

课程名称：《消费者洞察》

培训学员：大客户经理

课程性质：公开课/内训

教学时长：1-2 天

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式，课堂讲授要求理论联系实际，运用大量实践案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，讲师同时配备课堂练习、现场互动以消化老师的课程内容。

教学纲要：

第一章：消费心理学总述

1. 消费心理学概述
2. 研究消费心理的意义
3. 消费心理学的形成与发展
4. 消费心理学的基本概念与研究范畴
5. 典型案例速溶咖啡的消费动机研究
6. 消费者个体与消费心理
7. 消费者的心理活动过程
8. 消费者心理活动中的认识过程
9. 消费者心理活动中的情感过程——消费者情绪
10. 消费者心理活动中的意志过程
11. 典型案例店铺色彩吸引顾客注意

第二章：消费需要与购买动机与行为

1. 消费需要

2. 消费动机
3. 典型案例驱蚊产品借儿童提身价
4. 消费者态度
5. 消费者态度概述消费者态度的改变与测量
6. 消费决策
7. 消费者购买行为的一般模式
8. 消费者购买行为的过程与类型
9. 典型案例现场充绒的示范
10. 消费心理学
11. 消费体验与品牌忠诚
12. 消费体验与满意度理论
13. 消费者的品牌忠诚

第三章：消费者心理行为特征

1. 消费者的个性心理特征
2. 消费者的气质、性格与消费技能
3. 消费者的生活方式
4. 典型案例女人的信用卡
5. 消费者群体与消费心理
6. 消费群体概述
7. 消费群体细分
8. 消费群体对成员的影响
9. 主要消费群体的消费心理

10. 不同性别消费群体的消费心理
11. 不同年龄消费群体的消费心理
12. 典型案例吸引年轻人是国货的首要任务

第四章：消费心理的影响因素

1. 环境因素与消费心理
2. 政治法律环境与消费心理
3. 经济环境与消费心理
4. 社会文化环境与消费心理
5. 家庭环境与消费心理
6. 科技发展与消费心理
7. 参照群体对消费者行为的影响
8. 典型案例寻找“中产阶级”
9. 消费习俗、消费流行与消费心理
10. 消费习俗与消费心理
11. 消费流行与消费心理
12. 典型案例高端餐饮亲民化，新型消费渐流行

第五章：营销策略与消费心理

1. 产品策略与消费心理
2. 新产品开发与消费心理
3. 商品命名、商标、包装与消费心理
4. 消费者的品牌心理
5. 典型案例给汽车起个好名字

6. 价格策略与消费心理
7. 商品价格的一般心理功能
8. 消费者价格心理
9. 商品定价的心理策略
10. 价格调整的心理策略
11. 典型案例某冰淇淋产品的调价策略
12. 广告策略与消费心理
13. 广告的特性与心理功能
14. 不同媒体广告的心理作用特征
15. 广告传播的诱导方式
16. 增强广告效果的心理策略
17. 广告心理效果的测定
18. 案例伊利纯牛奶的平面广告
19. 公共关系策略与消费心理
20. 消费者公众的心理特征
21. 公共关系心理策略
22. 典型案例京港地铁：无文化，不公关
23. 商品零售策略与消费心理
24. 新零售业态与消费者购买行为
25. 商店内部环境与消费者心理
26. 消费者购买心理与销售服务管理
27. 销售人员与消费者关系的协调

28. 当代销售服务新动向
29. 典型案例蒂芙尼与劳伦泰勒的橱窗设计
30. 网络营销与消费心理
31. 网络营销概述
32. 网络营销的消费心理分析
33. 基于消费心理的网络营销策略
34. 移动网络消费与消费心理分析
35. 典型案例 7 天连锁酒店的微信营销