

顶尖导购特训营

课程背景：

门店销售初期，导购说什么？如何说？才能够吸引住顾客的兴趣？

吸引住顾客兴趣后，如何有效提问才能找到顾客的需求点，找到销售引爆点？

顾客在购买决策过程中，一旦回到理性思考阶段，大量的购买异议产生：“价格太高，暂时不需要，再考虑一下”等等，顾客异议背后潜伏着什么样的购买心理，此时如何做方能有效化解顾客的异议，影响顾客？

销售后期，促单成交的时机如何把握？如何有效促单？

成交后的顾客，怎么做能够让顾客自己买了还带自己的熟人朋友也来买？

课程收益：

- 1.掌握终端店面销售初期开场的吸引力三法
- 2.掌握终端店面销售寻找顾客需求.点燃顾客需求引爆点的3步6法
- 3.掌握刺激需求“有声有色有图画，有理有据有逻辑”的6大方法，引爆销售！
- 4.熟练运用“正话反说及反话正说”技巧，有效化解顾客异议
- 5.掌握店面成交落锤的4大时机及4大方法，快速成交
- 6.掌握让顾客转介绍，实现二次多次销售的工具，提升扩大销售业绩

课程特色：

课程以大量的导购爱听的实战情景案例来导入分析，层次分明，有理有据

课程有流程.有工具.有情景案例，是导购立体全方位提升自我金牌销售素质及金牌销售技能的实战.实效.实用课程！

课程时间：2天；12小时

授课对象：门店导购.店长.门店销售经理

授课方式：



课后工具：

附件一、SPIN 提问表

附件二、FABE 产品价值总结表

课程模型：

“赢销”——顶尖导购销售八步法



课程大纲

第一讲：营业准备

一、营业前的三大准备

- 1. 专业知识
- 2. 销售技巧
- 3. 职业心态

情景案例：案例讨论——心态值多少钱？

二、营业前的“三动”准备

- 1. 让导购“动”起来——晨会的激励技巧
- 2. 让门店“动”起来——门店动销的新面貌
- 3. 让产品“动”起来——产品动销的货品摆放

课堂讨论：导购“导”什么？

第二讲：开门迎宾——门店开场的吸引力法则

一、抛弃糟糕的开场白

1. 太冷太热的开场
2. 太强势太弱勢的开场
3. 顾客进店冷淡不说话怎么办
4. 顾客进店匆忙看看就要走怎么办

二、最佳开场时机与方式

1. 6个最佳接触点的把握
2. 3个接触顾客的最佳方法
3. 留住顾客. 卡住顾客. 堵住顾客技巧
4. 产品问价悬念介绍——“一躲二提”法

课堂训练：门店销售的3个经典开局讨论

第三讲：问需求——找到销售的引爆点

一、怎么问？

1. 了解购买者角色
2. 问需求顾客爱理不理怎么办？
3. 问需求顾客夸夸其谈怎么办？
4. 问需求顾客说随便看看怎么办？

二、开发需求的四问

1. 设计一个顾客常遇到的问题
2. 分析顾客问题
3. 放大顾客问题的痛点
4. 顺势介绍产品的快乐点

案例讨论：顾客直接指定要特价品而特价品已经销售完，如何开发顾客需求？

第四讲：说产品——用顾客听的懂喜欢听的语言介绍产品

一、让顾客耳动——怎么“说产品”让顾客想听

- 1.说产品的“与众不同”——FABE 法则
- 2.说产品的“特点.优点和利益点”

课堂训练：企业产品的“FABE 与众不同”训练【为内训企业“私人定制”】

二、让顾客眼动——怎么“说产品”让顾客爱听

- 1.怎么说能让顾客眼前一亮
- 2.如何说能让顾客砰然心动
- 3.“有声有色”介绍产品的三个时机

第五讲：化解异议

一、顾客杀价不可怕——三法轻松应对他

- 1.顾客初期杀价忽略法
- 2.顾客中期杀价缓冲法
- 3.顾客后期杀价发问法

二、功能异议不可怕——能说会道化解它

- 1.“人无我有”转移法
- 2.“人有我特”转移法
- 3.“人特我异”转移法
- 4.优势掩盖迎合法

课堂训练：现场收集学员常见顾客异议，讨论总结异议化解方法

第六讲：促单成交的收口术——这样促单成交快

一、成交的信号识别及四给成交法

- 1.成交率不高的 3 大原因
- 2.二看一听识别顾客表面购买信号
- 3.制造静态热销推力——给信心成交法
- 4.制造动态热销推力——给价值成交法
- 5.制造利益推力——给诱惑成交法
- 6.制造障碍推力——给障碍成交

二、察言观色，四种性格顾客的成交技巧

- 1.冷静完美人：逻辑总结成交法
- 2.和气犹豫人：鼓励推动成交法
- 3.冲动表达人：赞美拉动成交法
- 4.强势果断人：示弱顺势成交法

课堂训练：成交落锤4法训练

三、引导顾客关联购买

- 1.引导顾客关联购买的3个关键点
- 2.关联购买技巧

课程总结

【备注：本课程文字已由“北京大学出版社”出版《顶尖导购的秘密》】