**营销心理学与终端门店实战销售技能训练**

**[课程背景]**

近年来，实体店客流量越来越少，获客成本一路走高，好不容易进店的客人，有30%是因为导购亦步亦趋，让顾客产生了压力，落荒而逃？还有30%是因为导购“能说”，在自我感觉良好中痛失成交？更可怕的是，你却浑然不知。

如果能在营销心理学的基础上进行销售，则可以达到事半功倍的效果。可怎样让顾客“上头“，在自我陶醉中欢乐的买单呢？

**需要从以下四个方面进行：**

1. 制造氛围
2. 调动情绪
3. 为其造梦
4. 感觉成交

**本课程将为你解决以下销售难题：**

1） 一看价格就说贵，怎么办

2） 转一圈就要走，能留住吗？

3) 顾客说超出预算，是真的吗？

4） 需要找人商量，你如何应对？

5） 需要考虑/故意拖延，他在想啥？

6） 顾客太贪婪，不断索取，你一味满足吗？

7） 顾客原本兴致勃勃，眼看快成交了，却突然变脸，还有机会吗？

8） 当你服务到极致，顾客就是不买，你甘心吗？

**适用对象：**销售经理/主管、店长、导购及客服人员

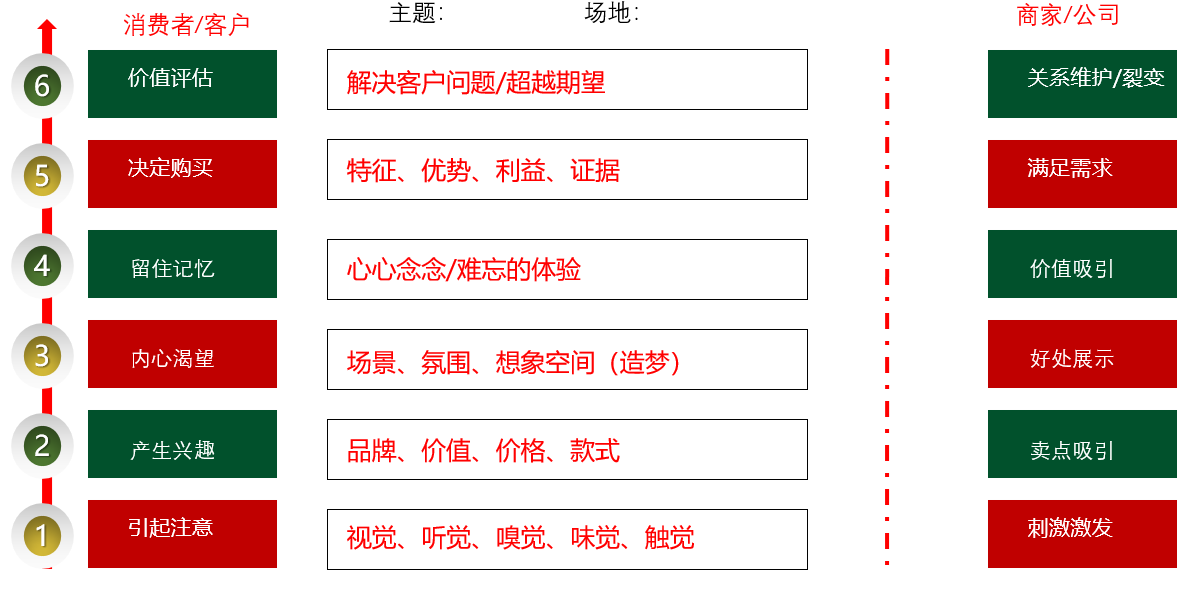
**授课方式：**采用互动式教学、角色演练、案例分析、小组讨论、PK训练、游戏互动；

**授课时间：**1天/6H

**[课程收获]**

* 洞察消费心理，掌握人心人性；
* 营造活动氛围，调动顾客情绪；
* 迎合顾客兴趣，赞扬顾客优点；
* 介绍产品卖点，占领顾客心智；
* 挖掘顾客需求，快速达成成交。

