

一、 判断顾客消费心理及行为分析

顾客心理	顾客消费心理分析	顾客典型行为	代表人群
实用心理	产品使用是首要的，多关注实用性、功能性，一般会对整个产品进行综合评价	对产品进行研究或要求促销员进行产品展示	家庭主妇或收入较低者
求廉心理	1、主要是“廉价”，实用性、新颖性并不重要 2、为了得到廉价的产品精打细算，漫天砍价，为的是少花钱	关注折扣产品、处理产品，与同类产品价格进行比较，讨价还价	农村消费者和低收入者
安全心理	对产品安全性较为重视，通常关系安全使用期，产品上的安全提示，并在促销员详细讲解后才能确定是不是要购买	仔细观察产品的出厂日期和有效期，向促销员询问安全使用问题	家庭主妇
从众心理	1、顾客追求潮流时尚、不甘心落伍 2、顾客购买产品为了赶潮流、或者和亲友有一样的消费档次	驻足在已经流行的东西前，询问是不是今年的新款，对促销员推荐的流行东西表现极大的兴趣	女性顾客
新奇心理	追求新颖的、奇特的属于标新立异的，只要是新奇的都会属于购买的计划中	穿着奇特，关注新产品特性	追求时髦的年轻男女

求名心理	一种以显示自己地位和社会威望为主要目的的购物心理，从消费名牌获得社会地位的提升	只对名牌的东西显示出兴趣	城市青年男女、中年男女
爱美心理	产品感官享受是吸引他们的主要原因	设计独特的产品面前徘徊不前	城市青年女性
攀比心理	这类顾客买了比别人高档的东西就能得到心理满足。这类顾客也可能是有钱人也可能是经济不宽裕的人	既追求高档又追求潮流	青年及中年
偏好心理	为了满足某种爱好，更关注与某一类型的产品，这类顾客往往比较理性，具有经常性和持续性的购买习惯	和促销员深入探讨产品的功能、特性以及背景知识，并提出一些自己的见解	老年人
自尊心理	这类顾客在购买东西的时候，不仅追求产品的使用价值，还需要宽松自由的购物环境。这类顾客一般很尊重别人也希望别人对他尊重	比较注意促销员的表情、语言、举止，稍微不满就会表现在脸上或扬长而去	中年人

1、常见顾客消费心理

①走马观花型

特点：行走缓慢，东瞧西望，哪有热闹去哪。没有特定的购买目标，遇到感兴趣的产品就有可能购买

促销要点：随时注意顾客动向，当顾客走到产品前应热情接待，推荐产品。

②一见钟情型

特点：喜欢新奇的东西，当对某种产品产生兴趣时，会询问。有一定的购买范围，一旦看到合适的产品，购买的概率就很大。

促销要点：要根据顾客对产品的关注点进行推介。

③胸有成竹型

特点：顾客直奔产品而来，有特定的购买目标，找到后直接购买。

促销要点：促销员应迅速接近，积极推介，快速成交。

2、不同年龄型消费心理

①老年顾客

特点：喜欢购买用惯了的产品，对新产品表示怀疑态度。不易受广告宣传的影响。希望购买质量好，价格公道、方便舒适、结实耐用、售后服务有保障的产品。仔细挑选，对促销员的态度非常敏感。

促销要点：多举例子，以事实说话。多对他们的观点表示认同。耐心说明产品的用法、用途。服务要有耐心，热情。

②中年顾客

特点：喜欢购买已被证实其使用价值的新产品。既经济，质量又好。多属于理智购买，购买时比较自信。经济条件好，但价值观较强。

促销要点：以亲切、诚恳、专业的态度对待他们。不要急于介绍产品，

先注意观察判断。介绍产品时侧重产品的性能和特点，突出产品内在的品质及实用性、便利性。注重培养感情，发展“回头客”。

③青年顾客

特点：喜欢购买新颖、流行的产品。多数购买行为具有明显的冲动性，易受外部因素影响。价值观念淡薄，只要是喜欢，就会行动。

促销要点：尽量推介流行、前卫的产品。不要反复介绍产品知识，而强调产品的新特点、新功能、新用途。宣传产品时注意激发购买欲。

3、不同性别型消费心理

①男性顾客

特点：多数有目的的理智购买，购买时比较自信，不喜欢促销员过分热情。购买动机常具有被动性，选购前就选择好了购买对象。选择产品以其用途、质量、性能、功能为主，价格因素较小。希望快速成交。

促销要点：应对其进行简短，自信、专业的介绍。

②女性顾客

特点：购买心理不稳定，易受外界因素影响，且购买行为受情绪影响较大，乐于接受促销员的建议。购买动机具有主动性、灵活性和冲动性。热衷于购买各种生活消费品。挑选产品时十分细心，首先注重的是茶农饿流行性、外观。款式、品牌和价格，其次是产品的质量和服务。

促销要点：推荐其符合爱好的产品，并经常赞美顾客。

1、不同性格型消费心理

①理智型

特点：买前注重产品品牌、价格、质量、性能、款式、使用方法、日常维护保养等方面信息。善于在同类产品中比较，不急于做决定。喜欢独立思考，不喜欢促销员过多介入。

促销要点：对产品进行全面的介绍，，争取打动顾客的心。

② 冲动型

特点：经常凭借直觉和促销员的推介来迅速做出购买决定。购买目的不明显，常即兴购买。经常受外界刺激的影响，行动利索，但事后容易后悔。喜欢购买流行产品。

促销要点：热情接待顾客，可以向顾客推介高档次的产品。

③ 情感型

特点：想象力、联想力较为丰富，购买行为受个人情绪和情感支配。往往没有明确的购买目的，易受自我情绪和情感支配。比较容易接受促销员的意见。

促销要点：用言语赞美顾客，夸奖他们的眼光和品位。

④ 疑虑型

特点：性格内向，行动谨慎，观察细微，决策迟缓，购买时缺乏自信，对促销员也缺乏信任，事后易反悔。

促销要点：耐心回答顾客所有问题，使用适当方法促进其购买。

⑤ 随意型

特点：缺乏购物经验在购买中常不知所措，乐意听取促销员的意见，希望能够得到帮助。对产品不会有过多的挑剔，容易下购买决心。

促销要点：向顾客积极介绍产品。

⑥ 习惯型

特点：凭个人习惯和经验购买，不易受广告宣传和促销员的影响，对流行产品、新产品反应冷淡。通常有目的的购买，购买过程迅速。

促销要点：不要向这类顾客推介台新奇的产品。

⑦ 专家型

特点：脾气较暴躁，易于发火，认为促销员与顾客是对立的利益关系，自我意识很强。购买中常认为自己的观念绝对正确，经常会考验促销员的只是储备。

促销要点：让顾客自由选择，等待顾客主动询问。