

高端客户的开发与深度客户关系营销

课程对象：

大客户经理、高级销售经理

课程目标：

- 1、了解营销心理学，把握高端客户的心理需求
- 2、掌握销售心理与行为分析工具及方法
- 3、强化高级销售人员的价值主张
- 4、了解客户的个性模式分类与差异化高效沟通

课程纲要：

第一模块：新的销售环境与高端客户销售

- 一. 互联网时代的信息模式与快速变化的商业模式
- 二. 高端客户销售的特点
- 三. 高端客户销售的关键

高端客户最需要的是不是沟通服务，而是决策理由

发展关系、建立信任、引导需求、解决问题

高端客户的高端关系策略

- 四. 客户的决策环境

第二模块：高端客户营销心理学

- 一. 剖析高端消费者（客户）
- 二. 销售心理与行为分析

客户为什么会购买？

买卖的核心要素

达成合作的核心

三. 高端客户销售心理与行为分析

客户为什么会合作？

了解顾客的两大决策动机是什么？

如何发觉客户的问题，揭开他们真正的需求。

如何抓着「关键性的理由」来促成交易。

买卖的核心要素

达成消费的核心

四. 营销心理学之范围

心理定势与习惯

环境与暗示

动机与激励

从众与领导

五. 影响高端客户购买的心理因素

动机

知觉

刺激—反应

性格

态度

生活方式

文化影响、社会阶层、群体影响

购买习惯

六. 营销心理学在体验式营销的运用

感官 (Sense)

情感 (Feel)

思考 (Think)

行动 (Act)

关联 (Relate)

七. 高级销售人员的价值主张

消费心理与消费行为的关系

不同客户的消费流程与专业销售流程

案例研讨-客户个性分析

八. 客户需求状况

完全明确型

半明确型

不明确

九. 客户的感知模式

不同感知模式的特点

不同知感模式的对应方法

十. 客户的个性模式分类与沟通

十一、超出日常概念的客户关系建设理论与案例研讨

人际关系的秘密

社会我与自然我的关系

行业客户关系建设创新