

整形美容咨询师案例对话上海美赋医美商学院

产品名称	整形美容咨询师案例对话上海美赋医美商学院
公司名称	深圳美赋菁英医学美容教育培训有限公司
价格	1.00/个
规格参数	整形美容咨询:整形美容咨询师案例对话上 整形美容咨询:整形美容咨询师案例对话上 整形美容咨询:整形美容咨询师案例对话上
公司地址	深圳市福田区梅林街道孖岭社区凯丰路28号富国工业区厂房1栋301-17房（注册地址）
联系电话	17891994898

产品详情

美容咨询师案例对话上海美赋医美商学院

美赋医疗美容医院的咨询室内，一位27岁的女孩正在和咨询师聊天，女孩毕业于上海交通大学，目前在一家外资网络公司工作，虽然人长得非常清秀，身材也很棒，但无奈胸部一马平川，毫无波澜，经常被闺蜜奚落为关中平原、飞机场，和男朋友在一起亲热的时候，也常被男友戏称为旺仔小馒头。有一次，男友又在取笑她，张婷一气之下说到，我是平胸我骄傲，我为国家省布料，怎么地吧？没想到男友却说，但是你浪费了国家的海绵，都说乳沟就像海绵里的水，挤挤总会有的，但你这属于塔克拉玛干沙漠里的海绵，再怎么挤都没用，一句话差点把她气背过去。说实在话，长这么大，什么所谓的人间胸器、美丽的乳沟，都与自己无缘，本来也觉得无所谓，但没想到平胸却成为了男友和她分手的理由，取代她的是一个胸妹，是公司新来的实习生，前凸后翘，十足风骚。真的搞不懂，难道胸对男人来说就那么重要吗？一段的时间的悲痛、失落、伤心之后，张婷婷决定要改变自己！美容咨询师案例对话上海美赋医美商学院

咨询：您要是想说的话，我今天就给你便宜一些，刚好我们这段时间在搞活动，能给你省下不少钱呢？（优惠、打折是最后的成交催化剂，而不可以上来就滥用，接诊就优惠，以后永远没有大单子，以优惠而来的顾客，最终会因优惠而去。）

顾客：那我的情况，你看要是做下来的话，大概需要多少钱呢？我不计划投入太多，你别给我报的太高了！差不多就行！（顾客跟你讨论价格，你就要跟顾客讨论价值，价值到位，才能消费，学会塑造价值是高级咨询师和初级咨询师的重要区别。）

咨询：恩，我知道，是这样的，不同的人情况不同，所用产品材料不同，需要根据情况来定。我不能马上给您定下价格，得让医生给您看看之后再决定。至于价格吗好说，肯定不会要贵您的，一定给您最便宜的。你放心吧！我先带你去找医生，让他给你看看，用什么假体，用什么品牌的。（连哄带忽悠的

模式，很难获得顾客对你的尊重，一旦顾客不尊重你，就会陷入价格争论当中，而且成交的几率也会快速降低，所以专家才是赢家。）

顾客：哦，你先大概给我说下呗，我好心里能有个准备呀！（顾客非常害怕你在价格方面忽悠她，到了医院又变卦，所以才要问清楚。）

咨询：这个你让我怎么跟你说呢？医生还没有见你的情况呢？我们从1万到15万都有，价格是不等的，看你做什么品牌的？（报价的基本原则是信任没有不报价，价值没塑不报价，专业不讲不报价，在没有充分体现你的专业性，没有建立信任和塑造价值的时候进行报价，通常都很难获得认同。）

顾客：怎么差距会这么大呢？是不是便宜的不好，对身体不好，以后会影响生孩吗？（报价差距过大，让顾客心里没谱，很难建立对你的信任。）

咨询：肯定是价格越贵的越好了，不论是从手感、形态、安全，还是从维持时间，人体兼容性等方面都是有很大差异性的。（一心想成交，往往成交不了，必须学会以退为进的策略，千万不要让顾客看出来你就是想赚她的钱，而却毫无原则和医德。）美容咨询师案例对话上海美赋医美商学院

顾客：那怎么会差距那么大呢？到底好在了哪里？会差十几万？（此时顾客已经对你完全不相信了，感觉你就是想赚钱，所以顾客往往不怕你考虑自己的利益，她最害怕你不考虑她的利益，一旦让顾客感到你就是想赚钱，想成交，而却丝毫不为她考虑，那成交基本就没戏了。）

