

# 客户营销心理学及销售压力释放

## 【课程背景】：

后疫情时代下，随着银行业竞争的日趋激烈，纵观各家银行，其行员虽有较高的忠诚度和稳定度，但危机意识、客户营销、员工情绪压力等诸多当下的关键能力存在着严重的缺失。这些营销意识低下，营销技能匮乏、情绪疏导不利的情况，将大大阻滞银行的发展步伐，令其战略难以有效实现。以上这些疑问，也许您能够在本课程中得到启发。

## 【学员对象】

银行中高层管理者，对情绪压力价值有需求管理者，客户经理、大堂经理、理财经理

## 【课程信息】

标准课时：1天，6小时；标准人数：35人

## 课程大纲

### 第一讲、客户经理角色定位与心态提升

1. 客户经理诊断：营销封闭症

1) 客户的需求是永恒的产品是迭代更新的

**案例分析：**巨星陨落之柯达

2) 客户以自我为中心，银行以客户为中心

**案例分析：**百事的竞争对手是谁？银行的竞争对手是谁？

2. 客户经理的角色定位

1) 教师：把复杂的事情简单化；

2) 舵手：把简单的事情复杂化；

3) 医生：望闻问切，对症下药；

4) 朋友：顾客户不是上帝是朋友。

**案例分析：**慈禧太后与维多利亚女王

3. 成功的三要素：意愿、方法、行动

**案例分析：**成功可以数字化

### 第二讲、根据客户心理创新银行营销方法

1. 营销与销售的本质区别

1) 以人为本的客户消费心理

- 2) 大道自然顺应人性
  - 3) 双脑营销的左右脑系统
  - 4) 感性化决策的理性化分析
  - 5) 根据客户五大心理快速提高营销力
2. 脑营销-三个脑一个做决策

- 1) 人脑一个思考我们如何思考的器官
- 2) 客户心理营销五分钟决定论
- 3) 视觉营销的重要性-眼见为实

**案例分析：**一招怕蛇咬十年怕井绳；冲动消费的背后玄机

**案例分析：**客户为什么总相信自己看见的不相信自己听到的

### 3. 按下消费者大脑中的购买按钮

- 1) 三大大脑：旧脑、间脑、新脑
- 2) 对话原始脑-提高沟通和销售产品的效果
- 3) 客户喜欢什么：简单、具体、视觉、情感
- 4) 客户营销心理的六大刺激源

- 自我
- 对比
- 具体
- 开头结尾
- 视觉刺激
- 情感触发

### 4. 双脑决策的行动步骤——四步达成完美交易

- 1) 诊断痛点
- 2) 凸显诉求
- 3) 证明收益
- 4) 传给旧脑
- 5) 成功销售=痛点×诉求×收益点×旧脑<sup>3</sup>

**案例思考：**销售活动中，不管客户是否已经与你明确讨论过客户总会在心里思考两个情景

### 第三讲、情绪压力释放的底层逻辑

- 1、从“借口”时代到“抗压”时代
  - 失败恐惧症引发的自我无力感
  - 行动回避习惯会滋生慢性的不满

- 从习惯逃避到掌握压力管理方法
- 三大理由说明学会抗压力的必要性
- 2、理解失败才能不害怕失败
- 失败后滋生的消极情绪很危险
- “习得性无力感”会引发离职危机
- 为何某些公司的员工士气低落
- “好的压力”和“坏的压力”
- 学会理解失败和失败友好相处

#### **第四讲、摆脱消极情绪的恶性循环**

- 1、感觉到恐惧不是问题，感觉不到才是问题
- 消极情绪会反复出现
- 出现消极情绪就要马上解决
- 2、情绪压力缓解释放的四大方法
- 消除压力的运动型郁闷排遣法
- 沉浸在好音乐中的音乐型郁闷排遣法
- 实时实地让心灵平静的呼吸法
- 写作缓解压力

#### **第五讲、掌控无用的“思维定势”**

- 1、刺激与反应之间藏有幸福的钥匙
- 面对困难也不畏惧的人
- 给体验染色的有色眼镜
- 2、思维定势和消极情绪的密切关系
- 盘踞内心的七只“思维定势”
- 痛苦经历烙下的思维定势
- 控制“思维定势”的方法
- “思维定势”不代表本来的你

#### **第六讲、发挥自我优势**

- 1、谁都有优势，学会发现他人与自己
- 要想事业有成，就要发挥自我优势
- 找出三个自我优势
- 挖掘自我优势
- 2、弱点就是弱点，很难转换为优点
- 有效对待弱点的三种方法
- 能充分发挥自我优势的工作方式
- 3、岁寒知松柏，患难见真情
- 最重要的五个人
- 让你成为他人心灵后盾的“安抚”习惯

#### **第七讲、从痛苦中汲取智慧**

- 1、跨越修罗场，收获成长
- 挣扎奋起之人的五大成长
- 俯瞰人生，从逆境中汲取智慧
- 倾诉逆境体验可以使你明白逆境的意义
- 2、对三种工作观的研究
- 谁把工作看成使命

- 遵从自我使命的 CEO
  - 你的工作是不是自己真心想做的
- 3、在逆境体验中得到的教训和启示是成功的关键