**客户心理学与客户沟通**

**用点心理学和客户进行沟通**

**12月8-9日 上海4280元**

|  |  |
| --- | --- |
| **谁来参加？** | **课程时长** |
| * 销售人员
* 专业客服
 | * 14小时 （2天）
 |
| **有何收获？** | **先决条件？** |
| * 了解营销工作的心理学本质
* 学习销售、沟通、客户、传播各个环节的心理方法和技术
* 全面提⾼职场个人工作技能，了解营销和心理学的双重规律
* 获得个⼈商业思维与心理科学双重体验的附加值
 | * 从事销售或客服工作3个月以上
 |
| **为何参加？** |
| * 企业的宗旨是经营与发展，发展的方式是生产、服务、营销与传播，传播的对象是客户与受众。
* 究竟客户心里面在想些什么？
* 他们有通行的发展规律和轨迹吗？
* 在企业公关传播，品牌发展，销售提升，客户服务的不同块面，按心理学对人类研究发现的普遍规律，我们如何应对客户？
* 作为一名普通消费者，我们如何被品牌吸引、带领、习惯性购买？
* 作为一名杰出的营销人员，我们应该掌握哪些心理学基本规律？
 |

**课程大纲**

**第一模块：什么是营销，谁是客户**

* 提问：当我们谈论“营销”，我们是在谈论什么?
* 思考：此事此刻,你为什么出现在这里?
* 互动：肯耐珂萨，他们做了什么，你的心理历程是

**第二模块：从生意到买单：心理学怎么看，我们怎么做**

* 一次典型的消费历程：你作为消费者和经营者的AB面，你分别怎么看待，怎么做？
* 心理学在营销中0-1-100+的秘密
* 商业本质：解决一个现实问题
* 唤醒需求：替你的客户把【现实问题外化出来】 【练习销售外化】
* 种子用户：如何找到愿意首先吃螃蟹的人【体验：人际吸引法则】
* 传播准备：创建一批关键的种子用户和意见领袖
* 传播的四个重要按钮 10-100
* 断言：广告语应该怎样写，才会刺激用户大脑？ 【练习Slogen】
* 重复：为什么你讨厌插播和重复广告，但却依旧买单？
* 感染：从10到100，【路演】是如何变得有效的？又是如何失效的？

案例解析：商业传奇故事，都是【踩对心理节奏的点】组成的线、面与结构！

**第三模块：令人头疼的客户**

* 客户服务 还是 客户保姆？
* 服务的关键要素：安全&安抚【避免冲突的技术：假如，你是对的】
* 服务的关键要素：引导&支持【如何做客户的心理顾问、教练、引导师
* 客户服务的4个递进阶段：
* 保姆、教师、伙伴，引导者
* 服务、指导、温暖陪伴、智慧陪伴

**第四模块：来，把你的产品服务，卖给我！**

* 【实战练习】组队选项目，开展销售话术与客服沟通的实战训练！

**相关课程**

* 作为专业销售人士你可能还会对《顾问式销售》《双赢谈判技巧》感兴趣
* 想要在更好把握客户心理上更进一步，你可能需要《读懂人心的教练式销售沟通》

**讲师简介**

**段 女士**

* **背景经历**
* KNX资深培训师、顾问
* 科普作家、应用心理学培训师/引导师、心理顾问
* 18年市场营销、品牌传播、管理咨询从业背景
* 2008年创立“心灵咖啡网”心理学门户网站
* 2014年出版心理科普书籍《逆袭心理学》，并开创系列“应用心理学”科普培训课程。
* 擅长通过“心理科学”解决企业、生活、以及家族家庭传承中各类问题；拒绝神秘，拒绝忽悠，拒绝无营养心灵鸡汤鸭汤
* 为《遗愿清单的发现之旅》、《福尔摩斯情绪与压力管理》、《个人与企业传播的心理规律》系列课程创始人，热衷以“抽丝剥茧”的方式，带领学员探究心理学的本质，抛开一切非科学体系的纷繁纷芜杂，用简单，有趣，逻辑的方式为用户呈现科学的本真，并帮助大家用科学心理学更好的工作和生活。同时，是诸多媒体专栏作家和特邀心理专家
* **擅长领域**
* 市场营销、新闻学、应用心理学
* **服务客户**

奥地利老虎涂料中国、美敦力中国，交通银行上海、平安集团、中智集团、朗生医药集团、中国电信、康宝莱中国、上海二三甲医院职业医师等