

# 消费行为心理学

<b>课程名称</b>
销售心理学---让成交轻而易举
<b>课程背景和针对问题</b>
<p>在销售过程中，我们想法设法希望达成成交，卖出我们的产品获得价值和利润，客户的认同。可处于产品同质化严重、竞争手段层出不穷的今天，销售工作的难度越来越大，很多时候我们明明有着不错的资源和状态，有着良好的意愿动机，却还是黯然退败，得不到客户认同。</p> <p>造成这种销售败局的原因有很多，但无疑如果我们能更好的洞悉客户心理变化，掌握他人心理和思维过程，定会让我们的销售工作开展的更为顺利。</p> <p>本课程旨在员工角度，去协助销售人员分析客户心理状态，帮助员工建立促进和客户的关系，进而松懈客户防御，以期抓住客户需求痛点，给出解决方案进而完成销售。</p>
<b>学习收益</b>
客户性格定位 感性销售法---从细节获得客户好感 中国消费者八大心理特征 销售人员的健康积极心态特征 销售的基本工具和技巧 销售中如何调整和影响彼此的情绪
<b>适合对象</b>
各企业团队中高层管理人员、销售人员和基层员工。对心理学有兴趣的人士。
<b>课程纲要（目录）</b>
壹、 开场  1、 讲师自我介绍 2、 破冰互动游戏 3、 分组和讨论  贰、 什么是销售  1、 销售不是卖产品，而是卖感觉 2、 销售不是卖产品，而是买自己和感情 3、 销售成本和销售收益对比的二八原则  参、 消费心理学  1、 消费者心理分析：顾客为什么冷淡 2、 消费者心理分析：顾客为什么嫌贵

<p>3、消费者性格定位：老虎、孔雀、猫头鹰、考拉不同性格的消费者如何应对</p> <p>4、针对不同类型的消费者如何应对</p> <p>5、自我性格适合什么样的销售模式：强硬、展示、温和、专业</p>
<p>四、 销售读心术</p> <p>1、 如何了解客户是否有意愿成交</p> <p>2、 中国消费者六大心理特征：求实心理、求美心理、面子心理、占便宜心理、从众心理、惧错心理</p> <p>3、 客户拒绝的可能性及其应对方法</p>
<p>伍、 基本销售话术</p> <p>1、 FABE产品介绍法</p> <p>2、 FORM客户信息搜集法</p> <p>3、 金字塔表达法</p> <p>4、 XYZ动机表达法</p> <p>5、 陌拜的开场技巧：穿着打扮、提前调查、多次预设、对前台的尊重和礼貌、对于拒绝的应对</p>
<p>六、 客诉和异议处理</p> <p>1、 心态改变，投诉的客户是好客户</p> <p>2、 异议处理5大流程—道歉、倾听、认可、提问、方案</p> <p>3、 先跟后代NLP技巧</p> <p>4、 倾听技巧</p> <p>5、 情绪管理技巧</p>
<p><b>主要教学方法</b></p>
<p>·讲授法、案例法、互动参与法、角色扮演。</p>
<p><b>场地和设备要求</b></p>
<p>·黑板、讲台、投影设备、激光笔、白纸、粉笔。</p>
<p><b>课程时间</b></p>
<p>·6个小时</p>
<p><b>训前准备工作</b></p>
<p>·1、提前7-15天准备好相应学员背景资料</p> <p>·2、提前告知讲师开课时间和特殊要求</p>
<p><b>训后培训评估</b></p>
<p>·1、培训评估调查表</p> <p>·2、培训效果试题</p> <p>·3、HR部门使用培训效果追踪评估表</p>

