

《体验厅终端导购销售技巧》

(标准版：12 课时)

课程背景：

在商品竞争激烈的现代社会，产品的竞争已经逐渐退出舞台，转而是营销模式和营销系统的竞争，发挥营销团队的最大能量的只有体验式营销方法，掌握系统化门店销售运作才是使门店销售立于不败之地的法宝。销售团队在经过培训梳理甚至洗礼后，业绩必将获得大幅提升！

课程详解门店销售的步骤、技巧和案例。这包括成交逻辑步骤；成功开场，引起并维持买家的注意，赢得客户对你讲产品的兴趣；通过技巧性提问获取客户关键信息，并进而审视对方肢体语言，发掘他们的真正需求、关注重点及购买动机；专业应对客户的反对意见，理解应对的基本原理和有效方法；识别购买信号并懂得适时主动出击，达成协议。

课程目标：

通过了解体验式营销的核心，结合通讯产品的特点，结合专业的营销方法，使整个业绩快速提升。

课程对象：

销售团队管理者、店长、销售人员、导购、促销员等。

课程特色：

1. 注重销售的原点与解决之道
2. 定制的课程练习及专题讨论确保培训与学员的实际工作密切相关，达到“学以致用”，发挥最大实效性。

课程内容：

第一章 体验营销概述与智能体验特点

一、体验式营销的本质

- 1、让客户通过看、听、用参与锁定客户
- 2、刺激与调动客户的观感，情感、思考使之购买

二、终端厅店面的体验形式

- 1、终端店面顾客知觉体验
- 2、终端店面顾客思维体验
- 3、终端店面顾客行为体验
- 4、终端店面顾客情感体验
- 5、终端店面顾客相关体验

案例分析：深圳华强北移动体验厅的陈设与分析

第二章 体验厅的营销活动技巧提升

- 1、体验厅的营销特色与营销形式
- 1、体验厅内外营销前期的 STP
- 3、体验厅内厅外联合营销活动

🚀 通过主动营销，实现人流转化为顾客流。

✚ 通过触点管理，实现客流转化为业务流。

✚ 通过品类管理，实现精准营销提升价值流。

第三章 如何在体验厅快速发掘客户需求

一、终端体验产品售卖中的客户心理状态

- 1、引起注意
- 2、产生兴趣
- 3、激发意愿
- 4、唤起脑海记忆
- 5、购买暗示行动
- 6、感到满意

案例分析：乔布斯 iPhone 4 的讲解与满足客户心理分析

二、体验厅店面销售人员职责

- 1、建立信任关系
- 2、发掘客户真正的需求
- 3、产品专业介绍
- 4、介绍对他带来的重点好处
- 5、尝试成交
- 6、确保客户满意

情景模拟：强化体验厅销售人员的专业沟通动作与语言魅力

三、挖掘需求问的五项技巧

- 1、整体式提问的运用及实战
- 2、特定式提问的运用及实战
- 3、开放式提问的运用及实战
- 4、封闭式提问的运用及实战
- 5、修饰性提问的运用及实战

四、挖掘需求答的五项技巧

- 1、重复式应答的运用及实战
- 2、界定式应答的运用及实战
- 3、喻证式应答的运用及实战
- 4、延迟性应答的运用及实战
- 5、反问式应答的运用及实战

现场模拟：问对问题、倾听与提问的技巧

第四章 体验厅专业的通讯产品讲解

一、最有效售卖讲解的五步骤

- 1、即时引起顾客的兴趣的方法与技巧
- 2、客户需求呈现的判断与引导技巧
- 3、创造客户购买欲望的心理暗示技巧

- 4、欲擒故纵-给他们一项决定权的结束技巧
- 5、不要忘掉恭贺“你做了一个正确的决定”

实战演练：五步流程的示范与现场学员演练

二、终端店面专业的体验引导方式

- 1、体验式 FABE 产品讲解
- 2、智能手机产品卖点评估法
- 3、智能手机产品销售渐次激活法
- 4、通讯产品障碍规避法

导师实战讲解：产品的讲解对学员的启示

手机的体验讲解，让客户承诺购买

3分钟情景演示：对销售产品的讲解及导师点评

第五章 让客户认知购买结果与呈现价值

- 一、假设顾客已经签单
- 二、销售人员在服务中的承诺流程
- 三、我们要做的事情总体描述
- 四、让客户感知产品和服务的具体效果
- 五、总结——建议与实施的远景

第六章 临门一脚—让客户行使决定权

- 一、给客户选择范围的技巧
- 二、客户签约时的注意事项
- 三、如何解除客户异议
 - 1、异议产生的原因
 - 2、异议处理的技巧
 - 3、处理异议的四步提问法
 - 4、处理异议的六步系统解决法
 - 5、促销方法攻下最后防线

案例与演练：处理异议实战