

成交为王-情感营销与人性营销训练

【课程背景】

激烈市场，红海一片，“狭路相逢，勇者胜”，盘点一下团队“嗷嗷叫”的勇士有多少？

过去靠人口红利、产品红利、外贸红利，产品供不应求，如今风口急转直下，多元化市场风云诡谲，销售变得越来越艰难？

情感营销是从消费者的情感需要出发，唤起和激起消费者的情感需求，诱导消费者心灵上的共鸣，寓情感于营销之中，让有情的营销赢得无情的竞争。在情感消费时代，消费者购买商品所看重的已不是商品数量的多少、质量好坏以及价钱的高低，而是为了一种感情上的满足，一种心理上的认同。

本课程结合老师 18 年市场营销经历，基于市场营销管理与人力资源知识，直击人性底层逻辑，多环节多维度剖析，通过实战性演练，针对性给出解决方案，同时输出一套工具和方法，活学活用。

【课程特色】

理论分析、案例讨论、实例分析、角色扮演、培训游戏、故事描述等灵活多样的培训形式，在轻松愉快的环境中得到提升。

【课程对象】 销售经理，销售主管，销售相关骨干人员

【课程时长】 1-2 天（6 小时/天）

【课程大纲】

一、课程大定向

1.破冰

2.定向引导，危机与学习

3.销售素养提升的核心公式-倒三角模型（信念、行为、成果）

4.卓越销售职业化的“四个到位”

二、情感营销概念篇（宏观）

1、情感营销的概念

2、消费者情感分析之情感特征

3、影响消费者情感的三大因素

4、不同年龄、性别消费者的情感特征

5、深度情感营销的四大特征

6、情感营销的运用：

1) 静态层面：情感设计、情感包装、情感商标、情感广告、情感价格、情感服务、情感环境

2) 动态层面：从动态看，建立感性营销系统，可以促进营销加速度

7、成功运作情感营销的六大因素

三、情感营销运用篇（微观）

1、恋爱与销售

2、恋爱式销售的七个阶段

3、情感营销三大沟通原则

4、情感营销五大核心思想

5、情感营销的五大循环系统

四、人性营销概念及运用篇

1、不同类型客户消费特点

2、马斯洛需求五层次理论

3、人性的弱点

4、深度（NLP）沟通技巧应用

1) NLP 感官客户分类及应对技巧

2) NLP 感官客户分类法在客户沟通中的要点

3) NLP 深度沟通五步法

4) 客户五类十模式分析法

五、学习分享，课程结束

