

《电信：顾问营销技能综合提升特训营》

【授课时长】

实战版 4 天、浓缩版 2 天

【授课对象】

通信业务顾问

【课程大纲】

(领导开训:强调学习的意义和纪律)

头脑风暴：您碰到哪些关于通信产品营销技巧、客户维护等方面的问题？每人提一个问题，老师将这些问题作为案例在整个课程中巧妙地穿插、分析、演练，解决学员实际难题。

第一章、目标心理及需求分析（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、目标客户的 MAN 法则

二、顾客性格分析

三、顾客购物决策分析

(一) 决策者

(二) 购买者

(三) 建议者

(四) 影响者

四、判断谁是关键性人物

(一) 职位高低

(二) 性格特征

(三) 职业对应

(四) 威望指数

(五) 专业知识

五、顾客购买动机分析

(一) 逃避痛苦

(二) 追求快乐

六、顾客自身分析

(一) 顾客年龄分析(青少年、中年、老年)

(二) 顾客职业分析(经济职业人士、传统职业人士、机关行政事业单位)

(三) 顾客地域分析(农村、城市)

(四) 顾客购买态度分析

(五) 顾客购买心理分析

(六) 顾客购买行动分析

(七) 顾客购买关心分析

(八) 顾客深层需求分析

短片观看及案例分析：广州移动：目标客户挖掘与识别案例

广西电信：目标客户挖掘与识别案例分析

深圳电信：客户挖掘与识别案例分析

模拟演练、点评分析

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第二章、客户顾问式需求引导技巧（头脑风暴、模拟演练、短片观看、案例分析）

一、高效收集客户信息的方法

- (一) 观察法
- (二) 提问引导法
- (三) 分析法

二、针对不同客户认识度的顾问式需求引导技巧

- (一) 未知、未办业务型客户
- (二) 已办竞争对手业务型
- (三) 受伤抗拒型、资深抗拒型

三、针对不同年龄的客户的顾问式需求引导技巧

- (一) 青少年
- (二) 中年
- (三) 老年

四、针对不同职位的顾问式需求引导技巧

五、针对不同需求的顾问式需求引导技巧

六、针对不同行业的顾问式需求引导技巧

示范指导与模拟演练

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第三章、通信产品呈现技巧（案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练）

一、影响销售效果的三大因素

- (一) 取得信赖
- (二) 利益呈现
- (三) 挖掘需求

二、产品推介的法宝

- (一) 数据对比法
- (二) 从众心理法
- (三) 制造痛苦法
- (四) 限时限量法
- (五) 利弊分析法
- (六) 委婉提醒法

三、不同客户四种性格的营销技巧

- (一) 力量型
- (二) 活泼型
- (三) 完美型
- (四) 和平型

四、电信部分业务顾问营销推介技巧

- (一) 车载信息服务行业解决方案
- (二) 保险行业解决方案
- (三) 物流 E 通配送行业解决方案
- (四) 天翼家校通
- (五) 号码百事通

- (六) 视频会议外包解决方案 (金视通)
- (七) 委办局电子政务解决方案
- (八) 区县电子政务应用基础平台暨协同办公系统
- (九) 呼叫中心集成解决方案
- (十) 电子政务解决方案
- (十一) IT 维护外包解决方案
- (十二) 汽车前装信息服务解决方案
- (十三) 企业门户解决方案
- (十四) 店铺版通信版套餐
- (十五) 店铺版信息版套餐
- (十六) 旺铺加盟基础组合方案 1 - 1
- (十七) 旺铺加盟基础组合方案 1 - 2
- (十八) 网络无忧增强组合方案 2 - 1

案例分析及模拟演练：广西电信：通信产品呈现技巧案例

福建移动：通信产品呈现技巧案例

广州移动：通信产品呈现技巧案例

示范指导、模拟练习

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第四章、客户异议处理技巧 (案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练)

一、快速分析投诉产生的真实原因

- (一) 客户心理不健康
- (二) 客户期望值高
- (三) 客户不理解我们工作流程和工作要求
- (四) 服务人员态度、服务沟通技巧、分析能力待提高
- (五) 已给客户造成损失

