

《丝丝入扣-顾问式销售八步秘籍》

(标准版：12 课时)

【课程背景】

每一支成功的销售部队背后，都有出手不凡的销售高手！而所有的高手在与客户沟通过程中运用顾问式营销的手法来获取订单。

顾问式销售是真正站在专业角度和客户需求角度，通过了解客户问题和痛苦，找到客户关注点，提供专业意见与解决方案以及增值服务。客户经理通过逻辑驱动，情感驱动与利益驱动，使客户对产品和服务做出愉快的合作选择，双向达成行动路线图。在顾问式营销过程中，客户对产品和服务的提供者建立彼此的即时信任，有利于进一步开展关系营销，达到长期稳定的合作关系，从而形成独具杀伤力的市场竞争力。

本课程通过讲授，让学员通过对客户需求了解能力提升，解决客户问题能力提升、即时客户关系能力提升、临门一脚锁定订单能力提升，从而培养成客户可信赖的顾问式销售能力，本课程亮点多多，值得学习与推荐。

【课程特色】

李健霖老师多年的销售实战经验，通过理念的深入浅出的讲授给学员听，通过个人演绎做给学员看，通过情景模拟等让学员尝试去做，再通过老师的指导与点评使销售技能快速提升！

课程中有老师从《幸福来敲门》、《华而街之狼》、《甜心先生》等电影中精心剪辑并编辑的学习视频，给课程增添更多的含金量。

课程中有许多经典的案例，这些案例真实可靠，并且时时更新，让学员感受如临其境，更有共鸣。

【课程纲要】

前言：

- * 成功销售人员的特点
- * 成功销售人员的突出技能

第一步、建立信赖感-打开客户心门

一、做好充分的准备

- 1、对客户性格喜好充分的了解
- 2、对决策链上的客户充分的了解
- 3、对沟通的方式和出现的状况做好预演
- 4、对提升感知度的穿着与礼仪加强训练
- 5、建立信心和调整良好的心态

二、如何与客户建立信赖感

- 1、首因效益-建立良好的第一印象
 - 1.1 服饰-表达你的态度
 - 1.2 表情-表达你的情绪
 - 1.3 身姿-表达你的情感
- 2、非凡的开场白-客户心门打开
 - 2.1 初次见面先谈什么？
 - 2.2 适时表达对客户了解程度

-
- 2.3 谈话找到共通点的方法
 - 2.4 借助第三方的分享与见证
 - 3、信赖感建立注意避免的五个行为
 - 4、过去-现在-未来的沟通模型

三、打开话题的技巧

- 1、近景寒暄
- 2、远景寒暄

第二步、问题就是答案-挖掘与呈现需求

一、调查与通过沟通了解客户现状

- 1、现状-问题-痛苦-快乐，完美逻辑成交驱动
- 2、客户生存环境现状呈现技巧
- 3、客户发展方向沟通呈现技巧
- 4、客户关注点沟通探讨
- 5、了解影响决策的因素

二、现状的问题-成交的驱动因素

- 1、从现状到呈现显性问题-沟通二分法则
- 2、公理法则-让客户感受问题处理的急迫性
- 3、显性问题的分析过度实质痛苦的引导技巧
 - 3.1 客户未察觉问题的引导方法
 - 3.2 客户未积极设法解决的引导方法
 - 3.3 客户愿意讨论现状中的问题的引导方法

三、如何挖掘客户的真实需求

- 1、客户的需求到底是什么？
- 2、和客户有哪些主要的互动
- 3、掌握客户对互动中的期望
- 4、思考我如何给客户创造的价值
- 5、思考我如何给客户带来更大的价值

