

《狼性营销》

★ 课程意义——为什么要学习本课程？

企业只有营销才能实现利润，其他所有的一切都是成本，企业最大的成本就是不懂得营销的员工，没有经过训练的员工，一批不职业不专业的员工，天天待在企业走不出去的员工，走出去之后一直在得罪顾客、伤害顾客的员工。最终导致企业每天都在丧失客户资源，损失企业利润。

对于销售人员而言首要核心的问题就是自身的狼性不够，对产品及对自己的自信度不够，每次与客户沟通到关键的时刻心就会颤抖，大量的案例和事实证明，一个优秀的销售人员会像他的老板一样相信自己的产品，相信他的产品能够帮助到客户，能够给客户带来价值，相信客户现在就需要这个产品，因为客户永远无法买他不知道的产品。

本课程核心就是学会如何培养自己对销售的积极认识，养成浓厚的销售兴趣和持续激情，认识销售带给自己的财富，提高销售人员的狼性及战斗力，提升对产品的信心与认知度，提高销售人员的自信及专业知识技能。

★ 课程收益：认识销售能带给自己的财富

培养对行业销售信念，解决干一行怀疑一行，
提升自信心的建立，驱除销售恐惧、倦怠、借口
提高销售人员的狼性

学会如何养成积极行动，全力以赴的销售习惯
了解客户购买心理，化解客户疑虑
掌握需求挖掘技巧、提升客户异议处理能力

★ 课程对象：企业全体销售人员

★ 课程时间：6 小时

★ 课程提纲：

第一讲、销售的认知

- 1、 销售是所有人必备的技能
 - (1) 财富来自于销售
 - (2) 营销在任何事当中，任何事在营销当中
 - (3) 要想未来生活好、事业好，就是要学会销售
- 2、 销售的核心技能——激情
 - (1) 激情是一切成功动力的源泉
 - (2) 没有热情永远打动不了顾客
- 3、 成功销售最大的障碍——恐惧
 - (1) 员工无电话可打就是心中恐惧太大
 - (2) 员工无顾客拜访就是心中恐惧太大
 - (3) 员工拿着产品卖不出去就是因为心中恐惧太大
- 4、 顶尖销售员的共性

第二讲、顶尖销售心态修炼

- 1、 化解惰性—提升行动力
 - (1) 只有行动才能创造业绩
 - (2) 所有的经验、能力来自于不断的实践

- (3) 销售员的全力以赴 OR 全力应付
- 2、 化解恐惧—提升自信心
 - (1) 所有的成功者都是自信，而不是他信
 - (2) 销售人员最大的力量源于深深的相信
 - 相信行业、公司、产品、自己
 - (3) 相信自己给顾客带来的是帮助、不是打扰
 - (4) 顾客发火、批评、指责只是顾客当时心情不好
 - (5) 做销售最重要的是不要让自己的心“受伤”
 - (6) 只要我不放弃，顾客就永远拒绝不了我
- 3、 交换原理—相信公司产品
 - (1) 员工想把产品卖给顾客之所以紧张就是觉得产品不值
 - (2) 员工把产品卖给顾客之所以紧张就是心中没有底气
 - (3) 员工被顾客拒绝十次再继续找十一次就是相信产品能帮助顾客
 - (4) 老板与员工最大的差别就是在于老板相信自己的产品，而员工不相信自己的产品
- 4、 思路决定出路—突破营销思维

第三讲、拜访前的准备

- 1、 物品的准备
 - (1) 有心比刻意更加有效果
- 2、 如何选准目标客户
 - (1) 方向不对努力白费
 - (2) 目标客户的精准定位可以事半功倍
- 3、 专业度的提升
 - (1) 硬性技能
 - (2) 软性技能
 - (3) 想要达到什么结果就练习什么
- 4、 拜访的四大关键
 - (1) 明确的目的
 - (2) 得到一个准确的结果
 - (3) 与客户沟通保持信息一致、对称
 - (4) 快速响应顾客所提出的要求
- 5、 拜访时初次信任感的建立
 - (1) 学会认同对方、站在顾客角度看问题
 - (2) 做顾问而非销售
 - (3) 用请教式开场，先销售自己方可建立情感
 - (4) 先讨论相同一致的再慢慢过渡到不一致的
 - (5) 表达不同立场要保留对方观点
 - (6) 慎用我觉得、我认为，多用我们、咱们
 - (7) 巧妙运用问听说的技巧来建立信任感
- 6、 与客户建立情感关系
 - (1) 投其所好
 - (2) 先敢于占顾客便宜然后再付出，以小博大
 - (3) 用持续的力量来征服顾客

第四讲、需求挖掘

- 1、 SPIN 法了解需求
 - (1) 背景问题—分析客户的运行现状与关注
 - (2) 难点问题—诊断客户的问题、困难和不满
 - (3) 影响问题—揭示问题的不利影响和后果
 - (4) 价值问题—展现问题解决后的回报和价值
- 2、 挖掘需求的三个层级
 - (1) 最关心什么
 - (2) 具体指什么
 - (3) 是什么原因
- 3、 学会与客户价值观同步
 - (1) 顾客永远相信的是自己
 - (2) 价值观同步就是让顾客看到另一个自己
 - (3) 价值观同步才能影响顾客
- 4、 设计对客户的提问技巧
 - (1) 建立提问的框架
- 5、 听对了销售才能真正的开始
 - (1) 聆听的误区
 - (2) 聆听时避免使用的词汇
- 6、 说客户需要的，并非自己想说的。
- 7、 用暗示性语言来说服顾客
 - (1) 暗示性语言会影响人的购买行为
- 8、 识别顾客真假需求
 - (1) 反问法
 - (2) 假设法
 - (3) 第三方证明法

第五讲、产品的销售技巧

- 1、 加、减、乘、除销售法则
- 2、 FVABE 销售法则
- 3、 对顾客的异议处理

第六讲、谈判成交

- 1、 谈判的基本要素
 - (1) 时间、地点、对象、底线
- 2、 谈判的策略
- 3、 价格的谈判技巧
- 4、 成交的时机把握

第七讲、销售的四个阶段

- 1、 把顾客当上帝
- 2、 把顾客当顾客
- 3、 把自己当顾问
- 4、 把顾客当朋友