

《洞察顾客心理与创造优质服务体验》

主讲：陈小洪老师

【课程背景】

在零售行业的工作场景中，您是否常常面临这些问题：如何精准把握高端消费品市场的趋势与消费需求升级？怎样针对不同性格的顾客提供恰到好处的服务？如何理解不同世代消费者的独特需求并制定有效的营销策略？怎样打造优质的店铺服务氛围，提升员工满意度？又该如何在销售服务流程的关键时刻抓住机会，提高顾客的满意度和忠诚度？

这门课程深入剖析消费大升级的趋势和全渠道经营的思维，让您在了解竞争对手的同时，掌握销售的本质与顾客思维。通过 DISC 模型和消费者行为理论，您能读懂顾客的行为语言，根据性格类型调整服务策略。基于马斯洛需求理论等，揭秘顾客消费心理。课程还精准解析不同代际消费者特点，特别是 Z 世代，助您制定个性化营销策略。同时，教您打造积极店铺文化，调整员工心态，把握销售服务的关键瞬间，利用会员管理系统等工具提升服务质量。参加这门课程，让您在复杂多变的零售市场中脱颖而出，实现店铺的精细化管理和持续盈利。

【课程收益】

顾客心理理解：掌握顾客行为背后的逻辑，包括不同性格类型的顾客如何影响购买决策。

世代营销策略：了解如何针对不同的消费者群体调整营销策略，特别是如何吸引 Z 世代消费者。

服务流程优化：改善服务流程中的关键时刻，提高顾客满意度和忠诚度。

团队管理技巧：学习如何激励员工并营造积极的工作环境。

个性化服务创新：通过个性化服务提升顾客体验，增加复购率。

【课程方式】

心理学基础：深入了解顾客心理和行为模式，包括 DISC 性格分析、马斯洛需求层次理论等。

不同世代人群洞察：掌握不同世代消费者的特点及其消费行为，特别关注 Z 世代的独特需求。

实战模拟：通过角色扮演、案例分析等实践活动，增强学习体验，使理论知识更加贴近实际工作场景。

工具与技巧：提供实用的管理工具和技术，例如顾客分类及应对策略表、会员管理系统等。

服务体验管理：学习如何创建积极的店铺文化和提升员工满意度，从而提高顾客满意度。

【课程特色】

理论与实践结合：在讲解理论知识的同时，紧密结合实际案例和工作场景，让学员能够迅速将所学应用到工作中。

心理学与营销融合：结合心理学原理和营销策略，帮助学员更好地理解顾客需求。

实战导向：通过角色扮演、小组讨论等活动，让学员在实践中学习和应用理论知识。

案例丰富：提供多个真实的商业案例，帮助学员理解理论的实际应用。

互动性高：鼓励学员之间的交流与合作，促进团队协作和问题解决能力的培养。

【课程对象】

连锁行业及零售行业管理人员：零售店长、小区经理、店长等

【课程时长】

2 天 (6 小时/天)

【课程大纲】

前言

高端消费品市场趋势与消费需求升级剖析

1. 消费大升级：全面剖析认知、体验、价值升级与圈层归属
2. 流量大环境：全渠道经营的思维解析

3. 全面了解竞争对手：知己解彼方能百战不殆

第一部分 | 读懂顾客的心：用顾客的脑袋思考

一、销售的本质与顾客思维

1. 销售的实质：价值传递与需求满足
2. 掌握获取期望成果的方法
3. 市场细分寻找目标顾客：“到有鱼的地方钓鱼”
4. 顾客价值理论：“要钓到鱼就要像鱼一样思考”

二、知己解彼：读懂顾客的行为语言

1. 自我性格诊断
2. DISC 模型：分析顾客的四个维度
3. 识别不同 DISC 类型的顾客
4. 不同类型顾客的购买心理
5. 不同性格顾客的沟通技巧传授
6. 根据顾客的性格类型调整销售服务策略

【案例分析】不同 DISC 类型的顾客在汽车销售过程中的表现

【案例分析】谁是决策人

【角色演练】顾客性格与应用场景实战演练

【理论模型】《DISC 模型》《消费者行为理论》

【落地工具】《顾客分类及应对策略表》

三、顾客消费心理揭秘：顾客为什么而买？

1. 基于马斯洛需求理论的购买动机探究
2. 顾客购买的 5P 因素探究
3. 用高情绪价值体验的服务赢得顾客的心
4. 华德谢思模式中情感作用的深度分析
5. “让度价值”策略在高端销售中的巧妙应用

【案例分析】迪士尼乐园如何创造独特的顾客体验

【案例分析】怂火锅如何通过服务将情绪价值拉满

【理论模型】《市场营销组合理论（5P 模型）》《马斯洛需求理论》《华德谢思模式》

第二部分 | 不同世代消费者的洞察：如何赢得消费者的心？

一、精准锚定目标客户：不同代际消费人群特点解析

1. 不同代际消费者趋势洞察：婴儿潮世代→Z 世代
2. 深度剖析目标顾客：消费特点与消费行为
3. 不同商圈及类型顾客群特点
4. 后疫情时代的消费行为变化：个性化与创新的营销策略

【落地工具】《不同世代顾客特点与消费行为对照表》《代际消费分析》《商圈客群分析》

【理论模型】《全渠道融合营销》

【视频案例】不同世代消费人群

二、深度剖析目标顾客：如何赢得 Z 世代的信任和支持？

1. Z 世代概述：价值观与行为模式
2. 新定义的消费：Z 世代对产品价值的认知
3. Z 世代消费需求分析：马斯洛需求理论

【案例分析】Z 世代如何支持履行社会责任的品牌

【理论模型】《马斯洛需求层次理论》

三、店铺服务体验管理：店铺如何塑造优质服务氛围？

1. 如何打造正向的店铺文化
2. 员工满意，才有满意的顾客
3. 如何调整员工心态
4. 让员工从“要我做”变成“我要做”

【落地工具】《员工满意度评价表》

四、销售服务流程中的关键时刻

1. 五个瞬间塑造客户对品牌印象
2. 关键时间的服务要点
3. 持续改进与服务质量提升
4. 客户满意度提升-宠粉策略
5. 精准营销会员档案设计与顾客画像

【落地工具】《会员标签管理》《顾客画像》

【团队共创】可视化服务动线图

课程总结

1. 回顾整个课程的重点内容
2. 学员智汇分享
3. 行动呼吁