

## F003 读心识人-销售心理学原理与实战沟通技巧 (1-2 天)



主讲：张长江

## 课程背景

销售心理学是普通心理学的一个分支，是一门专门研究产品销售过程中，销售人员与购买者心理现象的产生、发展的一般规律，以及双方心理沟通的行为、过程的科学。

B2B 销售人员每天主要的工作就是与客户组织当中的人（客户）打交道。在客户组织当中的每一个参与采购决策的人，既有独立的人格和利益追求，又要服从于组织的目标，这些人在共同参与决策时还可能会因为价值观的冲突而产生立场的分歧，这就造成了客户内部人员之间的错综复杂的关系甚至是政治斗争、派系斗争。

大客户销售过程中销售人员感觉最头痛的问题往往不是沟通技能的欠缺，而是对客户内心真实想法和立场的把握。例如：

- 为什么有些客户会直接把我拒之门外？
- 为什么有些客户对我态度好而另外一个人却很排斥我？
- 为什么有些客户表面上支持我却在决策的时候反对我？
- 为什么我无法了解客户内心真实的想法？
- 为什么客户刚开始对我态度好而后期突然疏远我？
- 为什么我始终无法和客户发展成朋友关系？

.....

上述问题的产生，皆因销售缺乏心理学素养和足够的社会阅历，既不能识人，也不会读心正所谓“攻城先攻心”，大客户销售人员只有具备了一定的心理学素养，才能读懂客户真实的态度、情绪和想法，与客户进行有效的沟通并巧妙化解客户异议，最终与客户建立信任达成合作。

## 课程特色

□ 针对性强。本课程为 B2B 行业量身定制，培训师具有十五年 B2B 行业的一线销售与营销管理经验，培训紧密贴合行业特质，针对性强。

□ 实战性强。课程以大量的实战案例展开讨论，结合实际工作中学员经常遇到的问题讲解破题的方法，很多实战的技巧和策略拿过来就可以用，实战性强。

□ 系统性强。课程体系完善，结构清晰，理论与实战相结合，学员能够系统化的

## 授课方式

□ 授课形式包括：通过启发式讲授、互动式教学、小组讨论、案例分析、角色扮演、观看视频、性格测验等多种生动的培训方式，最终达到最佳的授课效果。

## 课程大纲

### 第一单元 销售心理学的基本概念

- 销售心理学的定义
- 销售心理学的研究范畴:认知/情绪、情感和意志/需要和动机/能力、气质和性格
- 心理学与销售工作的关联性

### 第二单元 客户组织采购行为分析

- 组织采购市场及其特点
- 组织型客户采购流程和供应商销售流程
- 客户供应链管理模式的四个要素
- 分析采购决策组织的三个层次
- 采购组织分析的模型 1——采购小组管理层级
- 采购组织分析的模型 2——采购小组成员角色
- 客户的两面性：角色与本色

**课堂研讨：客户的角色与立场分析图的运用(2天的课程才有)**

### 第三单元 组织型决策中个体心理活动分析

- 采购组织分析的模型 3——采购小组成员立场
- 关于客户立场的三个重要结论

- 两种主要的客户立场：支持你的教练和反对你的死敌
- 应对死敌的三个招数
- 发展教练的三条路线
- 教练的三大作用
- 如何降低教练的风险
- 教练的六大验证标准
- 需求的定义及需求产生的根源
- 客户需求的冰山理论：三个层次的需求
- 运用冰山理论引导客户需求的“U”模式

**课堂研讨：引导客户需求的案例复盘（2天课程才有）**

#### **第四单元 DISC 性格分析理论的实战运用**

- DISC 性格分析理论的起源
- D 老虎型客户的性格特点及沟通技巧
- I 孔雀型客户的性格特点及沟通技巧
- S 树袋熊型客户的性格特点及沟通技巧
- C 猫头鹰型客户的性格特点及沟通技巧
- 变色龙型客户的应对技巧

**性格测试：测测你自己是什么性格？**

#### **第五单元 高情商沟通技巧**

- 情商的概念
- 情商比智商更重要
- 情商发展金字塔模型
- 高情商沟通的三个原则
- 有效倾听公式：听情绪+听事实
- 有效陈述公式：先表达积极情绪，再陈述事实
- 有效提问公式：先表达积极情绪，再问事实
- 如何听懂中国人的“弦外之音”？
- 如何在沟通时运用同理心？

·运用同理心原理处理客户异议

## **第六单元 客户关系发展技巧 (2天的课程才有)**

·客户关系发展的四个阶段

·关系建立第一步：建立好感

·建立好感的四个心理学原理：首因效应、晕轮效应、阿伦森效应和亲和效应

·赞美的七个原则与赞美三段论

·送礼的四个核心原则

·为何要送低性价比的礼品？

·关系建立第二步：建立信任

·建立客户信任的两个要素：组织信任和个人信任

·关系建立第三步：满足利益

·关系建立第四步：建立情感