**[课程模型]**



**[课程大纲]**

* **思考：**星巴克的氛围组，你仔细观察过么？

**第一讲：知己知彼-运用营销心理学洞察顾客心理**

**【问题分析】： 人性是个复杂的多变体，加之中华文化的内敛与含蓄，内心想法不便直接表达，顾客亦如此，留给我们只有自己琢磨。如何戴上洞察力的眼镜，走进顾客的内心世界，了解顾客所思所想呢？**

**1、什么是营销心理学？**

1）尊重人心

2）理解人性

**2、深刻剖析人性的底层消费逻辑：**

1）购买动机：追求快乐VS逃避痛苦

* **案例：**从“警察追小偷”的故事中剖析人性

2）购买认知：客户只买自己认知的东西

3）需求刺激：观念的转变

* **演练：**一位多次“受伤”的客户，怎样转变他的观念？

**3、客户购买决策过程**

1. 刺激/对现状不满
2. 欲望
3. 感受到需求/行动
4. 信息搜索
5. 评估选择
6. 决定购买
7. 结果平衡

* **案例：**从买房/买车行为看消费心理学

**4、客户购买的4个心理层次**

1. 功能价值
2. 情绪价值
3. 社交价值
4. 自我实现

* **案例：**同样的价值，怎样设置抽奖券让消费者更有获得感？

**5、大脑的决策机制**

1. 损失规避

* **案例：**小朋友买糖果，运用加减法原理折射不同的心理反应

1. 利益驱动
2. 简单轻松

**6、从商家的角度看营销心理学**

1. 品牌
2. 渠道
3. 公关
4. 广告
5. 促销
6. 直销
7. 产品特性
8. 营业厅形象

**7、运用营销心理学知识策划一场活动**

1）引起注意-刺激激发

2）产生兴趣-卖点吸引

3）内心渴望-好处展示

4）留住记忆-价值吸引

5）决定购买-满足需求

6）价值评估-关系维护/裂变

* **练习：**以公司产品策划一场大型活动

**第二讲：察颜观色-洞察心理，引导顾客需求**

**【问题分析】顾客需求模糊，我们怎样引导需求？顾客隐藏的动机，你能否洞察？顾客的期望，能否为他造梦？**

**1、顾客永恒不变的6大问题**

1. 你是谁？
2. 你要跟我谈什么？
3. 你的产品对我有什么好处？
4. 如何证明你讲的是事实？
5. 为什么我要跟你买？
6. 为什么我要现在买？

* **案例：**某景区在外部环境不好的情况下，为何其中一家餐厅门庭若市？

**2、挖掘需求**

1）他想要的结果是什么？

2）他想要的标准是什么？

**3、探测动机**

1）他受到哪些影响？

2）他想证明什么？

**4、引导期望**

1）他头脑里的照片？

2）他理想中的样子？

**第三讲：介绍产品-营造感觉，激发购买欲望**

**【现状分析】：面对顾客的异议，未受专业训练的销售人员很容易掉进顾客的“坑里”， 说得越多暴露越多，最后失去主动权被动跟着顾客走。怎样扭转局面、解除顾客异议，及时成交？**

**1、如何向顾客介绍产品？**

1. 配合顾客的需求价值观
2. 让顾客参与
3. 不贬低竞争对手
4. 用我们产品的三点优势与竞争对手的弱点相比
5. 独点卖点

**2、如何解除顾客异议？**

**1）六大抗拒点**

* 价格
* 功能（效）
* 售后服务
* 竞品
* 保证或保障系统
* 身边人影响

**2）解除顾客异议的策略**

* 怀疑-应对策略
* 误解-把误解转化成需求
* 缺点-引导转移到我方优势之上

**3、销售成交FABE法则**

1）产品特点（F）

2）产品优势（A）

3）带来利益（B）

4）提供证据（E）

* **练习：**销售成交-结合公司产品，根据FABE模型设计销售话术

**第四讲：销售话术-化解异议，提高销售成交率**

**【现状分析】：面对客户的异议，未受专业训练的销售人员很容易掉进客户的“坑里”， 说得越多暴露越多，最后失去主动权被动跟着客户走。怎样扭转局面、解除客户异议，掌握销售话术是最有效的手段之一。**

1）价格太贵的应对策略

2）“嗯、嗯”不做回应的应对策略

3）需要考虑的应对策略

4）需要找人商量的应对策略

5）客户太贪婪，一味索取的应对策略

6）超出预算的应对策略

7）转一圈就走的应对策略

8）当你服务到极致，客户就是不买的应对策略