

# 《共情营销：情景化客户关系突破》课程纲要

## 【课程背景】

客户说什么我们听不懂，我们卖什么客户不要什么，这是销售流程中共情能力缺失造成的：我们经常会遇到：

- 客户总是埋怨我们没有给他足够的尊重
- 我们想表达的意愿总是被客户误解
- 客户认为我们的所有热情都是为了卖产品
- 我们掏心掏肺，客户总是认为我们在掩盖问题
- 我们的热心和真诚，客户总当成驴肝肺
- 客户始终认为我们是为了钱和他们打交道
- 客户的始终认为我们是他们的对立面

以上种种都是因为共情力在销售过程中缺失造成的，共情力是一种后天习得的能力，因为在交往的过程中被忽略，或过多考虑自身利益，更多关注自己的目的，让原本可以共赢的关系变成了泾渭分明的对立关系，在对立关系明显的销售过程中，共情力缺失造成销售人员的业绩低下，客户流失，客户投诉增加。

《共情营销：情景化客户关系突破》从客户的根本概念出发，从消费者心理学出发，深度剖析客户需求和心路，有效解决客户需求，精准使用话术，全力突破客户心理，让客户认可销售人员，信任产品效能，从而实现销售人员的服务和销售同步提升，该课程已经被多家企业采购，打造了一批双S销售精英。

## 【课程目标】

1. 认知客户的基本定义

2. 了解消费者消费的心路历程
3. 掌握共情的基本原理
4. 学会掌控情绪
5. 掌握销售人的共情术语
6. 掌握听、问、说的有效方式

### 【课程时间】

1天/6小时

【课程讲师】杨军营

### 【课程对象】

1. 营销团队
2. 管理人员
3. CRM工作人员
4. 人际关系需改善人群

### 【课程形式】

讲授+互动+视频+案例分析+情景演练+心理学道具

### 【课程需求】

1.培训场地：

投影、白板、白板笔、话筒、音响

2.培训辅料

白板纸、美纹纸胶带、备忘贴、白板笔(红、黑、蓝)、A4纸

### 【课程大纲】

## 1 . CRM 的基本概念

## **1.1 认知客户**

### 1.1.1 我是谁

视频分析：《我是谁》

### 1.1.2 客户的概念

### 1.1.3 马斯洛的需求层次理论应用

**情景研讨：我们的客户到底要什么**

### 1.1.4 客户的ABC理论

### 1.1.5VIP 客户V在哪里

## **1.2 认知服务**

### 1.2.1 什么是服务

### 1.2.2 乔哈里视窗应用

**团队共创：共建城市雕塑**

**共创复盘：我们真的了解客户吗？**

### 1.2.3 服务的层次

### 1.2.4 优质服务的价值

### 1.2.5 销售需要双S人才

## **2.认知共情和情绪**

## **2.1 认知共情**

### 2.1.1 共情的概念

### 2.1.2 共情的四个要点

### 2.1.3 共情的4个阶段

### **2.1.4 共情能力测试**

共情的五个层次

2.1.5 如何提升共情能力

## **2.2 认知情绪**

2.2.1 什么是情绪

2.2.2 情绪的分类

### **2.2.3 知识实验：情绪辨别**

2.2.4 情绪影响力

2.2.5 销售过程中的微动作心理学

2.2.6 如何做好情绪管理

## **3、重新定义销售**

3.1 消费者需求决策过程分析

**案例分析：Andy 为什么不开心**

3.2 面对面销售过程中客户心中在思考什么

**视频赏析：客户的需求不一样**

3.3 客户忠诚度模型解析

3.4 销售成功的秘诀

3.5 专业销售员的四种职业

3.6 销售过程中销的是什么

3.7 销售过程中售的是什么

3.8 买卖过程中客户买的是什么

3.9 买卖过程中你卖的是什么

## **4.0 客户关系突破秘籍**

4.1 提升好感的非语言 SOFTEN 模式

4.2 销售中如何问

4.3 销售中如何听

4.4 销售过程中如何建立信任关系

4.5 增加客户信任的 QSA 模式

**知识实验：QSA 聊天法应用**

4.6 如何做好产品演示

4.7 共情模式下的终极演示话术 FABG

**情景演练：FABG 应用**

4.8 如何面对客户异议

4.9 销售的最后注意事项

**5.0 全天复盘**