

《顾客购买心理突破黄金策略》课程介绍（2天）

第一、透过现实背景看顾客心理

【视频案例】她的生意为何不好？

一、行业背景状况分析：

四“多”的现状分析

二、行业产品采购现状：

采购的六个现状分析

三、行业门店现状分析：

销售的四个现状分析

【总结】销售必备三大意识

第二、读懂顾客是研究他们的前提

【思考】顾客是我们的什么人？

【案例分享】某品牌的投诉处理

把握不同顾客的应对技巧：

- ◆ 购买意向不同
- ◆ 购买角色不同
- 【案例分析】女婿岳父买东西谁做主？
- ◆ 性格特点不同
- ◆ 陪同人员不同（夫妻、参谋、小孩）

第三、清楚顾客购买心理决策过程

销售每单生意的基本逻辑

销售恒等式看顾客之心路

【案例分析】某终端的客流数据启示

研究顾客购买的过程才能有的放矢

【工具分享】顾客信息表+来店顾客数据统计表

壹、如何让顾客知道店？

销售三大阶段阐述顾客教育

顾客影响考虑因素

顾客教育常用策略：

- ◆ 线上推广做教育
- ◆ 线下地推做广告

【案例分享】王总的县城宣导教育风暴

二、如何让顾客找到店？

建立“1+N”主动营销模式

【案例分享】江西宝爷的生意模式

1、卖场互动带客

- ◆ 人脉决定财源
- ◆ 商户全面联动

- ◆ 带客形成制度
- ◆ 平台资源共享

【案例分享】异业互动每年给罗总带来 60%业绩

2、老客互动转介

- ◆ 认识行业推广趋势
- ◆ 打造铁粉四大策略

【案例分享】毕总的老客生意经

3、师傅互动拉客

- ◆ 从家装流程看
- ◆ 从促销活动看
- ◆ 推广互动方法

【案例分享】湖南熊总的装修工联谊操作案例

4、小区推广集客

- ◆ 普查信息

【工具分享】楼盘信息统计表+不同类别新楼盘推广策略

- ◆ 物业公关

搞定物业两个重要策略：

-直接搞定五类人群

-人脉搞定三个方向

【案例分享】吉林王总巧妙搞定小区物业

- ◆ 充分准备

宣导告知+团队准备+物料准备

【工具分享】小区推广常用物料汇总表

- ◆ 入户拜访

拜访常见的四类人群

不同群体差异化应对

【现场练习】拜访不同的人群

【工具分享】业主信息表+装修工信息表+业主邀约函

5、电微营销邀约
电话营销基本逻辑
微信营销操作思路

三、如何让顾客想进店？

- ◆ 门店自身有底气：
 - 良好终端形象
 - 店内温馨环境
 - 店内忙碌景象
- ◆ 人员形象有温度：
 - 着装职业专业
 - 语言标准亲切
 - 动作姿态优雅

第四、明白顾客购买心路历程

一、如何让顾客买产品？

顾客购买我们产品的三大重要因素：

- ◆ 挖掘顾客真实需求：
 - 挖需求的三种思维
 - 【案例分享】顾客未按计划买东西却更开心
 - 从马斯洛需求理论看顾客需求
 - 提问题的两个方式
 - 【小组讨论】提哪些问题可以挖掘到消费者的需求？
- ◆ 专业介绍推介产品
 - 产品卖点梳理
 - FABE 法则介绍
 - 【现场练习】用 FABE 介绍产品
- ◆ 提供顾客满意价值：
 - 价格告诉顾客了什么
 - 塑造产品价值七方法
 - 处理顾客异议三步骤
- ◆ 提供顾客适中的成本：
 - 五类当天必买人群判断
 - 当天不买五个逼单技巧
 - 逼单不成留信息的方法
 - 【案例分享】小胡的销售故事
 - 处理价格异议十大绝招

二、如何让顾客买更多？

提高客单价的策略：

- ◆ 推荐新品及高端款
- ◆ 设计整体产品方案
- ◆ 促销活动坎级拉动
- 【工具分享】门店销货清单

三、如何让顾客再来购买？

顾客心理变化曲线分析
圆满送客三句黄金臻言