

《消费者心理》课程大纲

【课程主题】：消费者心理学

【培训时间】：0.5 天

【培训对象】：市场部、企划部、营销部中基层管理人员

【培训方式】

生动授课、多媒体演示、个体实训、角色扮演、互动交流等使培训效果达到最好！

【课程概要】

本课程会针对消费者心理学作精选介绍：通过学习最新消费者神经科学，消费者动机，情绪对消费者行为的影响，研究消费者的心理过程，增加对消费者决策和驱动消费者行为的洞察，和营销消费者心理的“黑匣子”。

【课程目标】

顺利完成本课程后，学员将能够：

1. 学习神经科学在消费者心理学中的应用，了解消费者心理的“黑匣子”；
2. 剖析消费者决策的心理过程；
3. 理解消费者的动机，情感，个性对消费者行为的影响；
4. 在市场营销中运用消费者心理洞察来影响消费者的体验和决策；
5. 应用说服心理学影响消费者的行为。

【课程大纲】：

一、消费心理学的三个经典理论

- 1、约制——有一种诱惑叫身不由己
- 2、认知——别看疗效，看广告
- 3、认知失衡——让消费者帮你说话的诀窍

二、消费心理学基础——神经科学

- 1、新脑——您被顾客拒绝的罪魁祸首
 - 1) 三脑的概念
 - 2) 新脑控制的领域
 - 3) 新脑营销困局
- 2、中脑——可以争取的潜伏者
 - 1) 中脑控制的领域
 - 2) 中脑喜欢的营销方式
- 3、爬虫脑——得到它，就能得到全世界
 - 1) 爬虫脑的控制领域
 - 2) 爬虫脑喜欢的营销方式

三、消费者心理洞察

- 1、消费者性格细分
 - 1) 红色性格特质
 - 2) 黄色性格特质
 - 3) 蓝色性格特质
 - 4) 绿色性格特质
- 2、消费者劝说营销法

- 1) 互惠原则
 - 2) 一致性承诺原则
 - 3) 喜欢你原则
 - 4) 共识原则
- 3、消费者洞察系统
- 1) 情景因素
 - 2) 个人因素
 - 3) 心理因素
 - 4) 社会因素