客建立信任的过程
- 2.2.2 诚实不会让客户感到突然
- 2.2.3 企业的尊重和关心让他购买
- 2.2.4 感召者要释放自己的人性
- 2.2.5 是人们的人际关系的检视表

#### **□ 2.3 挖掘**

- 2.3.1 启发前先找到他的理想
- 2.3.2 挖掘从两个方向着手
- 2.3.3 通过发问来启发对方
- 2.3.4 需要用心聆听

#### **□ 2.4 选择**

- 2.4.1 面临一个选择
- 2.4.2 客户的选择“是”与“否”
- 2.4.3 给顾客选择的权利和空间
- 2.4.4 感召自己继续去感召
- 2.4.5 将焦点放在对方身上，不怕别人拒绝的。

#### **□ 2.5 行动**

- 2.5.1 对方的行动才是衡量感召的标尺
- 2.5.2 采取邀请非要求方式
- 2.5.3 邀请方式给顾客一个宽松的环境
- 2.5.4 当顾客答应行动后要为他的目标做准备
- 2.5.5 能否感召到对方考验感召力；对方能否有效行动考验执行力。

### **第三部分 感召实践**

- 3.1 分组定向
- 3.2 感召
- 3.3 总结分享

