

互联网时代的影响力销售

——大客户销售策略与管理

课程背景：

当今市场竞争日趋激烈！在互联网时代的冲击下，新时代新环境下的销售问题层出不穷，传统销售越来越举步维艰！传统销售问题也愈发凸显！！

互联网的核心是信息互联，销售人员在销售中如何做才能够既和客户的信息互联，也能够和客户的想法、感觉、情感互联？！新时代新环境下销售人员如何与时俱进？如何打造销售人员互联网时代的综合销售影响力？

本课程深度探讨：

影响力销售初期，销售人员说什么？怎么说？才能够吸引住客户的兴趣？

如何有效提问才能找到客户的需求点，找到销售引爆点？

客户在购买决策过程中，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，客户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客户的异议，影响客户？

影响力销售后期，如何促单成交？如何充分利用客户资源，成功二次开发客户？

课程收益：

- 1.掌握影响力销售三大思维转变及 6 大技巧
- 2.掌握影响力销售开发客户需求的创造引爆点的 3 步 6 法
- 3.掌握刺激客户需求的“有声有色有图画，有理有据有逻辑”的 6 大方法
- 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.掌握成交落锤签单的 8 大时机及 8 大方法，快速成交

课程特色：

通过大量的情景案例“讲授—演练—分享—点评—感悟—突破”训练法，讨论学习互联网时代销售的影响力原则和方法，运用销售心理学全面改变传统销售观念，从“卖产品的销售者”向“客户问题的发现解决者”角色转变

授课对象：销售主管、销售经理、市场一线大客户销售人员

授课天数：2 天 12 小时

授课方式：



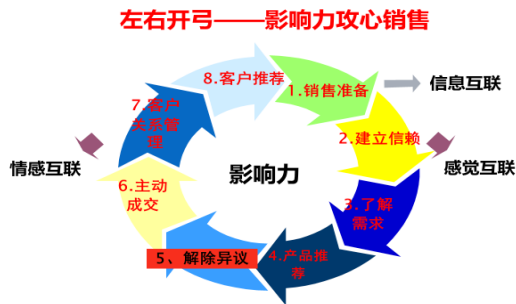
课后工具：

附件一、拜访准备——客户分析表

附件二、客户管理表

附件三、销售过程控制表

课程模型：



课程大纲

导言案例：从一个情景案例看“影响力销售与传统销售的差别”

第一讲：成功向影响力销售转型

一、影响力销售中的角色转变

1. 从销售员到影响力销售专家的三个核心素质
2. 影响力销售的二个核心原理理解及运用掌握

二、以问题需求为中心的影响力销售循环

1. 影响力销售对话的路径
2. 销售代表的决策 VS 客户的决策
3. 发现客户问题 VS 客户明了自己的问题

三、客户开发——潜在客户在哪里？

1. 一广撒网
2. 二细观察

- 3.三探思路
- 4.四拟方案

第二讲：接近客户——拜访客户前的准备

一、拜访前客户信息互联的 3W 分析

- 1.透视客户采购象限
- 2.分清客户五种角色
- 3.我是谁、他是谁、怎么办

二、高效拜访的影响力销售开场——建立“三好吸引场”

- 1.说好话建立吸引
- 2.做好事建立吸引
- 3.好借口建立吸引

案例：影响力销售的 3 个经典开局讨论

第三讲：了解及开发客户需求

一、了解及开发客户需求 ——SPIN 技法的怀柔话术运用

- 1.让客户认同的四种正向和反向提问法
- 2.问题诊断-了解客户现状与问题
- 3.问题挖掘-引导客户解决问题
- 4.问题扩大-刺激客户解决问题

案例讨论：看“神医喜来乐”视频，感悟神医的高效 SPIN 影响力提问术

角色演练：企业产品的 SPIN 策划与运用【为内训企业定制】

二、影响力销售中客户两个需求转换分析

- 1.影响力销售中各阶段客户的需求点及关注点
- 2.影响力销售关键销售流程控制点

案例讨论：面对销售人员的拜访，客户直接回答暂时没有需求，如何影响客户？

第四讲：有影响力的产品推荐

一、产品方案设计

- 1.产品特征优势利益分析设计
- 2.客户问题与我方产品优势如何巧妙嫁接

3.预防客户异议的方法技巧

二、产品方案提交

1.客户现状与问题分析

2.产品的 FABE 解决方案呈现

3.客户未来问题解决展现

4.销售工具（DM）的展示技巧

课堂演练：企业产品 FABE 设计及呈现技巧【为内训企业订制】

第五讲：化解异议

一、化解异议技巧——做“能说会道”的销售人员

感悟：从冯小刚的答记者问，看销售人员的“能说会道”

1.不能说不会道的销售人员

2.能说不会道的销售人员

3.能说还要会道——销售人员的双向思维训练

二、面对异议的正话反说与反话正说

1.面对顾客异议妙打太极

2.建立异议库

3.价格异议的四种应对方法

案例讨论：客户拿竞争对手的低报价来再次要求降价，如何应对？

第六讲：促单成交

一、影响力五给促单成交法

1.制造静态热销推力：给信心成交法

2.制造动态热销推力：给价值成交法

3.制造利益推力：给诱惑成交法

4.制造障碍推力：给障碍成交法

5.制造潜在推力：给行动成交法

二、销售高手的事后总结

1.每日、每周“客户分析表、客户管理表、销售过程控制表”分析

2.异议库的整理

课程总结