

广告销售实战技巧提升训练营

【课程背景】

在中国国内广告行业面临的现状是：一方面广告市场方兴未艾，另一方面广告行业人员专业化程序不高、知识面不广、服务意识薄弱、沟通能力和创造能力不强、法制观念淡漠等等，行业发展急需与之配套的专业在职专业培训。

【授课时长】

2-3天

【课程收益】

广告业务员入门、广告销售代表技能提升的专业训练。从冠军业务员到金牌销售总监的完美教程。您需要播下一种思想，收获一种行为；播下一种行为，收获一种习惯；播下一种习惯，收获一种性格；播下一种性格，收获一种命运。

【授课对象】

广告公司，传媒机构，媒体单位广告各级媒体销售人员和经营管理人员如经管中心主任，销售经理，部门经理，营销总监等；

【课程特色】

- 1、老师充分利用不同方案和具有广博的背景知识激情讲解。
- 2、讲师方案的实用性和完全性已得到认可，在陈述并应用广告媒介销售方面具有大量实践的个人和综合性支持案例。
- 3、采用各种有效的方法，包括案例分析、角色演练，模拟拜访，课堂互动等。
- 4、专业知识+专业技能+素质培训+规范管理，全方位强化！

【课程大纲】

第一讲、广告销售准备阶段十大警钟

- 一、重理论，轻实战
- 二、总是批评竞争对手
- 三、不注重自己的形象
- 四、面对客户心生畏惧
- 五、成绩面前不思进取
- 六、不能及时调整自己的坏情绪
- 七、业绩目标不切实际

八、以貌取人

九、过度谦卑

十、轻言放弃

第二讲、客户接触阶段十一大警钟

一、过分赞美

二、忽视客户周围的人

三、只顾销售忘了周围的人

四、只善于用提问的方式与客户沟通

五、不了解客户的背景

六、不善于应付意外事故

七、“一对多”时误认目标

八、没记住客户的名字

九、没能激发客户的潜在需求

十、不会建销售网

十一、专业知识不够

第三讲、说服沟通阶段十一大警钟

一、没能赢得客户好感

二、与客户发生争执

三、不会运用“勿失良机”

四、被客户的问题套住

五、不敢拒绝客户的要求

六、广告销售时机不当

七、没有回答客户关注的事项

八、不能给客户提出好的建议

九、不善于利用客户心理

十、不懂得设身处地地为客户考虑

十一、再次拜访客户的误区

第四讲、媒体产品介绍阶段十大警钟

一、不强调关键的利益点

二、总爱卖弄专业术语

三、以自我为中心

四、不了解市场行情

五、无端夸大媒体产品的优点

六、事先不做好计划

七、没能让客户亲身感受产品

八、过多地泄露自己的秘密

九、介绍没有专业性

十、对自己的产品没有信心

第五讲、成交缔结阶段十大警钟

一、不能掌握成交的主动权

二、追求单赢

三、强迫成交

四、存在成交心理障碍

五、没有成交策略

- 六、没有很好掩饰签约时的心情
- 七、陷在在价格争议的旋涡中
- 八、不能指出客户的错误理解
- 九、顾小利失大利
- 十、成交过程中失态

第六讲、客户服务阶段十大警钟

- 一、忽视客户的投诉
- 二、不能正确对待客户的抱怨
- 三、不具备服务公众的意识
- 四、将服务完全推给客服部门
- 五、为分清责任不惜与客户争吵
- 六、抗拒客户投诉
- 七、对客户作出无法兑现的承诺
- 八、是您错了，我们不承担责任
- 九、不要轻易给客户承诺
- 十、忽略老客户

第七讲、广告销售策略阶段十一大警钟

- 一、让难下决定的客户绊住手脚
- 二、错用激将法
- 三、不能与客户有效互动
- 四、拜访时机不当
- 五、不会巧妙问出客户的真实需求
- 六、不懂得争取下一次机会
- 七、不能突破思维局限
- 八、在客户需要帮助时漠然视之
- 九、急于求成
- 十、不能给准客户正确定位
- 十一、大客户销售的误区