

《顾问式销售之精准客户营销》

【课程背景】

顾问式销售给客户带来最大的好处是帮助客户在收集信息、评估选择和购买决定这三个过程中得到一个顾问，从而做出精确的决策；同时，通过面对面的感情直接接触，给客户带来金钱收益和情感收益。顾问式销售能够最大程度的激发消费需求，增加产品的销售机会；同时让客户自发产生良好的口碑扩散，产生连锁销售反应。一个满意的客户就是公司最好的流动广告。因此，顾问式销售可以为公司的长期发展提供巨大的助力。将顾问式销售贯穿于产品销售活动的整个过程中，可以使公司与客户之间建立稳定双赢的长期合作关系。

【课程收益】

- 帮助学员转变销售基础的行为模式；
- 向帮助客户解决问题为出发点的咨询服务型进行转变；
- 从促成单笔交易，转化为促成一系列的交易；
- 帮助学员了解顾问营销技术，掌握顾问式营销的关键和方法；
- 学会提高销售成功率、提高客户忠诚度、强化信任的方法；

【课程形式】

互动讲授+学员实操+小组研讨+案例分享

【课程对象】

保险公司中基层管理及销售团队成员

【课程时长】

2天（6小时/天）

【课程大纲】

一、互通：理念与心态

- 1 顾问式销售的概念
- 2 营销员的价值和意义所在
- 3 你在做什么——如何传递价值、创造价值
- 4 我是谁——如何精准自我定位
- 5 专业顾问应该具备的素质

二、明心：如何做到知彼

- 1 我们的目标在哪里

- 2 传统销售对客户认知的误区
- 3 购买需求细分
- 4 如何认识并了解不同的需求
- 5 客户的购买特点分析
- 6 慧眼识珠——快速判断购买阶段

三、初识：顾问式销售精讲

- 1 四个特点
- 2 六步分析
- 3 销售和购买流程的比较
- 4 三个模式

四、细致：精准客户开拓

- 1 客户定位的三个纬度
- 2 七问精准定位目标客户
- 3 判断销售机会的五大问题
- 4 客户开拓的十种方法

五、入微：客户分析

- 1 快速收集讯息——四步走
- 2 如何设定强制购买魔方
- 3 客户购买决策的五种角色和六类人员
- 4 判断关键角色的 EHONY 模型
- 5 制定销售思维导式

六、同理：建立信任

- 1 客户关系发展的四个阶段
- 2 快速打造信任核心
- 3 建立信任的五种方法
- 4 客户四种沟通类型与应对策略

七、因势：挖掘需求

- 1 学会设身处地
- 2 客户的七大需求
- 3 绘制客户需求树

4 Spin 的需求开发过程

八、利导：呈现价值

1 FABE 法

2 如何介绍产品才有吸引力

3 如何让产品最具竞争优势

4 如何让客户自己深刻了解产品优势

5 如何迅速消除异议——顾虑抢先法

九、掌握：一技在手、业绩我有

1、客户控制力训练

- 无懈可击的销售心态
- 客户面谈训练
- 像主人一样说话（如何迅速占据主导）
- 需求分析训练

2、产品呈现力训练

- 产品介绍训练
- 如何让利益更有说服力
- 客户追踪训练

3、谈判控制力训练

- 异议处理训练
- 购买需求切入训练
- 协商成交训练

十、收官：促成与售后

1 把握客户的秋波

2 临门一脚十步走

3 差异化服务

4 如何让客户主动为你打广告

十一、分组研讨、课程总结回顾