

“新销售入门修炼”培训大纲

课程时间：2天

课程对象：企业销售人员

课程人数：20-25人

培训形式：理论讲授 60%、实战演练 15%、案例讨论、游戏 15%、经验分享、答疑 10%

课程内容：

一、销售观念的建立

二、销售的前奏曲——准备

- 1、了解你的产品、公司资料、销售区域等状况
- 2、建立有效的准客户名单的方法
- 3、寻找黄金准客户
- 4、销售前的个人及心里准备
- 5、了解客户的购买心理

三、接近客户

- 1、接近的定义
- 2、接近的方式

四、有效的产品讲解技巧

- 1、产品讲解的目的
- 2、产品讲解的形式

五、销售建议书的定制技巧

- 1、定制销售建议书的意义
- 2、销售建议书定制的指导方针
- 3、销售建议书的五大结构框架
- 4、建议书包括的其他重要元素
- 5、建议书各大部分的结构关系
- 6、建议书各大部分的定制建议

六、交易谈判技巧

- 1、谈判的定义
- 2、交易谈判的特征
- 3、交易谈判的构成要素
- 4、交易谈判的评价标准
- 5、交易谈判的基本原则
- 6、谈判议程
- 7、交易谈判的五大阶段
 - A、交易谈判的准备阶段
 - B、谈判开局阶段
 - C、谈判摸底阶段
 - D、谈判磋商阶段
 - E、对抗与让步阶段
- 8、谈判僵局的处理
 - A、僵局的原因分析
 - B、避免僵局的方法

C、打破僵局的技巧

七、促成交易与缔结的技巧

- 1、成交的定义
- 2、识别客户购买信号
- 3、客户购买信号的运用
- 4、有效缔结的方法
- 5、成交后注意事项

八、签约知识

- 1、谈判协议书的起草与签署
- 2、销售合同的正文内容

九、处理客户异议

- 1、客户异议的定义
- 2、客户异议出现的阶段
- 3、客户异议的九大类型
- 4、顾客异议产生的原因
- 5、处理顾客的异议的原则与方法

十、售后服务

- 1、售后服务的重要性
- 2、如何提供优质服务
- 3、处理客户售后投诉