

《巅峰销售—洞察客户的微行为心理学》

主讲：陈少胡老师

【课程简介】

本课程聚焦于最真实的决策线索：客户无意识间的表情变化、肢体姿态、语音起伏和空间互动。课程从“说服的艺术”升级为“识人的科学”，教您像解读密码一样，精准破解客户语言之外的真实意图、深层需求与情绪变化。

在两天的沉浸式训练中，课程将通过大量的录像分析、高仿真角色扮演和即时反馈演练，帮助您掌握一套强大的“行为观察-心理分析-策略应对”闭环系统。无论面对初次见面的破冰难题、挖掘深度需求的关键谈判，还是临门一脚的促单时刻，您都能借助对“微行为”的洞察，先人一步，掌握对话的主动权，将销售互动转化为一场精准高效、赢得信任的合作之旅。

【课程收益】

1. **掌握一套“读心”工具箱**：系统掌握解读客户身体语言、微表情、语音语调和行为模式的核心技术，显著提升人际敏感度与洞察力。

2. **实现需求挖掘的精准突破**：学会识别客户“兴趣”、“疑虑”、“信任”和“决策准备”的关键行为标志，在客户开口前或言语之外，提前预判其真实想法与需求。

3. **大幅提升沟通与成交效率**：快速建立深度信任，准确把握谈判、报价与促成的最佳时机，有效提升成交率与客单价。

4. **降低销售风险与决策失误**：通过识别客户的隐性抗拒与虚假信号，团队能更早预警项目风险，调整策略，减少因误判造成的跟单时间浪费和订单流失。

5. **提升复杂高价值销售的胜率**：在 B2B 销售、大客户管理、高端零售等决策链条长、沟通复杂度高的场景中，为团队提供破解决策黑箱、影响关键人的核心利器。

【课程对象】

管理层、高潜员工

【课程时间】

2 天（6 小时/天）

【课程大纲】

模块一：基础构建与核心解码

第一节：微行为心理学导论——销售的革命性视角

1.1 破冰互动：为什么传统销售技巧正在失效？

1.1.1 活动“信任快照”：90 秒建立初步信任的微行为挑战

案例研讨：某顶尖销售高手的“沉默成交”片段分析

1.2 微行为心理学的四大核心支柱

1.2.1 潜意识信号：客户自己都未察觉的决策线索

1.2.2 身体语言密码：姿态、手势、空间背后的心理地图

1.2.3 微表情解码：0.04 秒的表情里藏着什么真相？

1.2.4 语音韵律分析：语速、停顿、音调变化的情绪索引

1.3 销售场景的“行为基线”建立技术

1.3.1 练习：三步法快速建立客户的正常行为基准线

1.3.2 工具应用：《客户微行为观察清单 V1.0》发放与讲解

第二节：购买决策的潜意识信号捕捉

2.1 兴趣信号的“微行为标志群”

2.1.1 瞳孔扩张的识别与时机把握

2.1.2 身体前倾的三种程度及其策略含义

2.1.3 “镜像行为”的诱发与关系升温技巧

实战演练：识别视频中客户的“兴趣峰值时刻”

2.2 疑虑与抗拒的早期预警系统

2.2.1 防御性姿态的 5 种变体（手臂交叉的细微差异）

2.2.2 微表情识别：转瞬即逝的厌恶、怀疑、困惑

2.2.3 语音的“非对称变化”——口头同意与声音否定的矛盾信号

小组诊断：分析经典失败案例中的早期预警信号

第三节：信任构建的微行为工具箱

3.1 同步与引导：行为亲和力的高级技术

3.1.1 呼吸同步的练习与应用场景

3.1.2 手势节奏匹配的“无形影响力”

角色扮演：在 3 分钟内与“难搞型”客户建立行为同步

3.2 专业权威的非语言呈现

3.2.1 沉稳姿态的“三角稳定性原理”

3.2.2 手势的“力量区”与“信任区”运用

3.2.3 眼神接触的“情感通道”与“压力边界”平衡

第四节：第一天实战整合与反馈

4.1 综合案例挑战：“15 分钟模拟销售会话”

4.1.1 三人小组角色轮换（销售/客户/观察员）

4.1.2 观察员使用《微行为记录表》进行结构化反馈

4.2 全天要点回顾与个人行动计划

4.2.1 小组绘制“今日最大收获”思维导图

4.2.2 制定“明日三项核心观察练习”承诺

模块二：高级应用与复杂情境应对

第五节：深度需求挖掘的“行为问诊”

5.1 提问时的“行为聆听”技术

5.1.1 关键问题后客户的“第一反应”比答案更重要

5.1.2 识别“敷衍回答”的微行为组合（视线转移+手势重复）

练习：设计能激发“真实微行为”的开放式问题库

5.2 未言明需求的“泄露点”捕捉

5.2.1 话题回避时的“行为替代动作”分析

5.2.2 触摸身体部位的自我安慰信号解读（颈、脸、手臂）

案例剖析：某 B2B 大单中，客户未说出的核心痛点是如何被“看”出来的？

第六节：谈判与促单的关键行为时刻

6.1 价格谈判中的“行为锚定”与“让步信号”

6.1.1 报价时的最佳身体语言配置

6.1.2 识别客户“可接受区间”的松弛信号

模拟谈判：在价格博弈中观察并利用行为信号

6.2 临门一脚的促单行为时机

6.2.1 “决策准备就绪”的微行为集群（文件翻阅、笔的握持变化等）

6.2.2 促单试探的“低风险行为测试法”

角色扮演：识别并把握最佳成交时刻

第七节：特殊客户与困难场景应对

7.1 不同类型客户的微行为模式库

7.1.1 “理智型”客户的决策行为特征

7.1.2 “情绪型”客户的情感波动信号识别

7.1.3 “怀疑型”客户的隐性肯定信号挖掘

7.2 虚拟沟通中的微行为观察挑战

7.2.1 视频会议中的“有限帧”行为分析（上半身、灯光、角度）

7.2.2 语音通话中的“呼吸线索”与“停顿含义”

第八节：课程整合与长效发展

8.1 个人“微行为优势发展计划”

8.1.1 基于自我录像分析的改进点定位

8.1.2 21 天“微行为敏感度”提升训练方案