



# 高端客户营销心理学与技巧

## 课程背景：

营销人员每天都在面对客户，面对不同的客户需要做出不同的应对。我们不再空想有那么一种技能可以赢得所有客户的好感。人的性格，生活环境，受教育程度，工作性质，甚至昨天看的一部电视剧听到的一句话都会影响他做出不一样的判断和决定。

本课程旨在通过多名各行业的销售高手，在面对不同的客户时做出的不同应案例对大家做出启发。这其中有很多技巧我们虽不可以硬搬至工作中。但也可以参照和融汇，变成自己的技能。

销售人员就是不断地揣摩客户心态，了解对方需求，推出合理产品的工作。

## 学员收益：

1. 成为了解客户的高手
2. 了解自身心理状态
3. 找到自身工作中一直停滞不前的原因
4. 化解人际冲突,创造和谐工作环境
5. 分析客户，推出合理应对解决方案

## 课程时间：

1天

## 课程大纲：

### 第一部分:我们是否足够自信？自信心如何建立？

1. 自信心测评
2. 自信心从何而来？
3. 对自信心的几个误解  
游戏:翻叶子

### 自信心如何建立？

1. 要为自己确立目标
2. 发挥自己的长处
3. 做事要有计划♦
4. 做事不拖延♦
5. 轻易不要放弃♦



6. 学会自我激励♦
7. 不要让自己成为别人
8. 多与支持你的人来往
9. 寻找好的环境
10. 每天进步一点点
11. 找一位类似自己的成功者作楷模
12. 不因别人的反对而停止前进脚步

演练：自信心语言练习

## 第二部分:直面内心的恐惧

1. 恐惧由何而来
2. 害怕把自己交出去
3. 害怕改变自己
4. 害怕承认自己
5. 面对恐惧的应对政策

游戏:看图演戏

## 第三部分:销售心理突破

1. 我应该做什么?
2. 我能够做什么?
3. 我还可以做什么?
4. 客户心理分析
5. 接触客户的策略
6. 如何探寻需求
7. 产品展示的要点
8. 促成只是水到渠成
9. 加大销售演练的力度(任何销售结果来自演练)

## 第四部分：高端客户特点与应对方式

- 一、高端为客户带来什么？



1. 正确理解高端的含义
  - 每个人眼中的高端意义不同
  - 从品质看高端
  - 从品牌看高端
  - 从设计理念看高端
  - 从外观看高端
  - 从内涵看高端
  - 从价格看高端

## 二、性能还是性价

- a) 高端客户看重什么？
- b) 高端客户中的不同
- c) 幸福指数最高的身价

## 三、高端与中产的区别

- a) 中产与高端人士的购物习惯比较
- b) 中产与高端人士的思考习惯比较
- c) 中产与高端人士的生活习惯比较

## 四、自信面对高端客户

- a) 突破心理障碍，不卑不亢
- b) 注重个性思维
- c) 第一印象非常重要
- d) 专业知识与专业服务
- e) 建立个人与团队品牌，诚信度
- f) 良好的个人习惯

## 五、八个客户消费心理

- a) 讲面子
- b) 从众
- c) 推崇权威
- d) 爱占便宜
- e) 担心后悔
- f) 心理价位设定
- g) 炫耀
- h) 攀比

## 第五部分：这类客户都在想什么？（客户心理类型分析）

### 一、这些“奇葩”客户

1. 犹豫不决型
2. 脾气暴躁型
3. 自命清高型
4. 世故老练型
5. 小心翼翼型
6. 节约俭朴型



7. 来去匆匆型
8. 理智好辩型
9. 虚荣心强型
10. 贪小便宜型
11. 八面玲珑型
12. 滔滔不绝型
13. 沉默羔羊型

式 . 客户类型分析

- 客户思维习惯分析
  1. 视觉型
  2. 听觉型
  3. 内感型
- 客户思维角度分析
  1. 求同型
  2. 求同存异型
  3. 求异存同型
  4. 求异型
- 客户购买习惯分析
  1. 无知型
  2. 专家型
  3. 亲信权威型
  4. 后遗症型

第六部分：人们为什么购买？暗示的力量

1. 消费者购买行为模式
2. 影响消费者购买行为的主要因素
3. 组织购买行为和特点
4. 打破模式
5. 24小时便利店的产生

暗示的力量

1. 外部环境
2. 身边的人
3. 自身表现
4. 展示自信
5. 积极、愉快
6. 成功的外形