

销售赋能——超级销售冠军销售技巧提升篇

课程背景：

销售赋能——《超级销售冠军销售技巧提升篇》是邓波先生近二十年的营销及管理经验的总结，是销售赋能系列课程的基础课程之一，该基础课程共分为三门必修课：分别为**销售技巧提升篇**、销售策略提升篇、销售业绩突破篇，这也是三个阶段课程，对于一个企业，营销是其最基本最重要的职能之一，对企业的生存和发展起到至关重要的作用，而销售人员作为企业营销的运作及执行人员其能力、素质、知识结构、品质等对企业的成败起到决定性的作用。

本系列课程是基于对世界 500 强企业及国内各类型企业销售模式、客户分析及销售人员应具备的基本素质、技能、策略、品质等通过研究及实践所开发的课程，更实操、更落地。

课程目的：

为销售人员提供支持，调整销售人员的职业心态和观念，塑造拥有大格局的职业定位；提升销售自身素质，掌握标准、职业的商务礼仪；掌握常用的话术，学会如何挖掘及拜访客户，如何与顾客沟通并洞察顾客心理，把握销售时机；提升成交技巧在有限的时间化解异议，提升成交效率及成交量，成为一名真正的超级销售冠军。

课程时间：2 天，6 小时/天

课程对象：销售经理、主管、各级销售人员

课程风格：专业讲授、案例分析、角色扮演、小组讨论分享相结合，两天课程中每一个节点都有案例和学员互动，提升学员参与和吸收的能力。

课程收益：

- 从知道到学会到应用，能自然应对常见的销售难题和各自场景，并能很好的提炼品牌话术
- 完全基于实战和应用，杜绝只是对销售理论或技巧的照搬照抄
- 以技能训练为主，确保掌握实战技巧，提高销售业绩

课程大纲

第一讲：销售赋能——销售人员定位及素养篇

一、移动互联网+时代，实体企业和非企业未来的发展趋势

1. 实体企业和非实体企业的现状
2. 实体企业和非实体企业未来的发展趋势

案例分析：某集团创始人故事给我们带来的启示

二、营销的本质及销售人员的角色定位

1. 营销的本质

- 1) 营销与销售的区别
- 2) 营销的整体概念
- 3) 什么是市场营销战略

案例分析：costco 为什么深受顾客青睐

2. 销售人员角色定位

- 1) 销售人员在企业的价值
- 2) 社会认知、自我认知、正面思维

互动模拟：作为销售人员你的定位是什么，该如何做？

三、超级销售人员的职业素养和礼仪

1. 超级销售人员的职业素养

- 1) 合格销售人员的品质和特征
- 2) 卓越销售人员品质和特征
- 3) 职业习惯和自律

2. 超级销售人员职业礼仪

- 1) 首因印象、职业形象打造
- 2) 基本商务礼仪
- 3) 听、说、看、行
- 4) 售前、售中、售后服务礼仪标准化、统一化

案例分析：销售人员怎样从合格到卓越

视频：卓越销售人员养成记

第二讲：销售赋能——超级销售售前修炼成长篇

一、超级销售如何进行售前拜访准备及寻找挖掘客户

1. 超级销售售前拜访准备

1) 了解自己企业

a 行业竞争分析

分析工具：波特五力模型、PESTEL 分析法等

b 市场机会与能力分析

c 营销计划制定

工具：STP 法、SMART 法则

案例分析：某公司超级销售人员的分析模板

2) 了解公司产品

a 你的公司及产品定位

b 公司产品的主要类别、价格及特性

c 公司产品的三个主要特点

3) 如何介绍公司及产品可以脱颖而出

a 开场的最佳时机

b 开场三句定乾坤

c 专业介绍有技巧

d 销售工具巧妙用

现场模拟演练：角色扮演、现场话术设计、演练

工具应用：怎样设计开场三句、FABE 法则应用

2. 超级销售如何进行客户挖掘

1) 锁定客户省时间

a 目标客户寻找

b 目标客户分析及评估

2) 客户类型和特征分析

3) 客户购买行为及影响因素分析

a 信任是购买成功的基础

b 影响信任的 4 个关键因素

c 其他影响因素分析

4) 客户的购买决策

a 客户决策链识别分析

b 如何找对关键人是成功的第一步

c 了解对方是否有支付能力？

案例分析：为什么某客户很认可我们的产品却最终没有购买？

d 关键角色的性格分析

e 在该公司／或日程生活中，关键人是否有决策的能力

5) 客户的购买程序

6) 开发客户的重要事项

a 对产品、客户的认知与了解、相关知识

b 销售五宝：名片、客户资料、产品资料及客户见证、笔记本、签约工具

销售演练：销售的主要目的是什么、客户的需求及痛点是是什么、可能出现的拒绝等等

案例分析：恒泰公司销售人员怎样深挖客户成为行业精英

现场互动：你是怎样进行客户挖掘的

二、客户心理分析

1. 不同客户性格分类及特点

1) 客户四种性格类型分析

a 孙悟空型

b 猪八戒型

c 唐僧型

d 沙僧型

2) 四种性格的客户特点分析

角色扮演，现场互动模拟，根据四种不同客户性格进行扮演

第三讲：销售赋能——超级销售售中实战提升篇

一、超级销售如何与客户沟通及成交——五步曲

1. 信息收集——准备阶段

1) 了解客户的所有相关情况

2) 了解客户需求及关键人等

2. 身份识别——接触阶段

1) 超级销售拜访中常见误区

a 急于求成，过早见决策人

b 过于相信接洽人，而接洽人不断推诿，一直见不到决策人

2) 怎样通过接触了解到自己想要的信息

3. 了解需求——说服阶段（销售成功的关键）

1) 什么是需求？为什么对方没需求？需求的五大层次？

2) 怎样引导探寻客户的需求

a 需求角度下客户的分类与沟通策略

b 通过提问引导客户需求

分析讨论：客户更了解自己的需求还是我们更了解他的需求？为什么？

角色扮演、模拟演练

3) 沟通中的情绪管理

a 与客户无谓争辩对错是超级销售人员大忌

b 与客户沟通中融洽的销售氛围的营造是成功的关键

4) 沟通中的整体思维让你轻松拿下订单

a 左脑利益、理性思维、逻辑清晰

b 右脑关系、感性思维、模糊意识

案例分析：情绪管理的重要性（视频）

4. 方案推荐——价值塑造（超级销售技巧展示）

思考分析：为什么我们把产品的好处说得很清楚，对方还是拒绝？

- 1) “价值”的理解及与价格的关系？
- 2) 客户心中的价值等式
- 3) 影响价值的三个关键因素
- 4) 价值塑造的方式

案例分析：某公司超级销售的成功之道

5. 成功案例——客户异议处理及见证

1) 临门一脚、成功案例——成交达成阶段

a 临门一脚的沟通技巧

案例分析：某银行对客户的异议处理分析

b 临门一脚的成交技巧

案例分析：超级销售从零到 30 万的秘诀分析

案例分析：宠物狗畅销秘诀

第四讲：销售赋能——超级销售售后服务提升篇

一、超级销售如何进行有效跟踪——销售延续

1. 有效追踪、客户反馈
2. 怎么更好的为客户服务，保持良好关系
3. 怎样与客户进行 N 次成交
4. 怎样与客户做到不销而销？怎么感动客户？
5. 销售成交后你想的是什么？（你的提成还是给到客户帮助）？

分析探讨：工作中我们对客户至上的服务理念是如何践行的？