

# 狼性行销 (一天版)

主讲人：金戈

## 【课程背景】

这是一个供过于求的时代，你不进攻，你的对手就会抢走你的生意。

狼，能够忠于团队、忠于自我、时刻警醒，为了吃肉不屈不挠地进攻。狼性的业务代表从某种意义上说犹如犹太商人，进攻性十足，但是始终保持低调，他们不事张扬，注重实干，永不退缩、不断开发市场、捕捉市场信息、提高客户的满意度，树立企业形象，促进企业产品提升与管理改进。

市场就是核心竞争力，而市场是前线冲锋陷阵的战士争夺过来的，狼性业务代表用三流的技术卖出了一流的市场，如果没有一支狼性的销售团队，再一流的技术和产品都无法卖出一流的市场。因此，打造狼性的行销铁军，是企业搏击商海的重中之重。

行销中有两种狼：保持卓越业绩的人——始终吃肉；为了卓越业绩不屈不挠奋斗的人——为了吃肉绝对奋斗

销售是赚大钱的行业，很多人之所以迟迟没有赚到钱，不是销售不适合做，而是他还没有调整到适合从销售中赚大钱。

## 【课程收益】

- 进取心突破——坚决吃肉、绝不吃草的信念转变，激发参与者的狼性意识，不断地向更大的客户、更大的业绩进攻；向自我落后的思维模式与消极心态进攻，打造进攻型业务代表。
- 思维突破——“上帝决不照顾那些埋头苦干的人，只能照顾那些找对方法而又身体力行的人”做更大业绩的思维突破与心理突破，领悟持续轻松赚钱的理念与技巧
- 技巧突破——打不开客户“成交”的大门，是因为没有破译客户“成交”的心灵密码，搞清楚客户拒绝你的真正原因，然后才能顺势沟通与成交。如何破译客户的心灵密码，如何与客户探索需求？
- 情绪突破——建立业务代表情绪自我调整系统，天天保持愉快激进的工作热情；建立个人自我充电系统，保证源源不断的持续动力，克服倦怠与迷茫
- 客户管理与开发系统的建立，是源源不断的收入源泉；持续开发重点客户才能持续创造更多的订单，客户群体分析，领悟狼性进攻的准、勇、猛、狠。

【课时】公开课，1天，7小时

## 【课程形式与特点】

1. 全场参与式互动——“进攻”主题激发自始至终
2. 全场激情澎湃，旨在唤起参与者深层的狼性意识

## 【主讲人简介】

金戈，企业管理顾问、资深营销培训讲师，中国《造狼运动》策划人、金戈狼性培训机构首席讲师。清华大学 MBA 执行经理班和上海交大 EMBA 营销总裁班客座教授。

金戈先生倡导“成功从敬业开始”，深入剖析影响国人走向成功的羊性，提出用狼性武装国人的头脑，打造“狼性中国”。

金戈先生采取互动、游走式培训。每次培训，汗水几乎能够将领带浸透。如果会场够大，一天的培训他能够在会场跑 4.5 公里。是大陆最有激情的讲师之一。

## 【附：课程核心内容】

# 第一部分：业务代表的狼性进攻

行销团队，是最应该具有狼性的团队。与雄狮和猛虎相比，狼真算不上是猛兽，它的体力与形状都与狗差不了多少，但是，狼却以自己矢志不移的食肉信念、百折不挠的作战态度、众狼一心的团队精神纵横自然界。如果将狼的生存原则与奋斗精神移植到业务代表身上，我们也可以成为行销中的狼。

### ● 打造进攻型业务代表

业务代表的狼性分析，学习狼是业务代表的唯一出路

狼的捕食特征分析，隐忍、持久、智慧、团队、彻底.....

业务代表狼性的首要特征：坚决吃肉，绝不吃草，因此，狼除了奋发，别无选择

狼性业务代表与羊性业务代表的 10 个不同

### ● 狼性进攻的准、勇、猛、狠

准：攻其致命伤，攻其必救，时机要准、客户（目标）定位要准、号脉要准

勇：勇于拜访、勇于促成、勇于承担责任，勇于解剖自我、勇于挑战、勇于追击

猛：重拳出击，拒绝轻描淡抹，拒绝隔靴搔痒，以强烈的冲击力直击要害

狠：抓住不放，用力进攻，决不轻易放弃

# 第二部分：快枪利刃,突破客户防线

### ● 产品特性利益化

没有证据支持的特性是空口承诺，在销售当中根本不值一提

只有把产品的特性和客户的需求联系起来，才能激发客户的购买欲望，打动客户的心。

- **公司介绍优势化**

重点：找出企业的优势，并能进行论证

质量的优势、服务的优势、品牌的优势、价格的优势

- 借助销售工具说明法，激发客户欲望，消除客户的不安全感——如何准备销售工具
- 如何深入客户调研，做到心中有数
- 竞争对手调研，在对某一项目的角逐中，随时掌握竞争对手的行销进程

