
《客户心理学》

主讲：张美娟老师

课程方式

课程讲授—Lecture 案例分析—Case 角色扮演—RP 分组讨论—GD
游戏体验—Game 情景模拟—Test 视频资料—Video 教练提问—Question

课程时长

1天，6小时/天

课程对象

营销总监、销售经理、市场经理、大区经理等企业中级营销管理人员；负责考核、监管营销部门的人力经理、人力副总、营销副总及总经理、董事长

课程收益

学会把心理学运用到营销实战中去，从客户心理、渠道心理、品牌心理、团队心理四个维度，全方位打造攻无不克、战无不胜的营销精兵猛将；

学会如何运用、学会变通运用中国传统管理思想，并与西方经典营销理论相互印证，提高各级管理者的思维层次，解开日常工作中的管理难题。

课程大纲

上篇：客户心理学

◆ 客户心理学模式解读

- ◇ 客户便利度提升
- ◇ 客户舒适度提升
- ◇ 客户感动度提升
- ◇ 客户战略突破---120期望法则

◆ 不同心理客户的营销方式

- ◇ 偏执型人格 癔症型人格
- ◇ 强迫型人格 回避型人格
- ◇ 分裂型人格 依赖型人格
- ◇ 攻击型人格 自恋型人格

◆ 客户问答的方式

◆ 客户异议的处理

◆ 客户成交的技巧

- ◇ 成交时机
- ◇ 行为信号
- ◇ 成交方法

◆ 大客户营销的心理揭秘

◆ 客户心理学案例解读

※ 中篇：品牌心理学

◆ 中国消费者的四大心理特征

- ◇ 有限心智，导致朝秦暮楚
- ◇ 有限理性，导致先入为主
- ◇ 有限精力，导致无所适从
- ◇ 有限经验，导致从众效应

◆ 品牌心理学模式创新

- ◇ 第一式：品牌加法（加功能、加概念、加光环）
- ◇ 第二式：品牌减法（减抄袭、减变化、减延伸）
- ◇ 第三式：品牌乘法（乘热点、乘故事、乘背景）
- ◇ 第四式：品牌除法（除竞争、除危机、除炒作）

◆ 产品、价格实战技巧

◆ 促销、促通实战技巧

◆ 广告、公关实战技巧

◆ 行业一线案例解读

※ 下篇：渠道心理学

◆ 渠道博弈——互动决策论

- ◇ 零和博弈
- ◇ 负和博弈
- ◇ 正和博弈

◆ 渠道关系——厂商博弈的五种模型

-
- ◇ X理论
 - ◇ Y理论
 - ◇ Z理论
 - ◇ 超Y理论
 - ◇ 超越理论

◆ 市场调研与竞争心理学

- ◇ 调研分类
- ◇ 调研方式
- ◇ 调研技巧

◆ 一线案例解读----渠道管理政策的核心要点