

《客户沟通及营销技能提升》课程教学大纲

课程名称：《客户沟通及营销技能提升》

课程性质：内训/公开课

教学时数：6小时（一天）

课程收益：微念作为新型的网络运营公司，以全新的模式为各种食品企业提供服务。公司的“产品”是创新的、多元的，在与客户的沟通中如何塑造公司形象，体现优势，这就要求营销人员熟练的掌握全方位的沟通技巧，洞察客户心理，抓住客户的痛点、挖掘客户的需求；具备产品的销讲能力，产品价值的塑造能力，打消客户的种种顾虑，创造更多商机，提高业绩。

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，增加课程的实用性。

教学纲要：

第一章：客户的心理洞察及对策

一、客户常见的心理

1. 上帝心理
2. 炫耀心理
3. 求利心理
4. 求变心理
5. 从众心理
6. 逆反心理
7. 防范心理
8. 权利心理
9. 焦虑心理
10. 同情心理

二、客户行为语言的心理分析

1. 眼神的分析与判断
2. 面部表情的分析与判断
3. 肢体语言的解读
4. 语气语调的分析与判断
5. 客户公司地位的判断
6. 客户办公场景的解读
7. 案例：WTO 谈判的启示
8. 案例：肢体语言在谈判中的运用
9. 案例：特朗普的“极限施压”启示
10. 工具：客户分析 RFM 模型
11. 工具 CRM 数据分析与精准营销

第二章：客户沟通心理学

一、不同层级的沟通方式

1. 总裁命运共同体
2. 高层精神共同体
3. 中层事业共同体
4. 基础利益共同体

二、高级沟通在“魂”魂

1. 相同的价值观
2. 相近的处事方法
3. 学会赞美
4. 走心的沟通-唱和术
5. 关键是我懂你

三、互联网语言有温度

1. 视频、图片、文字、语音之间的关系
2. 背景音效处理
3. 用文字和声音创造语境
4. 倾听的技巧
5. 表情包的运用。
6. 标点符号的运用
7. 声音的运用
8. 视频的运用

第三章：沟通技能与方法

一、沟通的常用的技能

1. 营销沟通的实质
2. 营销沟通的九个要素
3. 营销沟通的八大特性
4. 营销沟通的有效空间距离
5. 营销沟通的身体语言忌讳
6. 沟通的“五心”
7. 有效沟通的十条基本原则

8. 有效营销沟通的四大关键
9. 倾听的重要性
10. 有效倾听技巧
11. 倾听的五个层次
12. 倾听的内涵——五到
13. “说”的技巧
14. 口才的训练
15. 沟通积极的身体语言技巧
16. 沟通冲突处理

二、不同类型客户的沟通的方法

1. 犹豫不决型客户——代替决策
2. 脾气暴躁型的客户——说话和气/不触怒
3. 沉默寡言型的客户——引导式洽谈
4. 节约俭朴型的客户——算账要细
5. 虚荣心强型的客户——多奉承恭维
6. 贪小便宜型的客户——赠品/佣金/礼物
7. 滔滔不绝型客户——抓住重点
8. 理智好辩型客户——不抬杠/长话短说

三、思维导图的逻辑结构

1. 时间结构
2. 比较结构
3. 线性结构
4. 因果结构
5. 范畴结构
6. 评价结构

四、金字塔思维特点

1. 结论先行，中心思想在最开头
2. 以下统上，上层思想是下层的概况
3. 归纳分组，每一组思想属于一个统一的范畴
4. 逻辑递进，每一组思想有一定的逻辑顺序
5. 完全穷尽、相互独立

五、金字塔思维的几个步骤

1. 了解问题的背景
2. 提出中心思想
3. 讲中心思想进行分解

继续对分论点进行分解，直到把问题解释清

第四章：如何破解客户的抗拒感

1. 巧说反话，迂回攻心
2. 用一点压力促使客户果断下单
3. 欲擒故纵，表露不情愿心理

4. 小恩小惠好做大买卖
5. 巧对客户的价格异议
6. 让利改变客户的心理
7. 同理心使客户与你走的更近
8. 迎合客户的上流阶层意识
9. 用小话题掀起客户的情感大波澜
10. 案例：啰嗦型的客户影响工作怎么办
11. 案例：如何搞定变卦的客户？
12. 工具：SPIN 销售法的运用

第五章：客户的成交

壹、客户行为与心理

1. 客户需求理论
2. 购买场景与心理
3. 客户的购买动机
4. 客户需求挖掘
 - ✓ 卖点与买点的转化
 - ✓ 物质需求与精神需求
 - ✓ 短期寻求与长期需求
 - ✓ 方法运用：望闻问切
 - ✓ 激活需求的方法
5. 如何抓住客户的痛点
 - ✓ 客户痛点形成
 - ✓ 痛点与需求的区别
 - ✓ 不同级别人的痛点
 - ✓ 痛点的挖掘
6. 购买决策动机的可诱导性
7. 知觉在营销活动中的作用
8. 案例：如何增加客户体验感

案例：360 公司 CEO 谈“痛点”

二、客户的成交方法

1. 搞定客户的四项基本原则
2. 客户成交预测五步法
3. 客户成交的“六脉神剑”

4. 成交的七大信号

5. 成交的二十二种方法

- ① 直接要求成交法
- ② 非此即彼成交法
- ③ 最后机会成交法
- ④ 激将成交法
- ⑤ 假设成交法
- ⑥ 小点成交法
- ⑦ 保证成交法

。 。 。 。 。 。

6. 工具：客户企业关键的两张图

第六章：营销人员的心态管理

一、营销人员最求成功的心态

- 1. 追求目标
 - 1) 目标的价值
 - 2) 工作为什么累？
 - 3) 学会“投降”
 - 4) 突破与冒险
 - 5) 同步就是快乐
- 2. 积极正面
 - 1) 零售业特性
 - 2) 吸引力法则
 - 3) 感性与理性
 - 4) “可能性”思维
 - 5) 想要还是一定要
- 3. 拥抱结果
 - 1) 追求结果
 - 2) 尊重结果
 - 3) 改变结果
- 4. 责任担当
 - 1) 责任者和受害者
 - 2) 机会是挑出来的
 - 3) 我是一切的根源

二、销讲的专业技能

1. 销讲在成交过程中的重要性

2. 销讲的三个步骤
3. 销讲的设计思路
4. 销讲前的准备
5. 销讲的演练与 PK
6. 产品销讲技能
7. 客户听众分析
8. 如何提高演说能力
9. 如何控制紧张情绪
10. 如何建立王者气场
11. 现场演练环节
 - ✓ 口头语言技巧练习
 - ✓ 肢体语言技巧练习
 - ✓ 眼神的运用及练习
 - ✓ 常用手势及练习
 - ✓ 提高感染力的练习
12. 案例：小贾如何克服演讲技巧
13. 工具：设计话术的 FABE 模式