咨询：刚才不是跟你说了吗？各方面都有很大差异的，十几万的都算是便宜的了，还有顾客做个胸都要100多万，做出来的效果绝对不是普通胸所能比的，根本不是一个级别和档次的，建议你做最好的。（价格的差异绝对不是全部体现在效果上，这样讲会让顾客在术后产生巨大的落差，因为整容价格因素里面更重要的安全和保障，大医院能保障你的安全，好医生能保障你的效果，如果把价格贵全部放在效果上，会大幅度提升顾客的期望值，而实际上，10万和100万产生的效果绝对不会相差十倍。）美容咨询师案例对话上海美赋医美商学院

顾客：哦，那都什么牌子的会比较好？便宜的最低要多少钱？便宜的做出来真的效果很差吗？（因为你没有能够在专业上打动顾客，所以顾客注意力还是集中在价格上，并且对便宜的有所担心。）

咨询：也不是效果很差，只是没有贵的效果好而已，跟你买个奥迪和买个玛莎拉蒂一样，不是一个级别和档次，当然效果也是不一样的。但并不是说奥迪就不能开，一样的道理，我们常用的品牌有娜高、曼托、娜绮丽、妙桃、麦格等等，都非常不错的。（没有获得顾客的需求，对顾客背景不了解，盲目的进行产品推介和无效营销，这样说的再天花乱坠，也难以获得成交，还是那句话，不懂顾客心，说破都无功。）

顾客：哪差不多的需要多少钱呢？就是即安全、好看，又价格不是太贵的。（此时顾客还是希望能够找到一款适合自己的，高性价比的，因为她经济状况不是太好，而且对隆胸的价值又没有深刻认识，所以此时顾客基本还是处于价格优先时期。）

咨询：我建议你可以考虑娜高的，8万块钱就可以做下来，效果还非常不错，上次我们一位顾客就是做的娜高的，效果非常的棒。（盲目的推荐是很难获得顾客认可的，所以知己知彼百战百胜，脱离顾客的需求去营销，基本都是劳而无功。）

顾客：哦，要八万啊，那我再考虑一下吧，回头我再给你打电话吧！（顾客说考虑考虑的时候，有两种情况，80%是婉言拒绝你，20%是真的要考虑。）

女孩离开了美赋医疗美容医院，她感觉咨询师就是一个劲的想给她推荐最贵的让她做，一点也不为自己考虑，丝毫没有体谅自己经济上的窘迫。虽然工作了2年多时间，但在上海这个大城市，挣得那点钱，根本不够花，所以到现在还是月光族。以前跟男友在一起的时候，还时不时的能得到他的接济，如今只能

靠自己了。父母远在安徽农村，又不想跟父母开口，他们年龄大了，要是知道自己失恋了，还要去整容，一定会疯掉的。看看时间还早，11点半，想起来昨天在网络跟其他整形美容医院预约了下午2点见面，她赶快快步走到路边等候出租车。这家整形医院是上海规模和实力比较大的一家整形医院，虽然很不错，但无奈价格非常的贵，而且很少有什么活动，这一点让婷婷有些犹豫，但不管怎么样，都已经出来了，还是去看看为好。

坐车1个半小时，来到了整形医院，在导医的带领下，咨询师接待了她，是一位老牌咨询师，已经在整形美容行业工作了11年时间，从顾客略带忧伤的眼神中，她察觉到了顾客的失落和伤痛。幸福的人儿都是一样的，不幸的人儿却有着各种不幸，想起来自己三年前失败的感情，至今想起来心里都隐隐作痛。眼前的这个女孩像极了当初的自己，想到这里，她不禁对这个女孩有了一丝怜悯之心。

咨询：您好，婷婷，你本人要比我想象中更有朝气啊！请坐吧！小曼，给顾客倒杯水，不要温的，要热一点的，她胃不太好。（沟通的前三分钟，不要聊主题，把顾客当中来你家的客人，先热情招待，完成热场这一环节，因为好的热场才会让顾客对你产生好感，而好感是信任的基础，信任又是成交的基础。）

顾客：谢谢您，医生，您怎么知道我胃不好？（咨询师必须学会明察秋毫的功夫，当你足够专业的时候，顾客会被你所震撼，后面再谈什么就容易相信你了，所以专业到位，顾客信任，观念到位，顾客消费。）

咨询：因为你鼻翼发灰、发青，这说明你胃寒，而鼻头发白、发黄，这说明你脾虚，因此我判断你脾胃必定不好，平时要多喝点热水，早上可以吃一片生姜片，平时注意远离生冷，苦寒败胃啊！（要从关心顾客的角度去充分显示你的博学与专业，你越专业顾客越信任你，因此，首诊顾客要秀形象、秀专业，复诊顾客要重点关注效果和满意度。）

