
《赢取大订单——面对面顾问式销售七步法》

(主讲：王同)

➤ 课程背景：

1. 为什么相同的产品，业务人员的业绩相差几十倍？
2. 为什么销售人员经常向公司申请政策支持，但业绩却很不理想？
3. 为什么不同的客户，销售人员说词千篇一律？
4. 为什么销售人员轻易给客户亮出自己的“底牌”？
5. 都知道要多听少说，但为什么遇到客户后连说都不会说呢？
6. 为什么销售人员总是误解客户要表达的意思？
7. 为什么销售人员总是以打工者的心态，不愿意更多的投入？
8. 为什么销售人员报销的费用越来越高，但业绩却越来越不理想？

是因为你没有参加销售冠军强化训练课程！☺

本课程已服务过：现代重工、常发农机、海达橡塑、上海电气、久信医疗设备……

➤ 课程目标：

大多数销售人员把销售看成一门直觉艺术，而不是一门条理清楚、可重复操作的科学。他们的销售拜访既没有条理性也没有连贯性，在一次销售访问中，他们技艺高

超，很有说服力，但下一次他们就“机毁人亡”。他们认为，每一次访问都迥然不同，难以预测，所以他们就只能在每次访问中“即兴表演”。

本课程细分销售关键环节，按照一套特定的步骤考虑、设计规划自己的销售拜访，以组织严密、条理清楚、连贯一致的销售技巧呢，完成每一次销售拜访。最终使团队的所有销售人员以高水平复制技巧掌握可重复操作的销售方法，达到有效客户拜访、完成销售目标的目的。

- **培训对象**：大客户销售（面对面销售）业务顾问
- **培训方式**：课堂讲授、案例分析、研讨 PK 等互动启发式教学
- **培训时间**：12 小时，即贰天；
- **课程大纲**：

引子：从“菜鸟”到“遛鸟”

第一步：销售准备

一、销售冠军的职业心态构建

1. 有欲望：做销售要有强烈的企图心，你有成功的欲望才会去行动
2. 有目标：今天的努力，明天的结果，有目标会少走很多弯路
3. 人勤奋：业绩是“腿”跑出来的，不当“猎手”当“农夫”
4. 意志坚：合理的当锻炼，不合理的当磨炼
5. 会沟通：学会换位思考，你能看到更多本来面目
6. 可信任：客户先相信你的人，再相信你的产品

7. 人乐观：你能积极、正面、主动的处事，回报往往是相应的

8. 懂世故：学会欣赏别人，你也会变的更受欢迎

二、我们的客户在哪里？寻找潜在客户

讨论：你的客户在哪里？还有可能在哪里？

三、选择有价值和客户，别爬到梯子的顶端才发现靠错了墙

工具：客户风险评估表的应用

四、找对人，才能做对事

案例：采购部为何踢皮球？

五、如何电话预约客户？

讨论：电话预约十大典型异议处理

第二步：销售接触

一、如何设计一个有吸引力的开场白？

二、如何创造一个良好的面谈氛围？

案例：不要强迫客户接见你

案例：和客户的情绪首先要在同一个频道

三、如何建立客户对销售人员的认同？

PDP 测试：了解顾客的性格特征

案例：客户会在不同人面前表现出不同的态度

案例：客户喜欢专家的知识，不喜欢专家的姿态

讨论：当客户对你撒谎时你会怎么做？

四、先了解需求后介绍你的方案

第三步：需求探寻/激发

一、 探寻需求才会有更多机会

案例：水果摊的销售达人

二、影响采购的八大因素

三、探寻客户的确需求

1、积累对客户认识（经验）

2、需求探寻的方法：望（观察）、闻（倾听）、问（提问）、切（试探）

四、激发/引导客户的需求

1、了解客户口现状

2、发现其中的问题

3、让客户意识到这确实是个问题，关联痛苦

4、扩大这种痛苦（即扩大需求）

5、提供方案（也是你的销售方案）

第四步：产品/方案/政策的价值呈现

一、客户要的“产品”是什么？

讨论：产品的属性包括哪些？

二、NFABE 法用应用及其应用限制

演练：FABE 法则应用

三、让客户体验你的产品及服务——不要卖牛排，卖的是牛排烧烤时的滋滋声

案例：《非诚勿扰II》的启示

讨论：如何创造机会让客户体验你的产品或服务？

四、换个思路去说服——不买我的东西将会多么多么糟？

案例：灵隐寺卖香的妇人

第五步：异议处理

一、处理客户异议的六大原则

讨论：客户异议处理话术应对

二、沟通谈判的关键要素评析：实力、共赢……

讨论：如何构建你的“权力”

故事：两小孩分橙子的启示

三、客户沟通谈判十大技巧：暖场、让步、交换、配套、拖延/沉默、打破僵局、角色扮演……

五、如何处理议价问题

1、如何给客户报价：初次报价、正式报价、虚价/实价……

2、处理客户的还价十大注意事项

案例：如何应对客户一味地压价？

六、5种典型异议的应对策略与技巧

互动：《卖捌》视频分析

第六步：获取承诺

一、承诺就是目标，给他好印象

1、把握销售的节奏很重要

2、让客户带着对你的“标杆”去度量竞品

案例：如何给客户回头，留个台阶？

二、成交时间来临的前提条件

案例：某电信产品业务人员终场策略

三、合同成交后，你要了解哪些问题？

第七步：客情维护

一、客户的分级管理

案例：旺达成了救火队员

二、售后：从价格到价值、从成本到利润

案例：某企业的售后服务创造的价值

三、防止大客户叛离的十种武器

四、缔造专业客情，开展关系营销

最后，学员疑难问题破解；小组优秀案例分享

(以下空白)