



“为客户创造价值，
帮助客户成功”

如何提升销售业绩——

“客户行为心理学”

主讲：郑时墨老师

【课程背景】：

本课程运用国际最前沿的脑神经学和消费者心理学研究成果，帮助营销人员在营销时，通过彻底了解客户的决策和购买过程，有针对性地设计沟通策略、制定价格、撰写销售故事、制订销售策略，以降低营销费用，提升营销效果。

【课程对象】：

销售经理、销售代表、谈判代表，营销策划人员，及客服与销售项目相关人员等

【课程目标】：

- 1、了解心理学在营销中的应用；
- 2、了解客户消费者做决策心理过程；
- 3、掌握学习识别不同客户心理的核心技能；
- 4、训练自己识别不同客户行为背后的心理能力；
- 5、掌握与不同心理客户的沟通技巧等。

【课程内容】

第一部分：客户心理学的魔力

一、营销案例：用心理学提升销量

二、客户心理学解密大脑中的“购买”键

- 1 科学家探秘大脑在购物时的反应
- 2 脑核磁共振检测人对什么广告、货品最感兴趣
- 3 眼动追踪观察人对什么货品最有兴趣
- 4 皮肤电导率测试人什么时候有情感唤醒

三、大脑决策的秘密

- 1 大脑构造分为：新脑、间脑、旧脑
- 2 新脑：处理理性数据
- 3 间脑：处理情感和直觉
- 4 旧脑：做决策
- 5 营销中如何善于与旧脑对话

第二部分 解读神奇的“人性地图”——九型人格解析

分别分析九种性格的特质，（1号--9号）。每种性格从以下不同角度进行解析。

一、1号人格

1、1号性格解析

世界观

潜在恐惧

潜在欲望

行为动机

注意力焦点

领导方式

性格倾向

代表人物

2、如何识别1号人格

(1) 从形象气质

(2) 从行为特点

(3) 1号性格公众代表展示

(4) 2号人格生活人物代表展示

3、1号人格建议和与1号的相处之道

4、1号人格的自我确认

5、1号人格的变化

6、1号人格的提升方向

.....

.....

.....

九、9号人格

1、9号性格解析

世界观

潜在恐惧

潜在欲望

行为动机

注意力焦点

领导方式

性格倾向

代表人物

- 2、如何识别 9 号人格
 - (1) 从形象气质
 - (2) 从行为特点
 - (3) 9 号性格公众代表展示
 - (4) 9 号人格生活人物代表展示
- 3、9 号人格建议和与 9 号的相处之道
- 4、9 号人格的自我确认
- 5、9 号人格的变化
- 6、9 号人格的提升方向

第三部分 九型人格的深入

(一) 九型人格的总结

- 1、按三种健康状态分类
- 2、(1) 按三个能量中心分类
分 3 个小组进行（感受、直觉、思考）讨论：
小组 1：心中心（2、3、4）3 种人格的共同特征，优缺点及提升方向。
小组 2：腹中心（8、9、1）3 种人格的共同特征，优缺点及提升方向
小组 3：脑中心（5、6、7）3 种人格的共同特征，优缺点及提升方向
- (2) 小组派代表发言交流
- (3) 总结

(二) 九型人格的升华

- 1、突破自我的心智模式
- 2、每个型格的局限和提升方向

第四部分：打动客户大脑的心理故事

一、故事打动用户大脑的独特魅力

- 1 故事刺激大脑的不同部位
- 2 故事吸引用户紧紧跟随

二、心理故事的 5 幕结构

- 1 环境人物设置 Exposition
- 2 引发冲突的事件 Rising Action
- 3 冲突到高潮 Climax
- 4 主人公绝地反击 Falling Action
- 5 美好结局 Denouement

练习：分解经典作品中的5幕结构

练习：用5幕结构为自己撰写动人软文

三、加强故事说服性的心理学秘密

- 1 典型用户使用产品的典型场景
- 2 用户痛点引发的巨大痛苦
- 3 对比用户的采用你产品前后的状况
- 4 再次强调你的产品

第五部分：让客户接受定价的心理学秘密

一、高价与低价的脑反应

- 1 高价=大脑产生痛感
- 2 低价=大脑产生快感

二、减少客户花钱痛感的7个心理秘籍

- 1 锚定效应
- 2 数字的左位效应
- 3 用户组合代替零卖
- 4 使用非现金支付
- 5 降低付费频率
- 6 价格不变减少规格
- 7 玩数字游戏

三、如何让价格敏感者接受定价

- 1 降价看相对值
- 2 让用户难以比价
- 3 避免用户的失去感

第六部分：让客户走心的广告宣传

一、制作和散播宣传册的心理学意义

- 1 熟悉的就是优选
- 2 贴标签

二、减轻用户选择焦虑的“最佳数字”

- 1 理解用户的选择焦虑
- 2 帮助用户选择

三、根据不同类型的用户的心理特征制订内容框架

- 1 高权力距离 VS.低权力距离用户内容偏好不同
- 2 个人主义 VS.集体主义用户的内容偏好不同
- 3 男性 VS.女性内容偏好不同
- 4 开放文化 VS 保守文化内容偏好的不同

四、如何让视觉信息具有说服力

- 1 黄金分割比例
- 2 颜色
- 3 排版
- 4 图文并茂
- 5 打动用户的图片8规则

五、善用打动用户大脑的“冲击力词汇”

- 1 最具冲击力的两个词汇
- 2 善用形容词营造画面感

六、用字体赢得用户好感

- 1 用字体营造友善感
- 2 用字体营造传统感
- 3 用字体营造精明感

第七部分：让客户买单的身体语言

一、观察用户的身体语言

- 1 解码用户面部表情
- 2 解码用户身体姿态
- 3 解码用户的穿着打扮

二、站位行销法

- 1 右侧营销法
- 2 左右暗示营销法

三、信心满满的销售体态

- 1 自信体态带来的销售奇迹
- 2 促进自信销售的体态调整法

四、友善身体语言的要素

- 1 温度
- 2 微笑
- 3 肢体接触