顾客：是吗？您可真厉害，一下子就能看出来我有胃病，最近胃一直不舒服，在吃药呢？（让顾客尊敬的医生才是好医生，但要成为好医生，你就必须功夫下在平时，注重专业知识的积累。）美容咨询师案例对话上海美赋医美商学院

咨询：胃病三分治疗，七分养，关键要靠食疗，从你的气色来看，你小时候身体就不是太好。肾为先天之本，脾为后天之本，先天不足，后天补之。所以你的胃要想好，必须靠多多调养，注意饮食，而不能只靠吃药，是药三分毒，尤其是西药。（从聊顾客的胃病和养生角度，巧妙的切入与顾客的聊天之中，这样做很容易建立顾客对你的信任和尊重，因为话题涉及顾客健康和利益，所以很容易通过这种途径建立相互信任，为后面的沟通做好铺垫。）

顾客：是的，是的，以前我看过一位中医也是这么说的。（当顾客佩服你的时候，你说什么，她都容易相信，所以功夫在诗外，越是在价格和成交层面纠结，越是难以成交。）

咨询：上帝总是公平的，虽然她没有给你强健的身体，但却给了你一双美丽的大眼睛和白皙的皮肤。你的眼睛看起来清澈见底，秋波流盼，非常迷人，皮肤白皙、透亮，肤色健康，肤质细腻，你家应该是安徽芜湖一带的吧。（热场之后，在合适的时间，一定要巧妙的切入话题，不能聊得太远了。而选择赞美的方式切入，是最有效、最快速，且最不容易引起顾客警惕的方式。）

顾客：哇塞！慕医生您可真是神人啊？我家是哪里的您都能看出来吗？您您您可太牛了！（用专业知识来武装自己会让顾客对你崇拜有加，信任建立，所以大家一定要注重学习，人最可怕的不是口袋空空，而是脑袋空空。）

咨询：是芜湖的吗？芜湖一带多出美女，而且特征非常明显，眼睛大而圆，皮肤白透亮，先天小V脸，青丝半遮面。性格多活泼可爱，而且特别聪明，悟性高。历史上苏轼、黄庭坚、王稼祥、吴亚玲、吴琼，对了还有赵薇，都是你们那里的。（借助于赞美芜湖美女的机会间接赞美顾客，这样的赞美不会让顾客觉得你的目的性很强，又可以很好的展示你的博学和专业。）

顾客：是的，我家就是芜湖的，您也是那边的吗？怎么这么了解芜湖，比我知道的都要多。（人多有好奇心，尤其是女孩子，所以要故意使用好奇心策略，来吸引顾客对你的关注。）美容咨询师案例对话上海美赋医美商学院

咨询：赵薇不就是芜湖的吗？我有好几个朋友也都是那边的，都很漂亮。芜湖水多，且水质很好，在水边长大的女孩子采天地之灵气，吸日月之精华，多清灵秀气，非常招人喜爱。（第三次间接赞美顾客，这样可以起到巩固顾客对你好感的效果，所以采取多次强化赞美可以有效维持顾客对你的信任感。）

顾客：是的，是的，您说的非常对。对了，您能给我讲讲隆胸方面的事情吗？我最近为这个事情比较烦恼，想多了解一下，价格啊、安全啊、效果等方面的问题，想跟您请教一下。（主动引导顾客去跟你聊业务方面的事情，因为她就是过来咨询的，但让顾客问出来，会比你说出来效果要好的多，这样你可以占据沟通的主动权。）

咨询：那我想问下您对隆胸的期望有多高呢？因为每个人的期望值都是不一样的，隆的都是胸，期望各不同，有人要幸福，有人要爱情，有人要美丽，有人想出名，有人做投资，有人为家庭，您说是不是？可以告诉我您是为了什么而选择隆胸，这样我才好为您推荐更适合的方案。（再次反向引导顾客思维，当顾客向你询问价格的时候，如果你还没有做好铺垫价值，就先反问她期望值有多高，并且站在顾客利益角度，给出很有道理的观念。）美容咨询师案例对话上海美赋医美商学院

顾客：我跟男朋友分手了，他喜欢胸大的女孩，我自己也意识到自己的这方面缺点，想改变一下，但因为现在收入也不是太高，问了几家都觉得价格方面不合适，但价格太低的我又不敢去做。（顾客在你的引导之下，说出了隆胸的真实意图，后面你再沟通就会比较容易了，所以要想获得成交，说话说到顾客心里去，就必须知道顾客在想什么。）