

---

# 销售心理学及其应用

## 【课程大纲】

■ 课程对象：销售人员

■ 课程时长：1 天（6 小时）

■ 课程目标：

(1) 掌握销售心理学基本原理

(2) 提升销售人员之销售技能

(3) 打造企业之精英销售团队

■ 课程特色：

企业教练+情景体验+头脑风暴+角色扮演+分组互动+案例解析

**【开营仪式】** 讲师介绍，团队分组与风采展示，课前热身

■ 课程内容：

## 第一讲 销售心理学——从了解客户的心理开始

**【游戏互动】** 你知道我要选什么？

### 一、客户为什么买单？（提问、引导）

1、客户购买过程中的心理活动分析（案例）

2、影响客户消费的常见 8 种心理效应

**【案例研讨】** 马斯洛需求层次理论在消费中的体现

3、客户消费动机：生理动机、心理动机、社会动机

**【小组研讨】** 我们行业客户的购买动机是什么

### 二、客户心理剖析

#### 1、客户的消费心理解析

1) 顾客的第一需要是心理需要

- 
- 2) 最有力的销售武器是情感
  - 3) 满足客户买得放心的心理需求
  - 4) 随便看看，不买没关系
  - 5) 情感链接是成功销售成交关键

## 2、客户常见 10 种心理及应对

**【小组研讨】** 常见的 10 种心理有哪些？

- 1) 挑剔越厉害的顾客，购买几率越大
- 2) 和顾客换位，你就知道该怎么做
- 3) 换个思维和说话方式，更能吸引客户
- 4) 保持几分神秘，激发顾客的购买欲望
- 5) 时刻要向顾客证明，他占了大便宜
- 6) 让客户需要你，比你去寻找客户更重要

## 第二讲 攻心为上——突破客户心理弱点及营销策略

### 一、突破客户心理弱点

1. 不同年龄层次消费者心理与行为特点
2. 不同性别与消费心理
3. 不同收入水平与消费特点
4. 核心客户的购买动机分析与营销策略

**【小组研讨】** 找出消费者消费弱点

### 二、消费者行为研究与心理剖析突破策略

1. 指挥型特质消费心理突破策略
2. 社交型特质消费心理突破策略
3. 支持型特质消费心理突破策略

---

#### 4. 思考型特质消费心理突破策略

**【角色扮演】** 找出消费者特质及消费突破话术

**【培训总结】** 小组讨论、分享及老师总结

----- **【午休】**

**【课前热身】** 团队风采展示，热身操

### 第三讲 影响销售心理关键点——把握关键

#### 一、引发消费者兴趣的五感陈列

#### 二、销售不可不知的攻心开场白

如何赞美与表扬客户，赢得人心

**【小组研讨】** 攻心开场白话术练习

#### 三、巧妙地对客户进行反复心理暗示

1. 问、答、赞技巧

2. 怎么应对“随便看看”

#### 四、学会聆听才能给顾客心灵支持

1. 听 > 讲

2. 怎么听

#### 五、销售人员的提问心理术

1. 开放式问题

2. 封闭式问题

3. 选择式问题

4. 反问式问题

#### 六、巧妙读懂顾客的身体语言

1. 客户常见肢体语言与消费内涵

2. 通过肢体语言快速识别有效客户

---

3. 肢体语言预测行为

4. 成交的信号把握

## **七、消费者不同行为风格决定销售策略**

1、切勿逞口舌之能

2、顾全客人的面子

3、不卖弄专业术语

4、维护公司的利益

## **第四讲 把握成交时的消费心理—促成交易**

### **一、决定是否购买的心理因素**

### **二、解决顾客拒绝的心理战术——让客户难以拒绝**

### **三、如何攻顾客的心——促成销售预测**

#### **1. 消费者不同行为风格销售策略**

1) 影响型消费者

2) 思考型消费者

3) 支持型消费者

4) 社交型消费者

**【小组研讨】** 消费性格类型心理揣摩与营销话术演练

#### **2. 成交中的销售心理**

1) 欲擒故纵

2) 察言观色

3) 情感沟通

4) 掌握主动

5) 小心求证

## 四、让消费者成交策略

【小组研讨】课堂用行动学习方式形成优质成交策略方案

【结营仪式】小组讨论与分享、团队颁奖与合影

【经典案例】

