

# 客户消费心理 (客户经理版)

## 张光禄老师 2021-06-21

### 课程背景

现代社会发展和变化速度极快，新生事物不断涌现。消费心理受这种趋势带动，在心理转换速度上趋向与社会同步。由于产品生命周期不断缩短，过去一件产品流行几十年的现象已极罕见，消费品更新换代速度极快，品种花式层出不穷，产品生命周期的缩短反过来又会促使消费者心理转换速度进一步加快。

在这种宏观大背景下，销售团队想获得更好的销售绩效，掌握客户消费心理就成了不可或缺的必备技能。

### 分享嘉宾：张光禄老师

#### 当前市场已发生了巨大的改变

从历史数据看消费变化

当下的产品生产周期大幅

市场决策的转变

卖方市场

由于物资紧缺导致的一货难求

例：八十年代的“倒爷”，只要能搞到货就能赚得盆满钵满

买方市场

由于生产过剩导致的库存积压

例：现在的网络带货直播，某知名演员直播带货现场泣不成声

买方市场客户心理的新特点

个性消费的复归

消费主动性增强

消费心理稳定性减小，转换速度加快

对购买方便性的需求与对购物乐趣的追求并存

#### 我们如何应对这种变化

心态的转变（主动和被动）

我们是要操之在我还是要受控于人

所有问题的出现都是基于你对这个领域的不了解而产生的失控感

销售策略的调整



核心目标的再确定

策略调整的 5 大步骤

成功销售公式深度分享

## 客户的购买心理到底有哪些？

详细分析客户的 4 大消费心理

例：P2P 客户购买理财产品的心理活动

客户买的到底是什么？

客户购买的不是产品本身而是产品给他带来的附加价值

## 客户心理分析

影响客户心理的 7 个阶段

例：超市进行投飞镖定折扣的销售策略突破销售瓶颈

从金融产品进行分类，分析各类客户的心理诉求

## 客户为什么会做出这样的决策？

从客户购买动机进行分析

理智动机

感情动机

从客户需求出发，要解决的 5 大问题

客户的所有行为都基于两种原动力

## 到底是什么阻碍了客户的购买决策？

决定客户购买决策的六大核心障碍

## 我们如何改变客户的决策达成我们的目标？

解决客户购买决策的八大方法

■

■

■