

《超级销冠——七剑魔法必杀技特训营》

课程内容：

营销心理学——心智售楼

一、客户购买行为的心理要素

洞悉客户的心智

对不同的客户对症下药

让客户心甘情愿的掏钱

二、客户购买动机心理分析

1、购买动机的四大心理要素

2、引导消费者价值争求

3、客户满意的心理诉求

4、客户购买的心理价值天平

三、客户类型与心理特征

1、消费者的类型和心理特征

2、购买心理特征与对应方法

3、营销心理技巧

4、消费者购买决策的心理效应与过程

四、心智营销的本质

销售就是一场和客户的心理博弈过程

销售不是改变人性，而是顺应人性

销售的本质就是信心的传递，情绪的转移

第一剑：电邀必到

电话拓客技巧

如何在电话营销前 30 秒内迅速激发客户的兴趣，

从而预防客户的条件反射拒绝心理？

接听电话的邀约

电话跟踪的邀约

电话陌拜的邀约

本章核心观点：

选择式问题能有效锁住客户的思维

互惠定律：占便宜后感觉欠别人人情

电话邀约谈帮助，客户跑来售楼处

帮助别人有两招：赚钱消息法，困难帮忙法

电话陌拜一定要让客户找到是熟人的感觉

避开启动“自我保护”的触发点

构建有效的刺激转移客户的思考焦点

第二剑：客户认同

1、客户对于陌生销售越来越抱以怀疑的心态，

2、如何迅速和客户建立一种亲密的沟通氛围？

3、客户类型分析和对策

4、寒暄——拆除客户内心的墙

- 5、赞美—让客户拥有优越感
- 6、找同一让感情迅速升温的法宝

本章核心观点：

聊天不到位，说啥都白费，只要会聊天，异议靠一边
同流才能交流，交流才能交心，交心才能交易
销售最高的境界是真诚，销售最大的障碍是信任
人人都有虚荣心，人人都喜欢被赞美
人总喜欢跟自己有兴趣爱好的在一起
找同是让我们与客户情感快速升温的法宝

第三剑：价值挖掘

- 1、需求是客户产生购买行为的前提，
- 2、如何去发掘客户的需求或者帮助客户“制造需求”？
- 3、四类提问方式和运用
- 4、挖掘隐性需求 抓住客户钱袋
- 5、NEADS 客户需求鉴定公式
- 6、准客户的 MAN 原则

本章核心观点：

问号是开启客户需求大门的钥匙
顾问就是顾得上和会问问题的人
问问题可以打断客户的神经链
开放型问题收信息，了解客户是第一
封闭型问题引需求，多说 Yes 少说 No
选择型问题设框架，怎么选都不怕
反问型问题换立场，变被动为主动

第四剑：价值闭环塑造

- 1、客户买的是价值，不是价格。如何渲染产品，让客户立马喜欢？
- 2、价值梳理
- 3、客户需求挖掘
- 4、销售万能公式
- 5、FABE 法则—卖好处不要卖产品
- 6、FABE 法则公式运用剖析
- 7、不卖第一就卖唯一
- 8、好处不能走过场

本章核心观点：

客户买的不是钻，而是墙上的洞
客户买的不是产品本身，而是产品带来的好处
客户只能记住第一，不能记住第二
没有第一，缩小范围，在小范围里找第一
标准公式：因为……所以……对您而言……你看……
把痛苦说够，把好处说透
反客为主，给客户埋雷

第五剑：异议化解

客户都有哪些异议

面对客户提出的各种反对意见，

我们应该如何有效处理，甚至通过事先预防不让发生？

找出病根好下药

是“李逵”还是“李鬼”

拍案叫绝的移情换位法

本章核心观点：

嫌货才是买货人，拒绝是销售的开始

有道理不如有效果，少讲有道理的废话

任何观点没有对错，只有立场不同

先处理心情，再处理事情

换位思考是人类最核心的智慧

永远不要正面反驳客户的观点

移情换位法公式：认同……赞美……转移……反问……

第六剑：价格搞定

客户明明喜欢房子，却一直在讨价还价犹豫不决，

如何一招致胜让客户欣然接受价格？

1. 谈判的核心是让客户找到赢得感觉

2. 客户都爱占便宜

3. 不爱买便宜

本章核心观点：

客户都爱占便宜不爱买便宜

谈判的核心是让客户找到赢的感觉

谈判就是信心的对决、实力的较量

谁先开口/出牌谁先死

谁先降价谁先死，不要自杀至少也要他杀

永远不要接受客户的第一次报价

永远不要在第一时间成交

销售如戏，全靠演技，学会大吃一惊

让步可以，除非交换

慢慢让，越让越少，让得越快死得越快

永远不要有底价成交的想法

和客户说的话越神秘，客户就越容易相信

第七剑：签单成交

成交的时候，客户是如何作出购买决定，

我们又该如何顺着客户的思维提出成交请求？

1. 成交的秘诀就是敢于开口

2. 拒绝是上帝给我们的回报

3. 成交绝招：后悔成交法

4. 心智售楼成交方法

5. 心锚成交法

- 6、故事成交法
- 7、后悔成交法
- 8、激将成交法
- 9、对比成交法
- 10、6+1 成交法
- 11、富兰克林成交法
- 12、恐怖成交反

本章核心观点：

凡是不以成交为目的的销售都是耍流氓

客户拒我千百遍，我待客户如初恋

选择成交法：会问选择式问题

激将成交法：找准主题，把握分寸