

---

# （一）NLP 水性行销教练

## ——使你拥有百万价值的行销训练

### 适应情景：

当面对客户，最常遇到的是什么问题呢？是怀疑、抵触、拒绝、不合作……，可这说明什么？说明我们总是把焦点放在对方身上，我们一直想做的事，就是改变对方，让他合作，让他听话，让他如何如何。当我们力图要改变对方时，到最后，结果只有一个：失败！而我们不断重复着失败时，内心的感受是什么呢，那也只有一个：挫败！随之而生的就是，当我要去面对客户时，我内心自然就会感到压力，会担心，会害怕，会不舒服，焦虑也就随之产生。

没有心情，不想去做。明明知道有一个重要的客户要拜访，有一个重要的电话要打，有一个重要的事情要做，可是，我就是没有心情，我知道我应该做，可是我不想做，我没有情绪去做。你会发现，应该做的与喜欢做的，往往在两头，内心充满矛盾，充满无奈。

没有方法，不知道怎样去做？内心充满了热情与干劲，喊着“我是最棒的”而勇往直前，结果冲到最前头，却总是头破血流。满腔热血，却有心无力，革命尚未成功，自己倒成了革命烈士。

作为一个团队的领导，如果只知道激励下属要去成功，却不能给出一个能够成功的具体方法，到最后结果会是怎样的？这个团体就始终总是散的，这个月走掉三分之一，下个月又走掉三分之一，再下个月又走掉三分之一，人才并没有成长，企业最终也没得到提升。

### 课程特色：

- 结合先进的企业教练技术和 NLP 理论，所学方法技巧实用有效。
- 分组讨论、体验互动、实地演练、立竿见影、收获硕果。
- 以水独具的高贵品质来隐喻业务员应该具备的素质
- 本训练课程是销售人员提升销售基本素质必备的 18 般武器
- 对于提升销售人员的内心能量、面对困境的压力极具功效。
- 销售方法和技巧的交互使用，使销售人员的道术融为一体。
- 简单、有效、做得到，同时课后提供网络应用跟进三个月，提供 QQ 咨询服务。

### 学习收获

■ 通过二天的学习，可以使你的营销模式升级，激发内在潜能，唤醒心的力量，真正做到手中无剑、心中亦无剑的境界。

■ 利用 NLP 对人的大脑进行升级，使销售人员的话语通过潜意识传递直接让客户接受您传递的信息，从而增加客户的信任度及购买量。

■ 利用企业教练技术的方法和技巧使您真正成为客户购买产品满足需要的专业教练，这是课程的核心价值之一。

■ 如果您掌握了水性行销课程的所有方法和技巧，能使您的销售业务呈现几何

---

倍数的增加，这正是很多业务员和管理者所期望达到的。

■ 本课程的学习训练，使业务员再也不用忍受内心的煎熬，从而过上快乐幸福的销售之旅，享受销售的奇妙过程。

■ 水性行销课程使您的业绩倍增的同时，客户会疯狂的感谢你，并不断地为你转介绍客户，再也不愁没有客户了！

**课程时长：16 小时**

**学员对象：**销售经理、杰出业务骨干、服务人员。

**每班人数：**80 人

**课程大纲：**

**第一部分 销售人员应具备水的特性**

**第二部分 效率的时间管理十条准则**

- 2.1 随时随地做最有生产力的事
- 2.2 一寸光阴一寸金
- 2.3 完善的事前规划
- 2.4 克服当场要求成交的恐惧
- 2.5 充足的产品知识
- 2.6 拜访前，在电话中再确认约会
- 2.7 适当的拜访路线和区域规划
- 2.8 精神和体能上的准备
- 2.9 善于利用零碎时间
- 2.10 尽量提早见第一位客户的时间

**第三部分 水性行销应具备十大心态**

- 3.1 强烈的自信心和良好自我形象
- 3.2 克服对失败的恐惧
- 3.3 具备强烈的企图心
- 3.4 对产品、行业、公司、竞争对手十足的信心与知识
- 3.5 注重个人能力成长
- 3.6 高度热诚及服务心
- 3.7 非凡的亲合力
- 3.8 对结果自我负责
- 3.9 明确的目标和计划
- 3.10 佛洛伊德的“冰山”潜能

**第四部分 如何开发与接触潜在客户**

- 4.1 如何吸引客户的注意力
- 4.2 30 秒开场白原理
- 4.3 电话开发客户的五大注意事项
- 4.4 Cold-call 电话开发技巧
- 4.5 超速电话行销的 15 个信念
- 4.6 接触新顾客六法
- 4.7 后下手为强

---

## **第五部分 亲和力的建立**

- 5.1、情绪同步
- 5.2、表象系统 - 语调和语速
- 5.3、生理状态同步
- 5.4、语言文字同步 7%
- 5.5、感知位置法
- 5.6.第三者顾客见证

## **第六部分 了解顾客需求**

- 6.1 客户需求分析
- 6.2 找出顾客需求的 6 个问题
- 6.3 购买价值观找寻：

## **第七部分 顾客的购买模式**

- 7.1 五类十种人格模式
- 7.2 一般客户购买模式
- 7.3 说服策略

## **第八部分 如何塑造产品的价值**

- 8.1 塑造产品价值的注意事项
- 8.2 塑造产品价值的八个方法
- 8.3 安东尼·罗宾的二十条建议

## **第九部分 如何解除顾客抗拒**

- 9.1 七种常见的抗拒种类
- 9.2 一般处理抗拒方法九条

## **第十部分 有效成交顾客的方法**

- 10.1 最佳成交时机的判断
- 10.2 顾客对价钱的抗拒
- 10.3 处理价钱抗拒的技巧六法
- 10.4 有效成交十法
- 10.5 成交时应注意：

## **第十一部分 服务及转介绍**

- 11.1 转介绍的七大优势
- 11.2 转介绍时最佳 6+1 方法
- 11.3 零拒绝转介连环话术