

# 心理学在高端客户营销中的应用

## 课程背景：

据胡润研究院调查数据显示，截止到 2018 年，大中华区拥有千万资产的“高净值家庭”数量达到 201 万户，比上一年增长 8.1%，其中拥有亿万可投资资产的“超高净值家庭”数量达到 6.5 万户；除了私募、私人银行和信托公司以外，越来越多的金融企业将视角也瞄向了中国的高净值客户，成为 2019 的发展重点和增长点。

这是一次世纪性的机遇，所以对于我们财富行业的从业人员亟待提升自身素养，专业能力，以为高净值人群提供全面解决方案，所有顶尖的、业绩优良从业人员都是先做客户的朋友，再做产品的专业人士，最后做客户的顾问，用自己的专业知识，为客户配备更好的产品，解决客户的问题，提高客户的工作效率，提升客户的生活品质。

本课程将告诉大家如何充分心理学 NLP 的学问，充分挖掘和把握客户需求挖掘，更加轻松在多赢情况收获成功和喜悦。

## 课程目标：

- 学会一套结合 NLP 心理学的销售模式
- 学会迅速与客户建立信赖感的方法和技巧，赢得销售
- 了解买卖行为的核心本质，掌握实战销售的相关概念及实施技巧，从根本上把握与推进销售
- 通过实战演练、互动讨论等方式，发现销售中可能碰到的问题，并知道如何进行有效预防、处理，获得一套成功的系统销售流程与实战销售技巧，增加成交率
- 学会巅峰心理学,积极乐观的面对生活

**课程时间：**2 天，6 小时/天

**课程方式：**讲授 40%、案例 30%、互动讨论及演练 30%

**课程对象：**销售经理、客户经理、销售精英

## 课程大纲

### 开篇：什么是神奇的 NLP？

#### 一、NLP（神经语言学）介绍

#### 二、顶尖销售人员应具备的心态和条件

1. 强烈的自信心和良好的自我形象
2. 强烈的企图心（想要得到更多、做的更好）
3. 对产品的十足的信心
4. 注重个人学习成长
5. 高度的热诚和服务心
6. 非凡的亲和力
7. 对结果自我负责
8. 明确的目标和计划

### 上篇：找对人——寻找客户

#### 一、成交从正确的认识开始—开发客户的 8 个问题

1. 我到底在卖什么？
2. 我的客户必须具备哪些条件？
3. 客户为什么会向我购买？

4. 客户为什么不向我购买？
5. 谁是我的客户？
6. 我的客户会在哪里出现？
7. 客户什么时候会买、什么时候不买？
8. 谁在跟我抢客户？

**互动：谁是我的客户：**客户画像——团队共创

分小组分别画出理想客户画像

## 二、高端客户的十八大来源

1. 缘故关系法——利用即有人脉开拓客户的方法。
2. 陌生拜访法——随时随地交换名片，陌生人变熟人，熟人变关系
3. 电话行销法——深耕加广播全方位营销
4. 问卷调查法——借机接触和交流
5. 交叉销售法——用第三只眼睛看客户
6. 转介绍——客户自动倍增良策
7. 职团开拓法——善用团队的力量
8. 优质服务法——营销客户再次购买的机会
9. 目标市场法——找到适合自己的细分市场

**案例：**一份目标市场的行销计划的价值

10. 聚会参与法——到人多的地方找客户
11. 交换名片法——重复利用客户资源
12. 举办讲座法——专业展示吸引客户
13. 报纸资讯法
14. 客户挖角法——竞争对手的不足就是我们的需求
15. 购买名单法
16. 网络交流法——牢记互联网的财富
17. 特定群体开拓法——行业协会、商圈、旅伴、俱乐部、客户家等
18. 培养教父法，写下 20 个教父名单

**互动：**写下自己最擅长，以及最期待开拓高端客户来源的方式，小组成员互相点评

## 三 影响一生的十种人脉

1. 房地长中介
2. 银行高职
3. 当地税警
4. 灵通人士
5. 猎头公司
6. 当地名人
7. 理财专家
8. 媒体新闻
9. 医生律师
10. 维修专家

**互动：**请小组共同讨论，小组成员可以呈现的 20 条以上关键人脉关系

**中篇：说对话——沟通**

### 一、成功挖掘高净值客户十大需求点

1. 资产保全
2. 投资理财
3. 跨境移民

4. 婚姻财产
5. 顺利传承
6. 保护幼子
7. 税务筹划
8. CRS 规划
9. 高端养老
10. 家企隔离

**互动：**针对目前 2019 全球经济状况下，高净值人群具体的需求和渴望

## 二、客户喜欢的十个理由

1. 说话要真诚
2. 给客户一个购买的理由
3. 让客户知道不只是他一个人购买了这款产品
4. 热情的销售员最容易成功
5. 不要在客户面前表现得自以为是
6. 注意倾听客户的话，了解客户的所思所想
7. 你能够给客户什么样的服务
8. 不要在客户面前诋毁别人
9. 当客户无意购买时，千万不要用老掉牙的销售伎俩向他施压
10. 攻心为上，攻城为下

**互动：**小组讨论，自己最佳实践案例

## 下篇：做对事——成交

### 一、第一次接触

约见客户应该注意的几件事情

1. 视觉想象、回忆、热身运动
2. 好的开场白
3. 注意外表形象和穿着
4. 注意说话的音调和声音
5. 注意肢体动作
6. 注意产品简介和包装

### 二、如何进入顾客的频道建立亲和力

亲和力建立的五步方法

1. 情绪同步
2. 语调和速度同步
3. 镜面印象法
4. 语言文字同步
5. 合一架构法

**案例：**小王成功建立客户信任关系的 5 种不同做法

### 三、如何介绍产品和展示产品

策略

1. 视觉型
2. 听觉型
3. 感觉型
4. 时间型
5. 次数型

**互动：**模仿老师的演练，一起来学习和创造针对不同偏好的客户展示方法，并且互相点评

## 四、如何面对和处理异议

### 处理客户抗拒的方法

1. 了解客户产生抗拒的原因
2. 要耐心的倾听
3. 确认客户的抗拒，用问题代替回答
4. 对抗拒表示认同和赞同（合一架构法）
5. 假设解除抗拒法
6. 反客为主法
7. 从新框式法（定义转换法）
8. 提示引导法
9. 新锚建立法（触景生情）

### 五 判断：是不是我的“菜”-客户与理财顾问的匹配度

1. 夏洛克的客户特征分析框架
2. 我们按照理财顾问在不同象限承担角色的不同，提炼出 **MI3 模型（理财师角色模型）**，帮助大家在更多维度上获取和维护更多的客户
3. 针对于客户的专业度和控制欲，四个象限客户的匹配

**互动：**小组讨论，每个理财师自己身上的特质和需要提升的方面

### 六、演练成交四部曲

1. 开场
2. KYC
3. 异议
4. 成交

**实战演练：**如何对新客户张先生进行快速而有效 KYC 训练？

**实战演练：**对张先生做资产配置练习