

顾问式销售技巧培训

➤ 课程背景

但在中国加入 WTO 之后，市场逐渐开放，过去依靠政策垄断的企业逐渐失去独特的竞争优势。

在激烈的竞争环境中，逆水行舟，不进则退。如何能在转型期保住企业前期积累的大客户资源？如何在激烈的竞争中开辟一片蓝海？如何能够找到最适合企业快速发展的一片天空？这些问题长期以来一直困扰着很多的企业家。

在高速发展的中国，古老文化与现代文明结合的今天，产品已经变成了企业理念的载体，客户变成了企业间竞争的核心！所以打造客户忠诚度与开拓新市场的不二选择就是——打造优质客户关系！

中国式顾问销售，可以让你从单纯的销售转为与客户长期合作，奠定你与公司的成功。这一课程为你指出在客户发展模式中使用解决方案实施进程的方法。让你了解如何在客户关系进程中运用持续改进策略，以及如何利用咨询式销售建立长期合作关系。最后，还有助于你了解如何成为客户的长期同盟者，为持续的生意成功铺平道路。

➤ 课程收益

- ◆ 了解中国客户的决策行为
- ◆ 学习、了解、锁定客户的需求
- ◆ 掌握顾问式销售方法，并逐步更新自身的销售观念
- ◆ 掌握如何将技巧用于实践，通过顾问式销售方法，快速提升销售业绩

➤ 本课程的适合人员

销售人员，销售主管，营销主管，服务人员，售前人员，总经理等。

➤ 课程时间

2天

➤ 课程大纲

1. 时代与市场机遇 – 大环境

- ◆ 世界经济圈的形成
- ◆ WTO – 与狼共舞
- ◆ 变局 – 中国企业面临的机遇与挑战
- ◆ 理性 – 中国客户采购行为的改变
- ◆ 顾问式销售 – 中国企业的成功要素

2. 顾问式销售人员的自我定位

- ◆ 销售 VS 顾问
- ◆ 为什么要成为顾问
- ◆ 成为顾问的好处
- ◆ 顾问对客户价值
- ◆ 如何成为顾问，成功转型
- ◆ 顾问的五种才干

3. 顾问式销售的基础 – 文化特质

- ◆ 中国文化特质的独特性
- ◆ 中国人的公私观念
- ◆ 中国人的为人处事
- ◆ 中国人的沟通习惯
- ◆ 中国人的思维方式
- ◆ 中国人的应变能力
- ◆ 中国人对制度态度

4. 客户需求挖掘五步法

- ◆ 第一步 选择市场

- ◆ 第二步 发现潜在客户
- ◆ 第三步 客户背景调查
- ◆ 第四步 接近约见
- ◆ 第五步 加强关系

5. CRM 客户关系管理与时间管理

- ◆ 何为 CRM
- ◆ 为什么要实施 CRM
- ◆ 销售人员的时间如何分配
- ◆ 销售漏斗的应用
- ◆ 关键销售动作与客户关系推进

6. 闻“香”识客户

- ◆ 发掘潜在市场
- ◆ 发现潜在的客户
- ◆ 客户背景调查
- ◆ 客户个性识别
- ◆ 客户行为判断与应对技巧

7. 客户关系管理策略与技巧

- ◆ 客户关系种类
 - 亲近度关系
 - 信任度关系
- ◆ 提升客户关系四种策略
 - 建关系（目的建立良好沟通气氛）
 - 做关系（目的加深良好关系）
 - 拉关系（目的加满良好关系）
 - 用关系（目的运用优势关系资源）

8. 顾问式销售的流程以及销售工具的使用

- ◆ 掌握销售流程，识别销售机会
- ◆ 客户采购各个流程中的工具使用
- ◆ 各种销售专业工具分析

- ◆ 利用需求动力模型掌控销售工具的使用

9. FABE 产品介绍技巧

- ◆ FABE 是什么
- ◆ 如何做 FABE
- ◆ F-features
- ◆ A-advantages
- ◆ B-benefits
- ◆ E-evidence
- ◆ 如何让 FABE 更有效

10. 影响力销售工具——SPIN

- ◆ SPIN 是什么
- ◆ 如何使用 SPIN
- ◆ 背景问题
- ◆ 难点问题
- ◆ 暗示问题
- ◆ 需求 - 效益问题
- ◆ 如何让发问产生销售机会

11. 专业演示技巧

- ◆ 专业演示礼仪
- ◆ 销售演示前的准备
- ◆ 塑造有说服力的印象
- ◆ 利用视觉方法加强客户印象
- ◆ 后续跟进技巧

12. 如何处理客户抱怨

- ◆ 了解从顾客投诉和流失中吸取教训的价值
- ◆ 采用有效的响应方式，来防止失去已经投诉的顾客
- ◆ 将有效投诉追踪系统的关键要素，与目的进行匹配
- ◆ 在既定的情境中运用与流失顾客会谈的技巧

13. 谈判与成交技巧

- ◆ 明确谈判的目标
- ◆ 谈判人员的心态
- ◆ 报价策略
- ◆ 评估自己的谈判实力与地位
- ◆ 谈判议题安排策略
- ◆ 谈判人员配合策略
- ◆ 谈判风格塑造
- ◆ 让步策略
- ◆ 成交技巧