

零售店销量提升秘籍

课程背景

随着品牌越来越多，消费者对产品的价格/质量/品牌越来越挑剔，购物方式越来越多样（线下+线上），如何提升零售店的竞争力，提升利润成为公司首要的发展重点。那么如何让消费者更愿意买我们的产品，如何把我们的品牌深入人心，如何挖掘消费者的潜在需求，成为很多公司和店面急需解决的问题。

作为管理层和销售人员，如果您想：

- 了解消费者的购物心理
- 掌握店面品牌建立的关键内容
- 加深顾客对品牌及销售人员的友好度
- 促进销量的进一步提升

本课程特针对以上问题而设计，课程内容以购物心理学/店面设计学为理论依据，从购物者的购物欲望产生/喜欢的沟通方式/沟通情景的分析/购物压力的来源/店面品牌建设的三个关键点等各种棘手问题，分析掌握消费者的多种潜在购物需求，为店面和销售员提升销量，提供了新颖实用的视角和方法。

课程收益

1. 了解不同消费者的购物心理
2. 了解购物场景（店面）设计的重要性
3. 会设计适合的销售场景（店面陈列）
4. 了解消费者的“购物语言”
5. 掌握各种不同的销售技巧，提升销量

课程时长

1.5-2 天（6 小时/天）

课程对象

企业销售管理层，销售人员

教学方式

讲授、案例分析、世界咖啡，小组讨论、实验演练

讲师

丰妮娅

课程大纲

第一天

一、 购物玄机 (引)

- 1 干扰效应
- 2 把商品摆到目标顾客够得到的地方
- 3 你知道消费者的“购物曲线”吗？

二、 购物机理学

- 1 转换率
- 2 拦截率
- 3 等待时间
- 4 混淆指数
- 5 产品摆放位
- 6 缓冲地带
- 7 顾客需要“多一只手”
- 8 如何在店内“广而告之”
- 9 如何设计购买路线
- 10 找到顾客急需什么

三、 购物人类学

案例讨论：你接触的女性和男性顾客有什么不同点？谁比较有“购买力”？

- 1 谁决定了男女的购物力
- 2 采集者&猎手
- 3 反向吸引法
- 4 女人到底想要什么
- 5 女性的购物哲学
- 6 男人到底想要什么

- 7 男性的购物哲学
- 8 如何赚到老人和小孩的钱

四、消费动力学

故事分享：日本的鹿苑

- 1 感官和购物
- 2 多卖一件的小窍门

第二天

一、打好基础，知道如何跟顾客打心理战

视频小片段：为什么胖东来这么“火”

- 1 从众心理
- 2 优待心理（客观压力）
- 3 逆反心理
- 4 占便宜心理
- 5 好奇心心理

二、给顾客一个购买理由

- 1 情绪的作用
- 2 敏感点催生购物动机和欲望
- 3 寻找卖点？还是挖掘卖点？
- 4 顾客需要的不是产品，而是解决方案

三、销售技巧-察“颜”观色

1. “七情之虹”传递的情态，你懂吗
2. 藏不住的“眼神信号”
3. 瞳孔的变化
4. 眯起的眼睛
5. 嘴角动作泄露天机

四、销售技巧-观行查止，活用肢体语言促销售

- 1 案例讨论：哪个是“真”买家
- 2 空间距离和心理距离
- 3 顾客点头表示什么
- 4 走路姿势透露心理想法
- 5 坐姿的玄机
- 6 顾客想走的信号
- 7 脚语和手语

五、销售技巧-语言和“弦外之音”

1. 听声辨认，顾客性格一听便知
2. 口头语
3. 用“小话题”了解客户“秘密”
4. 语气，语速变化意味着什么
5. 挤掉顾客话里的“水分”

六、销售技巧-日常习惯知顾客真性情

- 1 从位置选择透视消费者心理
- 2 字如其人

七、销售技巧-心里博弈，说服顾客

小组分享：你解决的最难的销售案例是什么

- 1 顾客要“考虑”，如何让他立刻下单
- 2 顾客说“没钱”，绕过金钱谈产品利益
- 3 顾客说“做不了主”怎么办
- 4 顾客想去“其他家看看”，怎么让他再回来

八、销售技巧-根据顾客类型制定销售策略

- 1 如何应对“主见型”顾客
- 2 如何面对“随和型”顾客
- 3 如何面对“固执型”顾客
- 4 如何面对“犹豫型”顾客
- 5 如何面对“内敛型”顾客
- 6 如何面对“标新立异型”顾客