

本课程以“感动营销理念、销售原理、售前、售中、售后感动行动方案”培训 为核心授课点

《感动营销 服务致胜》

时间：2天

一、课程目的

- 1、**感动营销理念**：培养学员服务理念的提升，从营销到感动营销，清晰感动顾客是销售的宝典之一
- 2、**销售原理**：引导学员掌握销售的基本原理，从而掌握销售灵活运用技巧、实现变中求变
- 3、**服务水准提升**：通过培训提高学员的服务标准，增减门店会员量，提高会员客单价与忠诚度
- 4、**团队建设**：通过培训，建立对内（员工）对外（客户）创造感动，从而打造付出、奉献的团队
- 5、**销售技术**：通过讲解销售原理与感动销售、让学员掌握销售技巧的最高技术，时刻拥有感动顾客的思维和意识，从而转化为行动力，唯有顾客感动，生意方可生生不息，源源不断。
- 6、**演练实战**：通过现场模拟演练，课后作业落地、PK，让感动营销转化落地成果，飙升门店业绩

二、课程导读

- 1、顾客凭什么会进店？凭什么购买？凭什么持续复购？凭什么转介绍……
- 2、如何做到“没有成交的成交”？如何做到“润物细无声”的销售境界呢……
- 3、如何让顾客开心、舒心、安心、暖心的购物呢？如何让顾客感动一次，记忆一辈子呢……
- 4、如何让顾客感动呢？如何给顾客走心的服务？如何卖大单呢……
- 5、销售技巧最高的境界是什么？那就是感动营销，让顾客感动，成交技巧就在情理之中了……
- 6、产品营销是基础、感动营销是成交的杀手锏，思维与意识的转变是业绩提升的基石……
- 7、感动营销服务能增加顾客与品牌、门店的关系与忠诚度；促进成交、裂变顾客、提高业绩……
- 8、感动营销服务是恋爱式的销售心态与个人品德的境界；能征服市场的，永远不是价格而是品质；能坚持销售的，永远不是优惠而是口碑；能获得顾客信任的，永远不是语言而是暖心感人的行动……



助力目标实现



柳叶雄老师

三、课程时间与对象

授课时间

培训对象



2天

店长 导购

四、授课方式



· 讲授
· 互动体验

· 小组练习
· 小组讨论

· 角色扮演
· 案例分析

· 启发互动式教学
· 作业辅导式落地

五、课程大纲

第1讲：感动营销的力量与价值

一、感动一次，记忆一辈子

- 1、理性与感性的转换
- 2、六个感动营销案例

二、感动营销给品牌门店带来的价值

- 1、提升顾客与品牌门店的粘度与忠诚度
- 2、促进成交率，增加销售的宽度、深度和销售业绩
- 3、客户裂变、免费传播

三、感动 VS 信任 VS 爱

- 1、被考核的爱
- 2、商业目的性的爱
- 3、创造价值的爱
- 4、暖心恋人的爱（感动与信任的基础）
- 5、互动体验：小天使

作业1：如何感动自己、感动同事、感动顾客

四、5个问题让自己走进温暖的“感动”

五、顾客感动的“三档”阶段

互动研讨：如何让客户感受到“超出期望值”

第2讲：感动营销服务的理念与变革

一、消费价值的重塑

思维导向：消费者发出需求 VS 商家导购价值输出

二、满足顾客需求，而不是要求

思维导向：需求 VS 要求

三、顾客不是上帝，而是恋人

互动体验1：叉手游戏 VS 体验感悟

互动体验2：恋爱 VS 十大行动要点

四、适应顾客“喜新厌旧”的变化，感动二次赢得客户芳心

思维导向：消费者发出需求 VS 商家导购价值输出

五、顾客购物的心理认知

1、消费行为结构图的分析

2、了解顾客恋爱式购物的12步曲与消费心理12个过程

六、正确理解销售中的“销”与“售”

