

《酒店业专业销售技巧及实战训练》
课程大纲

一、现代酒店营销理论精要

4PS---

4RS---

4CS---

4VS

整合营销----

服务营销----

网络营销

二、酒店客户销售拜访与接待的专业技巧

序言:

专业销售的理念与精神
自信/热情/执著
突破/创新/实践

(一) 寻找客户

- 1、客户意识
- 2、市场调查
- 3、档案建设
- 4、客户类型

销售过程中客户的心理分析与突破：心理现象

各年龄层客户需求分析与满足

影响人际吸引的因素：个性特质、相似性、互补性、熟悉性、接近性

5、筛选客户：目标客户锁定

6、制定客户交往战略

7、如何把握关键人物

市场潜力的考虑方面

目标客户潜力的考虑方面

目标客户发展的三阶段

(二)、访前准备

A、客户分析：

B、设定拜访目标 (SMART)

C、拜访策略 (5W1H)

D、资料准备及“Selling story”

E、着装及心理准备：专业化的 SR 需要具备的条件；职业化形象塑造
销售准备

（三）接触阶段 开场白

要素：

准备开场白时,你可以问自己:

目的: 原则: 方式:

注意事项:

良好开端:

可能面对的困难:

最佳的就坐安排、坐姿

成功销售的行为建设:

如何给客户留下良好的第一印象

如何包装和推销自己

推销的关键和推销自己的规则

（四）探询阶段（行动的冰山概念

什么是探询（PROBING）：

何时探询？

探询的建议

探询的目的：

探询的细节：

开放式问句句型：举例

探询问题的种类：举例

限制式提问：举例

假设式提问：举例

探询客户的需求和目标。

（五）倾听阶段 听的层次：

聆听理由：（交互式聆听）

聆听技巧：

沟通技巧

互动游戏

（六）呈现（推荐、说服）阶段

互动：让学员先推销一个产品

1 明确客户需求

2 呈现拜访目的

3 专业导入 FABE，不断迎合客户需求

谈话的艺术

连贯用语：

什么时候“呈现（推荐、说服）”？

推销陈述

怎样技巧性的介绍产品

如何寻找卖点

如何使用推销工具
如何做好产品展示
使用宣传材料：
——宣传单页
——专业文章
如何说服需求？（8条，案例说明）
顾客购买和使用产品的真正动机
4组实地演练

（七）处理异议

1 客户的异议是什么
2 异议的背后是什么
3 及时处理异议
4 把客户变成“人”：把握人性、把握需求
不关心的原因：
推销人员常犯的错误：
客户顾虑时你可以问自己：
处理异议方法：
面对客户疑问，善用加减乘除
处理客户的反应
客户对我们介绍产品的讲述中通常有两种反应：
*如何处理漠不关心：
互动游戏
对于客户提出的问题，我们可以采取以下方式处理：
案例：
练习：

（八）成交（缔结）阶段（1.5小时，含3组实地演练）

程序：要求承诺与缔结业务关系
设法激发客户的兴趣
成交信号：
*客户的面部表情：
*客户的肢体语言、表情及动作：
*客户的言辞方面：成交的方法：
成交技巧
互动参与
综合练习：
3组实地演练

（九）跟进阶段 1 了解客户反馈

2 处理异议；
3 沟通友谊
4 兑现利益；
5 取得下个定单

拜访后工作

评估、分析、跟踪：

三.酒店业卓越客服精神与实务

客户服务的两个重要概念

达成卓越服务之道

如何做到客户至上？

建立客户忠诚

客户管理的成功要素

注意：拜访记录及分析越及时，便越准确。

四、现场提问实际工作中遇到的难题

李大志