

《销售心理建设与洞察客户》

主讲：刘畅

【课程背景】

顶级销售人员 90% 的成功归结于心态。

销售工作是一个伟大的工作，它不仅考验人的能力，更考验人的心态。纵观所有优秀的销售人员都有一个共同点——良好和成熟的心态。很多销售人员孜孜不倦地学习各种销售技能，也想出了很多的方法，也拜访了很多客户，然而却没有成功，为什么？因为他们输在了心态关上。恐惧、自卑、放弃等等事情让他们在成功即将到来的时候倒下。还有些销售人员工作一段时间后，业绩上不去、工作热情丢失，进入了疲倦期，阻碍了他们的进一步发展。本课程就是针对这些问题，讲授别人的经验、传授有效的方法，让销售团队的管理者明白如何打造团队的“健康心态”，让销售人员自己明白如何将自己从苦闷的状态中解放出来，取得更好的业绩，成就自己。

【课程收益】

- 了解不同阶段销售人员的心态特征
- 掌握不同阶段销售人员的心态建设方法
- 精通训练自己获得成功的 10 条基本法则
- 不仅能学会销售技巧，更重要的学会人际关系的技能
- 让客户对你的销售目标有强烈的认同感、自主感和拥有感
- 最终达到共赢的结果
- 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】 销售总监、销售经理、大客户销售代表等相关人员

【课程时间】 2 天（12 小时）

【课程大纲】

一、为何销售人员不敢冒险？

1、职业销售中的人际动力学原理

- 儿童式自我心态
- 成人式自我心态
- 父母式自我心态

小组讨论：优秀销售人员需要具备哪些特质？

2、影响业绩的 4 维因素

3、角色与本体之间的差别

- 你的本体价值 10 分
- 角色不会影响你做为人的价值
- 正确看待本体与角色的关系
- 学会接受失败很重要

小组活动：荒岛求生中的角色练习

二、怎样训练自己，获得成功？

1、销售人员的六大障碍

- 自我设限
- 信心不足
- 技巧欠缺
- 缺乏创新
- 急于求成
- 学习力弱
-

分组练习：学习性格画像，学习认识内在自我。

2、不要越过警戒线

- 区分收入时间与非收入时间
- 收入时间做非收入时间的事情，后果会很严重
- 设定目标助力高效运用收入时间

3、破釜沉舟

- 顶级销售人员不给自己留后路
- 不要把潜在客户当成练习的对象

4、心理上和情绪上要坚强

5、保持自尊

6、练习如何保持沉默

7、加入互助小组

8、学习记态度与行为日志

9、顶级销售人员的时间管理

10、强化训练

三、关键大客户的信任怎样建立？

1、如何与客户构建信任

- 建立信任的三个正向因素与一个负向因素

工具：麦肯锡的信任公式

- B端销售中关键人物的判断
- 9T客户画像技巧与应对策略
- 不同销售阶段的关键人物

分组练习：学习性格画像，并做一对一沟通练习

2、销售认知升维的基本法则：

- 刺猬理论
- 什么是真正的人脉？
- 如何利用新媒体工具经营客户的时间
- 打破思维里的墙
- 语言赋能是投资回报率最高的工具

观看视频《盖章》

实战：在情境中，用一句话激励他人

3、销售的底层逻辑

- 将于取之，必固与之
- 无我利他不期待
- 真实有逻辑的表达自己是最不费力的沟通方式

实战：将困境转换成创造性语言

四、如何快速读懂客户心理？

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

伍、 如何引导并协助关键客户做有倾向性的决策？

1、影响关键客户决策行为的底层逻辑

- 案例：“煮熟的鸭子为何飞了？”
- 如何“逼单”？
- 个体行为与群体行为——人性的“趋利避害”
- 决策者扮演的角色认知分析

个体角色—追求个人价值

社会角色—追求社会认同

2、制定提升客户决策倾向性的策略

- 提升关键客户决策倾向性的意愿
- 分析并提供关键客户所在意的价值
- “特利点”与“认同点”

活动：对应客户实战练习

3、降低关键客户决策倾向性的风险

- 营造关键客户的决策氛围
- 强大“认同点”带来的行为认同性

练习：关键人关注点分析

工具应用：客户决策倾向性管理矩阵分析及应