二、快速确认投诉的真实目的

- (一) 求发泄不满的心理
- (二) 求尊重公平的心理
- (三) 求补偿损失的心理
- (四) 求尽快解决问题的心理
- (五) 恶意投诉心理

三、客户性格心理分析及处理技巧

- (一) 和平型
- (二) 力量型
- (三) 活泼型
- (四) 完美型

四、非补偿型难缠客户心理分析

- (一) 客户为什么会粗鲁无理？
- (二) 客户为什么会夸大其词？
- (三) 客户为什么会做出一些让人难以接受的行为？
- (四) 为什么我们做了很多的解释客户不听？
- (五) 为什么好像我们说的很多实际的客观的话，客户都认为不对？

五、补偿型难缠客户心理分析

- (一) “合理补偿型”客户心理分析

(二) “巨额非合理补偿型”客户心理分析

(三) 客户要求向媒体报曝光的心理分析

(四) 客户为什么提出要补偿？

(五) 他的真实目的是什么？

六、客户抱怨投诉常见处理技巧

(一) 处理客户投诉宗旨：客户满意最大 VS 公司损失最小

(二) 处理投诉的要诀：先处理感情，再处理事情；

(三) 避免 20 种错误处理顾客抱怨的方式

(四) 客户抱怨投诉处理的步骤

七、委婉地解释和说明公司规定的技巧、降低客户期望值

(一) 委婉提醒法

(二) 巧妙诉苦法

(三) 巧妙请教法

(四) 同一战线法

(五) 利弊分析法

(六) 温馨提示法

(七) 宣传提醒法

(八) 上级权利法

(九) 体验呈现法

(十) 举例说明法

(十一) 提问引导法

(十二) 摩托罗拉法

八、及时安抚客户情绪技巧

(一) 语言技巧

(二) 行为技巧

(三) 三换原则

九、客户抱怨投诉处理技巧

“三明治”+提问引导技巧

第一层---积极情感（正能量）：鼓励、肯定、赞美、理解、关心

第二层---核心问题（解决投诉）：建议、指正、要求、询问、引导

第三层---积极情感（正能量）：鼓励、肯定、赞美、希望、关心

十、当我们无法满足客户的时候…

(一) 替代方案

(二) 巧妙示弱

(三) 巧妙转移

(四) 摩托罗拉

(五) 巧妙的降低客户期望值

(六) 此消彼长利弊分析

(七) 正能量激励

(八) 心理满足+情感关怀

十一、反复投诉、恶意投诉、补偿型投诉应对 22 大策略

(一) 资源整合策略

(二) 同一战线策略

(三) 攻心为上策略

- (四) 巧妙诉苦策略
- (五) 限时谈判策略
- (六) 丢车保帅策略
- (七) 上级权利策略
- (八) 利弊分析策略
- (九) 黑白脸配合策略
- (十) 威逼利诱策略
- (十一) 息事宁人策略
- (十二) 快刀斩乱麻策略
- (十三) 欲擒故纵策略
- (十四) 团队配合策略
- (十五) 情感拉拢策略
- (十六) 步步为营策略
- (十七) 先发制人策略
- (十八) 虚实结合策略
- (十九) 迂回曲折策略
- (二十) 疲惫战术策略
- (二十一) 最后通牒策略
- (二十二) 以柔克刚策略

十二、升级投诉、疑难投诉处理策略

- (一) 解决核心问题
- (二) 代替性解决策略
- (三) 此消彼长利弊分析
- (四) 运用法律知识
- (五) 借用人性情感

示范指导、模拟练习

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

第五章、客户促成技巧(案例分析、短片观看、头脑风暴、示范指导、模拟演练)

- 一、假设成交促成法
- 二、体验营销促成法
- 三、步步为营促成法
- 四、适度让步促成法
- 五、利弊分析促成法
- 六、请求成交促成法

案例分析及模拟演练：广州移动：客户促成技巧案例

福建移动通信：客户促成技巧案例

广州电信通信：客户促成技巧案例

示范指导、模拟练习

就学员提出的难题进行分析、讨论、模拟演练、点评

课程结束：

- 一、重点知识回顾
- 二、互动：问与答
- 三、学员：学习总结与行动计划
- 四、企业领导：颁奖

五、企业领导：总结发言

六、合影：集体合影