

戴着“瞄准器”做销售 ——电话邀约及销售实战进阶

● 课程收益：

诚信规范，是发展的生命线！专业价值，是致胜的关键点！在垃圾电话频频扰民的当下，作为销售代表，您是否过有这样的困惑：如何基于诚信、规范、专业、价值去做客户邀约、电话销售、客情维系？如何将电话邀约、面对面销售等方式有机融合，让您的销售业绩倍增？

《戴着“瞄准器”做销售——电话邀约及销售实战进阶》正是为解决这些问题而精心设计。课程从销售代表的销售理念突破及动力提升入手，通过电话邀约、面对面销售过程中的“软故障”等案例分析，导入电销、面售实战技能，再通过谋定而动的话术工具应用和演练，推动销售代表成为客户“不打领带”的朋友。课程讲授、演练相结合，注重合规和实务导向，使培训的“心动”、“激动”能有效转化为“行动”。

● 课程对象：

销售代表、客户经理、电话客服代表、电话销售代表，相关服务营销主管人员等。

■ 培训师：周力之

■ 课时：2天

■ 课程提纲：

■ 课程将结合课前调研问卷及相关行业、企业案例进行讲授和演练。

第1讲. 销售理念提升及精益方法突破

1.1 电话销售面临的局面

- 行行业业在开展
- 乱象丛生需规范
- 诚信规范是底线
- 专业价值是关键

案例及演练：

- 电销“诚信”沟通之“有一说一”：优点+不足
- 电销沟通中哪些是对客户“有价值”的信息

1.2 销售问题隔离：清晰化、前瞻性

- 不信任、没时间、不需要、不感兴趣、太贵了……

1.3 提升理念做销售

- 士气比武器更重要
- “剩者为王”
- 视频分析，观点概括

1.4 精益电销、面销工作方法

- MAN 原则的应用分析
- 细分客户
- 总结规律
- 解决方案式销售
- 时间成本意识

1.5 销售沟通中客户五种需求层次的挖掘

- 价格/性价比
- 使用成本
- 售后服务
- 增值服务
- 总体感受

案例及演练：解决方案式销售中五种层次的话术匹配

1.6 销售技巧提升之“蜘蛛式”

- 客户细分之四象限分析法的应用演练
- 电销沟通“三点法”的应用演练

1.7 销售技巧提升之“蚂蚁式”

- 广告语的解读
- 区分卖点与买点
- 视频：先赞同再说服

案例及演练：常见四种销售异议的话术应用演练

1.8 销售技巧提升之“蜜蜂式”

- 如何在电销沟通中提炼信息
- (学+习)*反复=变

第2讲. 销售“武备库”的打造及话术应用演练

2.1 解压“电销”定义，探求进阶指南

- 区分推销、销售、营销
- 电销需要多元沟通
- 电销需要建立号码与人的信任
- 电销需要经营客户关系

2.2 “层次为先”的电销话术应用演练

- 开场白的四要素
- 分场景“层次为先”的话术应用演练
- 客户要求发信息婉拒的“三点法”应用
- 电话跟进的两种话术预案
- 销售后回访客户满意后的应答三层次
- 销售后回访客户不满意的应答三层次

2.3 说好三句话，服务 90 分，销售商机成

- 服务承诺
- “二选一”或“主动说”
- “关注人”或“个性化”
- 电销场景应用演练

2.4 销售过程中的“漏斗模型”

- 建立信任
- 探寻需求
- 产品展示
- 促成交易

2.5 销售过程中客户心理预期的八大方面

- 咨询性建议、购买理由、其他买家
- 肯定客户、与众不同……

2.6 销售需要满足客户的其他多元需求

- 有礼有助
- 专业易懂
- 效率回应……

2.7 概括：销售高手的技能“武备库”

- 熟悉产品+服务
- 细分客户
- 掌握流程
- 沟通技巧
- 电销方法
- 团队作战

2.8 销售话术的工具应用及演练

- 魅力倍增的“金句口头禅”
- FABE 销售工具话术设计方法
- SPIN 销售工具话术设计方法
- ROPPA 等销售工具话术设计方法
- AIDA 等销售工具话术设计方法
- 话术案例的精益设计案例及演练