四、客户本质的痛苦-成交的动力和因素

- 1、客户痛苦不解决的障碍分析与引导技术
 - 1.1 理念障碍的分析与引导技术
 - 1.2 识别障碍的分析与引导技术
 - 1.3 功能障碍的分析与引导技术
 - 1.4 风险障碍的分析与引导技术
 - 1.5 情感障碍的分析与引导技术
 - 1.6 机会障碍的分析与引导技术
 - 1.7 支付障碍的分析与引导技术
 - 1.8 群体障碍的分析与引导技术

案例：由不可能到可能，一夜成交大单

- 2、沟通中走进客户内心深处
 - 2.1 把握客户未来的惶恐的事情
 - 2.2 站在对方角度思考
 - 2.3 把客户当成真正的朋友

2.4 把客户带进自己的世界

练习：找出与客户接触的八个关键时刻

第三步、仔细聆听-听出客户的需求与渴望

一、阿代尔模型-谈话与倾听的要点

二、探索客户的问题三个重要指引点

- 1、为客户着想
- 2、客户期望
- 3、积极倾听

三、客户期望的四种表现

- 1、显而易见的期望
- 2、错误的期望
- 3、隐含潜在需求的期望
- 4、表面没有，实际可引导的期望

四、什么是有效的倾听

- 1、有效倾听的十个障碍
- 2、当好听众的七个好习惯

第四步、确认需求-准确锁定客户的期望

一、总结沟通中的需求表达正文

- 1、使用段落区分主要与次要需求
- 2、讲话分明、层次清楚
- 3、转折自然、流畅
- 4、使用例子、数据等使表达生动
- 5、总结最后，锁定需求整体观点

案例：锁定客户需求的表达方法

二、如何表达沟通中客户需求

- 1、准确有维度的表达
- 2、着重强调客户痛苦需求
- 3、表达过程强调到吸引客户注意
- 4、取得客户认同

三、为什么去确认对方需求是重要的

第五步、专业建议-提出符合需求的建议与价值呈现

一、针对客户进行符合需求的建议

- 1、完整
- 2、实际
- 3、双赢

二、提议的满足条件和时机选择

- 1、完全了解客户需求
- 2、建立良好的信任
- 3、对客户的期望进行管理
- 4、确保是个双赢的提议

三、如何分析与找到产品独特卖点

-
- 1、客户为什么购买我们产品分析
 - 2、为什么购买我们的而不是竞争对手的介绍方案的独特卖点
 - 3、FABE 法则

第六步、实施计划-向对方阐述和解释计划如何实施

一、呈现实施计划的五个要素

- 1、为客户着想
- 2、防患于未然
- 3、沟通
- 4、协调
- 5、完成

二、为什么要预演未来实施过程

- 1、实施过程的“卖点”是否与客户“需求”的买点相结合
- 2、这显示你对客户需求的一种尊重
- 3、客户对实施行动的认可即是成交最重要的信号
- 4、即使客户对某些不认可，我们还是有时间探讨与改善

第七步、效果满足-说明实施的结果与效果的满足

一、从行动过程提升到价值提升

- 1、与顾客带来的最终利益相结合
- 2、举出成功的案例来证明

二、呈现实施结果的三个驱动

- 1、逻辑驱动
- 2、情感驱动
- 3、利益驱动

三、销售说服五步法案例与演练

四、确认达到或超越客户期望

- 1、客户沟通关键时刻测评表
- 2、如何达成正面的关键时刻

第八步、双赢行动-双方展开行动与异议处理

一、双方展开相向行动

- 1、确认好行动路图
- 2、先从容易的事情开展行动
- 3、先从达成协议的第一步展开行动
- 4、要求对方缔结合作协议

二、解除客户反对意见的专业技巧

- 1、预先框式法
- 2、最主要的六个反对意见的处理
- 3、解除抗拒点的发问技巧
- 4、逻辑推理运用-引导客户思维

三、专业的异议处理技巧

- 1、异议处理模型一：赞美——公理——价值呈现——选择权
- 2、异议处理模型二：扮演侦探——最佳亮点——锁定关注点——展开沟通

总结：完善的理论，最佳的实践