

《洞察顾客心理：门店销售技能提升实战训练营》

主讲：陈小洪老师

【课程背景】

在销售的竞技场上，是否曾经因为难以理解顾客的真实需求而遗憾地让机会溜走？是否曾经因为产品的推介方式不够贴近生活而被顾客质疑？是否曾经面对顾客逐渐冷却的兴趣束手无策？是否曾经投入大量精力却未能促成交易而感到迷茫？

近年来，消费市场的变化如同疾风骤雨般迅猛，技术的进步和社会的发展推动了消费者行为和偏好的深刻转变。在这个过程中，优秀的销售技巧不仅是满足顾客日益增长的需求的关键，也是在竞争激烈的市场环境中赢得一席之地的重要法宝。

本课程将带你走进销售的核心地带，揭示顶尖销售人员背后的秘密。课程首先将帮助你建立一个坚实的销售职业基础，塑造正确的“客户观”，学习顶级销售人才的必备法则，并培养出积极向上的工作态度。接着，通过深入分析目标客户群体和消费心理，结合马斯洛需求层次理论及 DISC 行为风格分析模型，你将学会识别并满足不同类型顾客的需求，定制化沟通策略，从而更有效地影响顾客决策。

课程还提供了丰富的实践工具和技巧，例如“黄金三问法则”、“赞美的艺术”、SPIN 提问技巧以及成果导向思维等，帮助你轻松开启对话，精准把握顾客关注的核心问题与潜在愿望，掌握对话节奏，巧妙地将产品的亮点转化为顾客的购买动机，提高销售成功率，缔造卓越业绩。

【课程收益】

提升市场洞察力：理解消费市场趋势与需求升级，掌握竞争对手分析方法，为销售策略提供有力支持。

增强销售技巧：掌握精准的目标客户定位与消费心理洞察方法，学习深层需求探询技巧，提高产品推荐的成功率。

提高成交率：掌握高效成交策略与报价技巧，学会处理顾客异议，提升售后服务水平，建立长期稳定的客户关系。

团队协作与支持：增强团队内部沟通与协作能力，提升向上沟通技巧，获取更多资源支持。

持续发展能力：通过系统的培训，帮助学员建立持续学习的习惯，强化职业素养为职业发展奠定坚实基础。

【课程特色】

全面覆盖销售技能：从市场趋势分析到客户需求洞察，再到销售技巧的应用，课程内容丰富，涵盖销售全流程。

针对性和实用性强：专门针对新世代消费者的行为特点，提供具体的应对策略与沟通技巧。

实用工具与方法：提供多种实用工具与模型，如《客户需求挖掘表》、《SPIN 法则》等，帮助学员在实际工作中应用所学知识。

互动式学习体验：通过案例分析、角色演练、团队共创等形式，增强学习的趣味性和实践性。

强化团队协作：强调团队内部沟通与协作，提升向上沟通技巧，实现资源共享与优势互补，发挥团队最大效能。

【课程风格】

互动教学：通过案例分析、角色扮演、小组讨论、漫游画廊等多种方式，深度解析理论知识，激发学员热情

实操性强：将理论与实践紧密结合，提供实用工具包并进行实战演练

实战指导：针对学员的背景与需求，提供专属的定制化辅导

【课程对象】

零售行业门店全体人员，及销售团队成员

【课程时长】

2天（6小时/天）

【课程大纲】

一、卓越的销售人员是如何炼成的？

1. 正确认识销售这一职业

- ◇ 销售职业的社会价值与个人意义
- ◇ 销售职业的现状与发展趋势
- ◇ 成功销售员应具备的职业素养

2. 树立正确的“客户观”

