

# 《顾问式销售之精准客户营销》

## 【课程背景】

作为现代营销观念的典型代表，顾问式销售对银保产品的销售业绩提升有着至关重要的作用。

顾问式销售在网点实操中的应用，不仅可以帮助客户经理迅速建立以客户利益为中心的原则，而且可以帮助客户经理做到持续的感情投入，与客户建立稳定的信任关系，在实现双赢效果的同时，促进公司银保渠道业务的发展步入良性循环。

对每一位客户经理来讲，掌握顾问式销售不仅对公司的意义重大，对个人来说更是一种迅速的提升，在建立属于专属信任圈层的同时，实现完美人生的必经之路。

## 【课程收益】

- 顾问式销售作为一种有效的介入式销售模式，已经被越来越多的保险公司所采用，并取得了良好的反响。相对于种类繁多的销售技巧技能提升课程而言，顾问式销售更侧重基于销售理念的更新为基础的行为模式转变，从根本营销理念的转变为出发点，从以产品推介为出发点的说服购买型，逐步向以帮助客户解决问题为出发点的咨询服务型进行转变，销售的侧重点也从促成单笔交易，转化为促成一系列的交易。本课程由浅入深通过三天的学习研讨，帮助学员详细了解顾问营销技术，掌握顾问式营销的关键和方法，改变传统的销售思维模式，学会面向重点决策者的销售方法，学会提高销售成功率、提高客户忠诚度、强化客户信任的方法，进而提升个人销售业绩。

## 【课程形式】

讲授+实操+研讨

## 【课程对象】

银保渠道中基层管理及销售团队成员

## 【课程时长】

3天（6小时/天）

## 【课程老师】

金玉成老师

## **【课程大纲】**

### **一、互通：理念与心态**

- 1、顾问式销售的概念
- 2、客户经理的价值和意义所在
- 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
  - 客户接待训练
  - 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
  - 客户跟踪训练
- 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