

**课程名称：《基于大客户需求因素的谈资解决方案》初阶**

**主讲：沈琳洁老师 6 课时**

引言：“以客为尊”大客户服务更专业的时代来临

思考：智能投顾给客户经理带来了怎样的机遇和挑战？

如何根据不同层级的客户提供人性化的个性服务？

## 课程大纲/要点：

### 一、深度挖掘大客户需求背后的需求

阐释：客户触点、焦点、幸福点

结构：人脉“苹果”论

#### 1、定位大客户谈资话题的维度与场景

身份标签

地域特性

社交圈子

性格属性

场景区分

#### 2、如何真正理解马斯洛需求中所描述的符合当下大客户情况的需求

案例：需求背后的需求

深度焦虑的马律师

日夜健身的王太太

### 二、谈资应用的模型解构

#### 1、阐释谈资模型 4 大要素

案例：5 分钟 20 亿是什么撬动了客户心里的弦？

#### 2、大客户沟通模型解构

三大必备话术

五个正确姿势

六大主因

七个措辞菜谱

### 三、谈资话题的精选与场景赋能——“谈笑有鸿儒”的工具使用

工具：谈资话题偏好导图（4 级目录）

赋能 1: 奢侈品的深度认知与聊天技能

必备的话题细分

渠道与获取

投资建议与购买建议

赞美的力量

赋能 2: 茶学茶道的社交应用场合与行为

中西茶段子

茶的基础认知与话题细分

第 2 页 共 3 页

场合禁忌与客户性格细分

茶类艺术品鉴赏能力与投资渠道