第3讲：感动销售原理与技能（五大原理破点感动营销技能）

销售原理一：销售的本质

思维导向1：我们销售的与顾客想要的是什么

思维导向2：顾客的定位（我的核心人群在哪里？如何构建资源密集体）

互动体验1：目标顾客经常活动的场所有哪些？如何聚焦引流打造密集体

互动体验 2：销售产品与粉丝培养

销售原理二：销售以顾客为导向

思维导向 1：顾客的需求（销售要以什么为导向）

体验互动 1：顾客画像，寻找核心需求点

体验互动 2：如何挖掘顾客的需求

销售原理三：洞察顾客心理变化

思维导向 1：顾客的行为与心理的表现

互动体验 1：建议公司现场准备产品与道具

实操演练：顾客说：“价格太高”，该如何应对？

下午

销售原理四：满足客户需求

思维导向 1：精准判断与需求满足

互动体验 1：顾客买产品 工具：《产品卖点一览表》

销售原理五：超出客户期望值

思维导向 1：期望值与感动（感动才能让顾客由理性变为感性，成交率自然提升）

第 4 讲：感动营销 服务致胜的行动方案（销售感动突破业绩）

思维：感动营销是销售技巧中最高境界！

用心创造感动，这就是柳叶雄老师独创的“没有成交的成交”销售境界

一、售前 感动营销服务致胜行动方案

1、店口截流时的感动营销服务

案例 1：爱心感动顾客（顾客成为导购的朋友，后期裂变）

案例 2：热心感动顾客

互动研讨与作业：设计店口截流感动顾客服务的行动方案

2、让进店的顾客充满快乐、舒心与有温度的服务

案例 1：海底捞服务的感悟

案例 2：不同天气的舒心服务（热天、雨天、冬天）

案例 3：带配饰品进店的顾客舒心服务

案例 4：带小孩进店的顾客舒心服务

案例 5：给顾客制造意外的惊喜，创造感动情景

互动研讨与作业：设计店内售前有温度的服务行动方案

互动研讨与作业：设计给顾客创造意外惊喜的行动方案

3、有温度有价值的赠品服务

案例：开光礼品（针对老顾客，提前拍摄视频让其知晓）

二、售中 感动营销服务致胜行动方案

1、开场白用赞美取悦顾客，拉近距离

案例 1：赞美男士的语言汇集

案例 2：赞美女士的语言汇集

2、让顾客开心接受产品的推荐

案例 1：专业搭配

案例 2：顾客试鞋，专业脚踏垫的服务与沟通

案例 3：友情提示的产品推荐

案例 4：销售过程的“及时雨”服务

3、对待有缺陷顾客的暖心行动

案例：长短腿，导购无声的默契行动

4、门店服务中的“禁语”

互动研讨与作业：设计售中有温度的让顾客舒心的行动方案

三、售后 感动营销服务致胜行动方案

1、顾客离店时，给顾客意外的惊喜

2、顾客离店时，温馨的服务

案例：一瓶水的方案

3、非店务的增值服务

案例：大客户的增值服务

4、情感营销 大额充值

案例：店长带领店员下班后去庙中为客户母亲祈福

互动研讨与作业：设计售后让顾客感动的行动方案

四、顾客的流失管理

1、顾客流失产生的原因分析

2、顾客流失的比例分析

3、服务意识对顾客流失的影响

4、正确认识顾客的抱怨与处理方式

五、销售 10 心流程 服务顾客

六、各店作业与店内店员 PK

- 1、每天各店将本日感动的事迹和结果群汇报；（文字汇报得 1 积分、视频汇报得 2 积分）
汇报模板：见柳叶雄老师附录模板（感动过程 + 客单价 + 本日总销售额）
- 2、各店长每周统计各店员的积分，然后汇报给区域店铺管理负责人
- 3、个人销售目标达到 X 元（公司规定基础目标），当月感动销售积分达到 X 分，第一名和第二名的员工单独奖励 Y 元（也可以把积分累计达到多少，连续没有业绩目标达到 x%，可以申请工资晋级一级），具体 PK 和奖励方案，各区域依据实际情况决定，也可以与老师交流探讨。

柳叶雄老师感动营销服务感言：

感动营销服务是一种文化，感动自己、感动同事、感动顾客！

感动营销服务是一种常态化的行为，没有刻意、没有做作，只有真心付出！

感动营销服务是一种修行，是销售的最高境界，润物细无声，无招胜有招！

能征服市场的，永远不是价格而是品质；

能坚持销售的，永远不是优惠而是口碑；

能获得顾客信任的，永远不是语言而是暖心感人的行动！

让我们一起修行、感动自己、感动同事、感动顾客、感动身边所有的人！