- ◇ 客户为中心的服务理念
- ◇ 了解客户需求的重要性
- ◇ 如何建立与维护客户关系

3. 成功销售员的123456法则

- ◇ 锁定一个方向
- ◇ 坚持两手硬抓
- ◇ 遵循三个核心原则
- ◇ 练就四项基本技能
- ◇ 具备五个必备品质
- ◇ 践行六个关键步骤

4. 积极的心态源于专业的修炼

- ◇ 心态对销售业绩的影响
- ◇ 专业修炼的方法与途径
- ◇ 团队支持与激励

【案例分析】伟大的销售员

【互动游戏】

二、目标客户与消费心理洞察：顾客消费时心里在想什么？

1. 精准锚定目标客户

- ◇ 消费市场趋势与消费需求升级剖析
- ◇ 消费大升级：全面剖析认知、体验、价值升级与圈层归属
- ◇ 不同代际消费者趋势洞察
- ◇ 深度剖析目标顾客

2. 顾客消费心理揭秘：你的顾客为了什么而买单吗？

- ◇ 不同类型顾客的消费心理
- ◇ 用马斯洛需求理论读懂顾客的购买动机
- ◇ 影响顾客决策的二心一理
- ◇ “让渡价值”在销售中的应用

3. DISC行为风格：如何与顾客建立良好的沟通？

- ◇ 开展学员行为风格测评互动
- ◇ 不同顾客行为风格分类解析
- ◇ 不同行为风格顾客的沟通策略

4. 顾客性格与应用场景实战演练

【案例分析】谁是决策人

【小组练习】顾客行为风格分类及制定沟通策略

【理论模型】《马斯洛需求理论》《华德谢思模式》

【团队共创】

三、深层需求探询与产品推荐：怎样才能让顾客开口和愿意花时间聊？

1. 如何能让顾客开口说话？

- ◇ 顾客张口就是“我自己看看”怎么办？
- ◇ 高效探询顾客需求的方法
- ◇ 运用“黄金三问法则”引导对话

2. 用赞美建立信任和打开话题

- ◇ 赞美的重要作用
- ◇ 赞美的技巧
- ◇ 沟通话题的引导

3. 找到顾客的“痛点”与“痒点”

- ◇ 哪些需求点是顾客的“痛点”与“痒点”
- ◇ 探寻需求过程的沟通方法与技巧
- ◇ 运用成果思维模式回应顾客的需求
- ◇ 成果思维模式在销售中的应用

4. 掌握沟通的主导权

- ◇ SPIN 法则及应用案例
- ◇ 四个问题让你掌握对话的主动权
- ◇ 三种问题锁定顾客的真实需求

【视频案例】

【案例分析】

【角色演练】

【团队共创】

5. 成交的关键：如何让产品卖点成为买点？

- ◇ 卖点与买点的区别
- ◇ FAB+2E 销售法则解析
- ◇ FAB+2E 销售技巧与应用
- ◇ 四步将卖点转化为买点

【视频案例】汽车销售案例

【角色演练】不同类型顾客进店需求探询技巧

【理论模型】《5W2H 黄金七问法》《SPIN 法则》《FAB+2E 销售法则》

【落地工具】《客户需求挖掘表》《话题沟通记录表》《万能话术模版》

四、高效成交策略：为什么顾客总在在成单环节踏刹车？

1. 障碍消消乐：顾客为什么总在买单前迟疑不决？

- ◇ 顾客在成交前迟疑不决的五个原因
- ◇ 影响顾客购买的三个障碍
- ◇ 三招消除顾客不购买的障碍

2. 捕捉信号：顾客释放的哪些信号隐藏了购买动机？

- ◇ 识别顾客的购买信号
- ◇ 把握时机：创造机会 VS. 等待机会

- ◇ 选种角度：六个成交时机
- 3. 报价策略与技巧：如何才能影响顾客的购买行为？**
- ◇ 控制力度：报价不是简单念数据
- ◇ 讲好故事是让服务变现的基本
- ◇ 掌握技法：三个快速成交的报价秘笈

【理论模型】《三种报价法》

4. 如何制定与顾客议价谈判的策略？

- ◇ 议价谈判策略的制定
- ◇ 议价谈判策略的选择
- ◇ 谈判过程中的注意事项

【案例分析】谁才是真正的决策人

【团队共创】

5. 成交才是开始，服务是关键：顾客关系维护要怎么做？

- ◇ 提供优质的售后服务
- ◇ 建立顾客沟通渠道稳固关系
- ◇ 为顾客持续提供价值

【团队共创】成交过程常见的问题

6. 团队协作与支持：如何实现 1+1 大于 2 的结果？

- ◇ 建立日常工作中补位与协作默契
- ◇ 内部沟通交流相互学习
- ◇ 高效信息整合与资源共享

【案例分析】多人同行应如何接待？

【落地工具】《顾客细分工具箱》《报价策略及场景话术》

7. 化疑为机：顾客提出的是异议还是机会？

- ◇ 常见异议问题及分类
- ◇ 潜在、表象与实质异议的应对策略详解
- ◇ 价格、品质与使用场景异议处理办法
- ◇ 3 招 4 步应对顾客现场成交

【案例分析】产品的包装盒太大了

【落地工具】

课程总结

回顾课程核心内容，巩固学习成果，分享个人心得与收获，规划后续行动计划，确保知识与技能的长期应用与持续发展。