

《SPIN，从心开始》

关家驹

【课程背景】

在新零售的C端背景下！工业文明不断颠覆，行业互联网无孔不入，水银泻地。变化的商业模式，不变的是客户的购买动机和演进过程，掌握客户的心理活动和购买动机演进，就能从长周期、决策复杂中认知我们的客户心理活动轨迹、掌握客户的性格特征和决策习惯从而让我们的行动有的放矢。

本次课程通过客户购买决策的形成分析，解读客户性格和气质类型对于购买决策的影响，赋能于学员如何通过有效的拜访动作，实现对客户的购买行为的影响、干预和帮助。

【课程收益】

- ◇ 洞悉客户购买需求产生背后的心理复杂的演进过程；
- ◇ 从客户购买决策的气质类型，剖析购买行为类型；
- ◇ 培养关键的客户拜访人际交往能力；
- ◇ 运用正确的人际交往能力，提升大客户销售成功的几率

【课程特色】

战略落地、目标分解、实战、可执行、高效

【课程对象】

销售管理者，大客户销售经理、销售人员

【课程时间】 6小时

【课程大纲】

一、课程导入

【案例教学】幸福来敲门

启示：真诚只是你的习惯，成功需要不断地训练

二、读心术是个硬功夫

1、客户认知过程

- 感觉和知觉
- 记忆和思维
- 想象和注意

2、客户的情感过程

- 客户情感过程的含义
- 影响客户情感变化的因素

3、客户的决定过程

- 客户决定过程的含义
- 客户决定过程的基本特征

- 客户的意志过程的阶段
- 客户心理活动过程的统一性

三、见招拆招是软实力

- 1、客户个性概述及构成诱因
- 2、四种气质类型的关键技能

四、望闻问切的“硬核”能力打造

1、“慧眼”识需求

- 我们为什么观察
- 观察的动作
- 观察的养成
- 首因与晕轮
- 2、“刨根问底”是需求发现的最佳路径
- 买家是否有问题要问或是否有提问的机会？
- 买家是否有问题要解决？
- 买家是否对目前的承诺或改进明显不满？
- 买家信任你并相信你就是他们想要的最佳人选吗？
- 五个超越提问的技能
- 初次拜访的 24 个笔记

3、倾听是拉近关系的催化剂

- 准备
- 培养兴趣
- 倾听主要观点
- 集中注意力
- 提供语言反馈
- 留心肢体语言
- 学会克制自己

4、用心说服才有效

- 提高说服者信誉
- 了解说服对象
- 把握说服时机
- 营造说服氛围
- “硬核”说服五招

五、战课程总结与回顾