
主题：客户销售中的关键时刻（1.5天）

第一讲：关键时刻的行为模式

- 1、超越客户期望的策略在于发现客户的潜在需求；
- 2、为客户着想，必须知道什么是关键人眼中的企业利益和个人利益；
- 3、你的提议将被客户视为承诺；
- 4、测试客户满意度的方法。

本讲重点内容

- 1.行为步骤一：诊断需求
- 2.行为步骤二：提出建议
- 3.行为步骤三：有效实施
- 4.行为步骤四：确认反应

授课辅助工具

案例与录像：关键时刻发生在营销过程中的任何时刻

案例与录像：关键时刻行为模式的特点

视频案例：米歇尔怎样理解客户的基本需求

视频案例：米歇尔小姐如何“为客户着想”

视频案例：如何正确运用关键时刻行为模式的四个步骤

第二讲：怎样发掘客户的隐性需求

- 1、什么是情感账户
- 2、什么是隐性需求和显性需求；
- 3、隐性需求的5个种类
- 4、怎样启动客户的互惠心理
- 5、开发客户隐性需求的问题设计技巧

授课辅助工具

视频案例：一个经理人眼中的企业利益与个人利益

视频案例：交换条件接触权力人士

案例与录像：约翰忙得无法发掘客户需要什么

视频案例：约翰是否注意到了史蒂芬的隐性需求

视频案例：竞争对手如何运用关键时刻行为模式的四个步骤

第三讲：顾问式销售中的交流技巧

- 1、与客户交流中的心理空间位置
- 2、销售代表在沟通中的心理角色
- 3、怎样避免自传式回应
- 4、建立亲和关系的技巧——复述与回放

5、学会同理心回应的技巧

6、学会提问的技巧

7、不要假设，要问！

授课辅助工具

视频案例：挽救颓势

视频案例：不会倾听的副总裁

视频案例：同理心沟通创造关键时刻

视频案例：积极的倾听

第四讲：怎样恰当的“提议”

1、一个重要的心理学原理——人的期望值

2、如何管理客户的期望值

3、“适当”的提议什么样？

4、何谓“完整”、“实际”及“双赢”？

5、在哪些情况下不应当“提议”？

6、如何礼貌的说“不”？

7、依据“双赢”原则评估项目或机会的真实性

授课辅助工具

视频个案研究：好意的同事

视频案例：双赢还是双输？

视频案例：好意为何造成双输？

第五讲：满足客户需求的行动策略

1、怎样理解关键时刻中的“行动”？

2、5C 行动原则

授课辅助工具

视频案例：于事无补的服务热线

视频分析：客户投诉没有及时处理引发的灾难

第六讲：“确认”客户满意度的策略

1、销售中的确认技巧

2、销售后的确认技巧

3、评估是否满足客户的期望的方法

4、小结——传统销售与顾问式销售的差别