

---

# 工业品营销心理学实战应用

## 【课程收益】

- 训练销售人员的关键心理素质并实现有效突破
- 掌握大客户的采购心理
- 掌握高超的客户沟通技巧和艺术，提升大客户高层拜访的效率和效果
- 利用客户采购心理和人性的需求快速拉近客户关系并建立信任
- 掌握发掘并引导客户需求的心理学技巧
- 掌握产品卖点的有效提炼与 FABE 陈述技巧
- 掌握激发客户痛点实现成交的 SPIN 方法
- 掌握高效的说服和影响的技巧
- 提升销售人员客户异议排解和成交的能力

【学员对象】企业中高层管理人员、销售经理、销售代表、售前售后技术人员

## 【课程大纲】

### 第一章 突破自我的心理障碍

#### 一、成功销售的心态要求

- 成功销售的不是能力而是心态
- 象由心生，心态对销售印象的影响
- 心态对业绩的影响

#### 案例：三年销售冠军的成长与陨落

- 心态对能力的影响
- 基于心态的营销五力模型

#### 二、成功销售经理必须具备的五颗心

- 相信自我之心
  - 如何化解被拒绝
  - 如何化解恐惧（失败和失去）
  - 如何化解被责骂和批评
- 相信顾客相信我之心
  - 了解客户采购的价值观
  - 分析客户采购价值观
  - 改变客户采购价值观
  - 种植客户新的采购价值观
- 相信产品之心
  - 相信产品才能成功的销售产品
  - 销售的过程是信心传递的过程
  - 客户一直在判断你对你自己产品的信心
- 相信客户现在就需要之心
  - 客户说太贵了的心理
  - 客户说质量不好的心理
  - 挑剔的客户才是真正的买客

- 相信客户使用后会感激之心  
对症下药才能打动客户的心  
实现客户的预期带来心理价值

案例：老鸟的业绩为何一直不振

### 三、如何克服拜访高层的紧张心态

- 高层拜访的四大不良的心态分析
- 惧上心态的三个根源
- 惧上心态的五大通道演练
- 克服惧上心态的四个方法

## 第二章 大客户的购买心理分析

### 一、客户的购买动机

- 现实与期望的差距---要点
- 摆脱痛苦获得快乐---痛点
- 个人的职业与物质需求---痒点
- 超预期的诱惑---兴奋点

### 二、客户购买的心理学法则

- 焦点法则：客户真正需要的是你对他的重视
- 怕吃亏法则：人们总是希望用最少的钱买最好的东西
- 主导法则：客户更愿意参与到销售过程中，做个主要角色
- 结果法则：客户购买产品的时候

更关心产品带给他们的好处

- 情感法则：客户重视附加在产品背后的情感价值

### 三、客户的购买心理

- 面子心理：买的产品有档次
- 从众心理：大家说好才是真的好
- 推崇权威：客户往往喜欢跟着“行家”走
- 爱占便宜：赢的感觉
- 受到尊重：过程很爽
- 折中现象：客户选购产品喜欢折中
- 稀缺效应：越是稀少的东西，人们越是想买到它
- 禁果效应：你越不想卖客户偏想买
- 自己决定：客户开车，我坐副驾驶

## 第三章 攻克大客户的心理防线

### 一、利他思维—赢得客户信任的法宝

- 人生无处不销售—印象是销售的

## 全部

- 建立大客户信任的心理密码
- 信任源自于信心 信心源自于印象
  - 印象一：入眼---如何引起客户的兴趣
  - 印象二：入脑---如何进入客户的记忆
  - 印象三：入心---如何赢得客户的好感
  - 印象四：入神---如何建立客户的依赖
- 愉快的体验是建立好印象的前提
- 差异化体验是建立深印象的关键
- 从卖产品到帮助客户买产品的顶级营销思维
- 从交易关系进入友情关系和伙伴关系建立客户粘连
- 销售顾问成长的六个台阶

### 案例：医院治疗方案的销售过程

## 二、首因效应—良好的第一印象

- 曼狄诺定律：微笑可以打开客户的心扉
- 倾注真诚与热情，客户戒备之心会被融化
- 用假装巧合，来减轻客户心理负担
- 找共同意识，共同点是最佳的破冰利器

- 用随手礼品，被尊重后的沟通会比较轻松
- 策划开场白，让沟通氛围变得融洽
- 你心态轻松，沟通的过程才会轻松
- 有备而来，有效情报体现你的专业
- 抓住要点，沟通才会进一步深入
- 留下后路，为下一次见面找好理由

### 案例：高层拜访案例，一马平川

## 第四章 拉近与客户的心理距离

### 一、客户帮助我们的 6 大动力

- 人情是心里忘不掉的精神债务
- 激发客户欲望是建立需求的通道
- 放大客户的痛点是成交的前奏
- 挠动客户的痒点也是合作的基础
- 投缘会促使客户主动合作
- 外部权威是建立合作的重要力量

### 案例：客户的购买动力分析与激发

## 二、拉近客户心理距离的 15 把利器

- 
- 真诚待人，以心换心，造出吸引客户的“强磁场”
  - 尊重每一位客户，不要有高低贵贱的成见
  - 牢记客户姓名，客户内心会有受重视感
  - 适当地拍拍客户的马屁，增加对自己的好感
  - 相互吸引定律：你喜欢客户，客户就会喜欢你
  - 共通心理，扩大与客户共同点
  - 投其所好，加大客户对你的好感
  - 雪中送炭，让客户铭记终生
  - 超预期的人情与服务，让客户感动
  - 用心聆听客户的话语，你会得到善意的回报。
  - 牢记客户在小事情上的好恶，赢得对方的好感
  - 多看效应：见面时间长，不如见面次数多有效
  - 主动请求反感你的客户给予批评

他反而会接受你

- 换位思考，理解客户的难处
- 适当敞开自己的心扉，引导客户谈工作外的话题。

## 第五章 利用客户心理暗示引导需求

### 一、产品卖点与买点

- 如何提炼产品卖点 USP
- 如何将产品的卖点变成客户的关注焦点

演练：我方产品的 USP 提炼

### 二、需求的动机是引导需求的原点

- 提问式销售法对客户心理影响
- 开放式与封闭式提问对客户心理影响
- 客户需求冰山模型分析
- 如何挖掘客户潜在需求
- 激发客户的痒点
- 点燃客户的兴奋点
- 如何挖掘客户买点
- 心理暗示的作用

案例：老太太买水果

### 三、FABE 策略进行产品卖点陈述

---

- 
- 为什么 FABE 是最具杀伤力的产品卖点陈述工具
  - FABE 工具的内容

训练：FABE 工具的应用

#### 四、激发客户的痛点工具 SPIN

- SPIN 需求引导流程
- SPIN 问询模式对客户需求与渴望的心理导向

案例：从《卖拐》中学习 SPIN 模式

#### 第六章 双赢谈判、异议排解和成交

##### 一、让客户心理有赢的感觉

- 敲山震虎大胆报价
- 不得接受客户的第一次还价
- 对对方的出价和还价表示惊讶

- 黑脸白脸策略
- 分批让步策略
- 让步交换策略

案例：如何分步降价

##### 二、解除客户异议的心理博弈

- 客户购买的心理障碍
- 客户异议的本质
- 处理客户异议的五步法则

案例：如何化解客户的售后服务异议

##### 三、客户的成交

- 客户成交的心理活动分析
  - 如何解除结案的心理障碍
  - 客户的成交信号
  - 利用客户的成交心理寻找合适的成交方式
-