

# 客户销售心理学与高效沟通技巧

## 【课程背景】

世界上没有任何机构可以在没有客户的情况下生存，所以，客户服务贯穿全程，绝非仅停留在最终的售后服务。管理学家说，销售是服务的一部分；也可以说，服务是销售的最高境界。

---

服务与销售是企业营销活动中最核心的因素，而几乎每个营销高手都是心理学家，对客户心理研究都有一定的境界。营销的最关键点就是建立信赖感，而建立信赖感的前提是摸透客户的心理，弄明白客户心理的真正想法，继而解决客户问题、满足客户需求。

了解了客户的喜好和需求，就找到了攻心的切入点。那么，如何才能启动客户的“心灵按钮”呢？营销本身就是一个沟通的过程，你发出的信息可能不同于你所认为发出的信息，因为只有客户接受到的才真正有效。结合心理学的高EQ沟通法则，在启动按钮的同时帮助我们管理客户的情绪、化解客户的抵

触、掌握客

户的真实想法，从而愉快地达成交易或解决投诉！

## **【课程对象】**

IT企业的销售主管，销售经理与销售相关的工作人员等

## **【课程时间】** 2天

## **【授课方式】**

视频+案例分析+讲解+互动

## **【课程大纲】**

### **第一讲：新的销售环境**

- 一. 快速变化的市场
- 二. 高端客户销售的特点
- 三. 高端客户销售的关键
  - 1、发展关系
  - 2、建立信任
  - 3、引导需求
  - 4、解决问题

### **第二讲：高端客户销售心理学——购买心理与行为分析**

- 一. 销售心理与行为分析
  - 1、客户为什么会购买？

2、买卖的核心要素

3、达成消费的核心

二. 销售人员如何了解客户心理？

1、动机理论

2、榜样的力量

3、关键按钮

4、高成交率模式解析

三. 专业销售人员的价值主张

1、消费心理与消费行为的关系

2、不同客户的消费流程与专业销售流程

案例研讨 – 客户个性分析

四. 客户需求状况

1、完全明确型

2、半明确型

3、不明确

五. 客户的感知模式

1、不同感知模式的特点

2、不同知感模式的对应方法

六. 情境与消费者购买行为

1、消费者情境及其构成

2、沟通情境、购买情境、使用情境

3、情境、产品和消费者之间的交互影响

**第三讲 销售如何察言观色—自知者明，知人者胜**

如何从接触过程中外貌体形言谈举止中去判断客户性格类型，客户思维类型，

客户内心变化，发现和满足客户需求。

**第四讲 塑造职业和专业形象及细节**

1、销售冠军留下良好第一印象的重要性

2、营销人职业素养修炼

**第五讲 高效面谈的沟通力--让我们和客户走得更近**

销售冠军打出“听、问、说、笑，赞美”组合拳

1.沟通的信念

2.沟通的策略

3.说话的技巧

4.沟通三要素

5.发问的技巧之聆听

6.沟通技巧之赞美

7.沟通技巧之发问

8.设计问题的原则

9.问题类型实例：

10.分清客户类型，确定沟通策略

## **第六讲 如何与不同性格的人沟通**

1、如何与活泼型的人沟通

2、如何与完美型的人沟通

3、如何与力量型的人沟通

4、如何与和平型的人沟通

## **第七讲 SPIN 提问式销售沟通技巧**

第一节 了解客户购买流程

- 1、传统销售流程及其弊端
- 2、以客户为中心的销售流程→七大步骤详解
- 3、客户购买流程 ó 销售流程匹配图

## 第二节 了解客户需求

- 1、常见的提问方式：<sup>2</sup> 封闭式的问题 <sup>2</sup> 开放式的问题
- 2、五大问题可以经常问，而且客户会比较感兴趣。
- 3、我们客户最关心的五个方面问题
- 4、隐藏需求与明显需求

## 第三节 SPIN 提问式销售技巧

- 1、 S-询问客户的现状问题 【案例 1】

目的：找出现状问题的目的是为了了解客户可能存在的不满和问题

- 2、 P-了解客户现在所遇到的问题和困难 【案例 2】

目的：询问客户现在的困难和不满的情况。

- 3、 I-暗示或牵连性问题，它能够引申出更多问题 【案例 3】

目的：（1）让客户想象一下现有问题将带来的后果 （2）引发更多的问题

#### 4、N-告诉客户关于价值的问题 【案例 4】

目的：让客户把注意力从问题转移到解决方案上，并且让客户感觉到这种解决方案将给他带来的好处。

#### 第四节 如何应对客户低调反应

##### 一、要点回顾

1、确保销售流程与购买流程同步

2、掌握 SPIN 提问技巧 【案例 6：】

3、调整客户的优先顺序 【案例 7】

4、严守 FAB 销售法则

##### 二、客户购买阶段的注意事项

1、了解客户购买流程

2、客户内部销售：特征 技巧 遗忘曲线与内部销售 【自检】

##### 三、如何应对客户低调反应

1、低调反应对销售工作的影响

2、三种低调反应者特点：专业采购人员、大生意的决策者、高级经理

### 3、四种常见错误及应对方法【自检】

☆说话太快

☆把低调反应者错当异议者

☆过度反应

☆过度重复

### 第八讲 销售无敌成交方法及影响力- 让客户说“是”

1、解除客户的抗拒点；让对方认可你及产品？

2、成交

3、项目进展的标志

4、暂时中断的标志

5、怎样报价

6、报价注意事项

7、项目失控丢单的信号