只有突破客户预设的防线，获得客户认同，才能有展示产品的机会，让客户能够静下心来与你沟通，听你介绍。

- 客户大门的保安拒绝你进入；办公室主任或者老板秘书拒绝你与老板见面；刚走到门口，发现门口上贴着四个醒目的大字“谢绝推销”——**如何突破客户预设的有形防线？**
- 业务代表进屋还没有说明来意，客户就站起来端茶送客“买的时候我会去找你”！客户对我们的产品根本没有细看，就声明根本不需要——**如何攻破客户预设的心理防线？**
- 先入为主，给对方强烈的印象  
未见其人，先闻其声，如何使自己的信息直达客户眼前  
如何通过预约方式让客户愿意与你进行沟通
- **给客户美好的第一印象**  
如何打造专业魅力的第一印象，在第一时间把自己推销给客户。

## 第三部分：赢得客户认同,促使客户成交

- **先赚人心，后赚人钱**

让客户喜欢你、让客户感谢你、让客户崇拜你、让客户信任你

喜欢不等于信任

如何通过熟练、自如、专业的契合手段，获得客户对你的感情认同与价值观认同

如果你能满足客户的自重感，你就掌握了客户的金钥匙。

如何进行有效地推崇，激发客户的自重感

- **关注客户，对客户产生兴趣**

没人愿意听业务代表的故事，而是业务代表要听客户的故事

- **话述准备**

向客户提问什么？如何回答客户的提问，遇到什么问题用什么观点解释，这是进入行销一个月后必须解决的问题。为什么非要犯重复的错误呢？

- **自我人格魅力**

结合自身条件，打造自我人格魅力，成为客户悦纳的业务代表

- **如何激发客户需求**

让你的产品发出耀眼的魅力，诱惑之下客户才能产生迫切的需求感，爆发出占有的欲望。

激发客户尚未意识到的问题，让他睡不好觉

种下一颗欲望的种子，让它发芽成长

如何用建议书打开客户的想象

- **有效地进行价格谈判**

价格不是拒绝的主要原因，让客户意识到性价比才是最主要的

重点：当客户认为价格高时怎么办？

- **化犹豫为坚定**

处理客户异议的态度——勇于提出成交，掌握成交主动权，彰显实力

如何通过探究明确客户的异议，然后再处理客户异议

- **试成交**

在确定客户具有购买欲望后，用试成交激化客户的反应，并引导客户成交。这种方式快捷高效，

- **强势引导**

不要把成交的主动权交给客户，而是“迫使”客户主动提出成交

## 第四部分：开辟利润源泉，持续轻松赚大钱

持续开发重点客户是业务代表高收入的重要前提

- **销售业绩很大程度上决定于准客户的数量与质量**

悲哀的业务代表，把所有的希望寄托在一个人身上

- 培养客户市场，营造营销磁场，从多劳少获到少劳多获，让行销越来越容易

- 如何有效地拜访潜在客户，创造商机

识别准客户，有望客户的判断标准

- **准客户管理**

准客户质量分析，准客户入档，准客户再访

定期的个人联系：每次与客户见面，都要给客户带去力量与积极的点子

- 老客户管理，成功的客户关系更像一段婚姻，而不是一场热恋

- **成长力决定未来**

成长的动力与成长的方向，

能力、心态、理念、贵族修养的全面提升

通过分析销售记录，不断提升你的销售思维与计划能力

通过工作日志帮助你不断提高

如何通过有效的工作计划与奋斗计划，为自己指明方向，同时又为自己不断充电

- **自强成狼，只有成为狼，我们才能与狼共舞**

超越本我，战胜自我，脱胎而成为狼我；狼我是积极的我，兼具智慧与进攻性的我

产生经验，但要产生积极的经验，积极的经验依靠于积极的解释，积极的判断

看问题的视角：从有力的角度看待遭遇在你身上的一切问题

心态的改变，改变心态才能够改变未来

情绪的自我控制：做情绪的主人而不是奴隶

自强不息、勇于面对，正视挫折，决不轻易放弃，坚忍不拔、执著到底

---

