

《洞察体验式营销技能》

主讲：刘畅

【课程背景】

体验营销是以消费者为中心，通过对事件、情景的安排和特定体验过程的设计，让消费者沉浸于体验过程中，引爆其心中欲望，产生美妙而深刻的印象并获得最大程度精神满足的过程。

【课程收益】

- 掌握一套全新的体验式销售策略，让你不用说太多话却能得到更多的销售额
- 精准抓住客户需求，洞察成交的关键时刻
- 学习提升信任度的麦肯锡经典公式
- 学会提问的3W法则，以及反向提问的技巧
- 掌握驱使客户对你的销售目标有强烈的认同感的话术
- 改变你的销售业绩，同时改变你的生活

【课程特色】干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学之能用；投入，案例精彩

【课程对象】销售人员，销售经理，市场总监

【课程时间】1天（6小时）

【课程大纲】

一、什么是体验式营销？

1、理解体验式营销

- 对消费者的认识是营销成功的核心
- 性别不同促进成交的话术也不同
- 只要让寡言者开口就能找到卖点
- 让百般挑刺的客户心满意足的关键
- 让一毛不拔的客户觉得自己占了大便宜
- 让优柔寡断的客户觉得决定是自己做出的

2、引入体验式营销的目的

- 消费者情感需求比重在增加
- 产品和服务的同质化趋势
- 消费者闲暇时间增多影响消费者行为

3、营销、销售、体验营销的区别

- 销售与营销的区别
- 营销的真正目的
- 体验营销是动态的营销模式

4、体验营销的本质

- 体验营销的本质是与客户“互动”

二、体验营销：搞定客户的秘密是什么？

1、体验营销的6E组合

- 体验
- 情境：为客户创建的“表演舞台”
- 事件：
- 浸入：关注客户的主动参与性
- 印象：体验难忘过程
- 延申：延展到企业的其他产品

2、突破思维的限制

- 不良暗示
- 消极意念
- 自我设限
- 你的“心锚”

3、如何经营客户的感受

- 麦肯锡的信任公式
- 在客户面前，你就是产品最权威的专家
- 在客户面前主动袒露自己
- 让权威数据成为你最有力的推手
- 不善言辞的销售员如何赢得客户的信任
- 面对客户的异议，不要逃避

三、如何实现与客户匹配的策略？

1、察言观色辨客户

- 赞美接近法
- 求同接近法
- 关怀接近法
- 求教接近法

练习：根据讲师提供场景，分组练习

2、客户性格及兴趣爱好辨识

- 九型客户性格特点
- 冰山理论

练习：学习数字九型的基本方法并分组练习

3、忍耐度原理助你探到对方的底线

- 忍耐度取决于对未来正面结果的预期
- 激发对方的欲望，可以加速对方的改变

思考：欲望是什么决定的？

四、怎样洞察客户决策的关键时刻？

1、影响他人的三种心理状态

- 客户成交的必要条件
- 重复弱刺激是引导购买欲望的本质所在
- 影响他人的三种心理状态

案例分析：父母应不应该跟孩子做朋友？

2、如何把人带到高接受度的领域

- 陌生环境/不安全感
- 感兴趣的领域

3、“洗脑原理”的应用

- 梳理品牌权威
- 让客户获得正面感知的刺激
- 让正面感知的刺激经常发生
- 尽快消除负面感知
- 持续跟踪实现正面刺激的强化

五、体验式销售的六步大法是什么？

1、接近客户引发兴趣

- 目标影响结果
- 制定目标的步骤及提问方式
- 教练方法提示：发问倾听分辨回应

2、客户沟通，需求挖掘

- 改变心态，用开放式问句提问
- 开放式发问的提问技巧
- 巧妙建立有效的沟通渠道

3、产品呈现，业务介绍

4、异议处理，消除疑虑

- 对情绪的正确认识
- 从情绪探索行为背后的心路历程
- 排除情绪干扰的方法

5、适时演示，协议达成

6、收场礼仪，沟通延续

六、总结复盘与实战角色演练