

# 高效的客户拜访与沟通

## 课程背景：

当你向客户约访，约了多次，客户依然不愿意见你的时候；当你该说的都说了，该做的都做了，下一次见面不知道说什么，做什么的时候；当客户的采购进程迟迟不能向前推进，销售团队正一筹莫展的时候；当你把优势说尽，客户依然无动于衷，不置可否的时候；当你想确定客户是真的支持你，还是只是嘴上说说而已的时候；当你不知道该如何了解客户需求，撬不开客户嘴的时候；当你的临门一脚总是射偏的时候……

这是一门实战性非常强的销售沟通课程，除了解决以上的问题，还能帮助销售人员建立系统的客户拜访的流程与方法，按照客户的采购决策模型进行有效销售，帮助企业建立以客户为中心的拜访模式，共同的拜访框架与统一的销售语言，同时缩短销售周期，并最终提升销售赢单率。

## 课程目标：

- 学习一套可靠的拜访方法论，用于计划、执行及评估销售拜访
- 将自己的优势变成客户的需求，提升销售竞争力
- 建立结构化的销售沟通方法，使销售拜访过程变的可控
- 极大的获得客户的信任和支持，缩短销售周期
- 团队学习共同的销售拜访语言，统一销售标准

**课程时间：**2天，7小时/天

**授课对象：**需要与客户进行面对面沟通的销售高级经理，客户经理，售前售中支持

**授课方式：**视频+小组研讨+案例分享+角色扮演+模拟实战演练+实战点评；

**课前要求：**请企业准备课堂案例；小班教学，每班人数控制在40人以内。

## 课程大纲

### 第一讲：建立信任

**导语：**建立信任，是销售当中最重要的事情，对很多销售来说，主要工作就是和客户通过建立信任来发展关系。建立信任，是销售与客户最难，也是最重要的一关。

**讨论：**信任对于销售的意义？

#### 一、理解销售中的信任

1. 信任是价值传递的桥梁
- 2 建立信任不要把人和事分开
3. 建立信任很难，失去信任很容易

**讨论：**如何与客户建立信任？

#### 二、职业信任的建立

1. 职业信任的概念

#### 三、专业信任的建立

1. 专业信任是建立信任最快的方式
2. 建立专业信任的7大技巧

#### 四、关系信任的建立

1. 关系信任的概念
2. 建立关系信任的6字箴言

#### 五、利益信任的建立

1. 利益信任的概念

## 2. 建立利益信任的杜斌方法

### 第二讲：销售约访

导语：客户约访是销售拜访的第一关，这一关遭到拒绝的概率非常大，统计证明，差不多有80%的客户会拒绝销售的拜访，本讲重点在于，如何提高销售约访的成功概率？

研讨：客户为什么不见销售？

#### 一、客户不见你五个原因？

1. 成本
2. 怀疑
3. 压力
4. 失控
5. 竞争

研讨：如何提高约访客户的成功率？

#### 三、提高约访成功率的

案例：成功约访的脚本设计

演练：设计约访脚本

### 第三讲：销售拜访准备

研讨：我们在销售拜访前会做哪些准备？

#### 一、销售拜访准备之“客户的期望”

1. 理解客户的期望

工具应用：拜访准备清单——客户期望表

案例：技术科长和运营主任的期望。

#### 二、销售拜访准备之“承诺目标”

1. 理解承诺目标

工具应用：拜访准备清单——承诺目标表

案例：拜访某能源企业的信息中心主任

#### 三、销售拜访准备之“正式的商业理由”

1. 理解“正式商业理由”

工具应用：拜访准备清单——正式商业理由

### 第四讲：销售倾听的技巧——为理解客户而倾听

导语：倾听，听起来是最容易的事情，只要有耳朵就能听到，但其实倾听是最难的事情，倾听是一种智慧，需要控制自己的内心，倾听不在于你听到什么而在于你理解了什么。

#### 一、倾听的障碍

讨论：销售倾听的障碍？

1. 倾听的障碍

#### 二、倾听的三大原则

1. 倾听的前提是：让客户知道你在听
2. 倾听的重点是：为理解客户而倾听
3. 倾听的关键是：让客户把话说完

### 第五讲：销售提问的技巧——探索客户期望背后的需求与动机

导语：销售经常学习的开放式/封闭式提问，太过于简单，难以达到目的，而顾问式销售的SPIN太过于笼统，销售难以掌握，本讲采用四分法对销售提问进行深入的解构，让销售轻松掌握提问技巧。

## 一、信息类提问探索客户需求

### 1. 信息类提问的作用

- 1) 了解背景
- 2) 了解期望
- 3) 了解需求

### 2. 信息类提问的应用场景

- 1) 客户期望模糊，销售没有切入点
  - 2) 客户期望清晰，主动谈到对产品的要求
  - 3) 客户期望模糊，但是对自身问题很清楚
3. 信息类提问的时机
  4. 信息类提问常犯错误

## 二、控制类提问引导客户需求

### 1. 控制类提问的作用

- 1) 植入目标
- 2) 植入需求
- 3) 植入期望

### 2. 控制类提问的技巧

- 1) 引用第三方案例
  - 2) 直接表述
  - 3) 逐一的确认
3. 控制类提问的时机
  4. 控制类提问的附加价值

## 三、确认类提问引导谈话过程

### 1. 确认类提问的作用

- 1) 澄清疑惑
- 2) 确认变化
- 3) 传达已知
- 4) 总结谈话
- 5) 查漏补缺

### 2. 确认类提问的技巧

- 1) 普通确认
  - 2) 换言之确认
  - 3) 麦肯锡式确认
3. 确认类提问的时机
  4. 确认类提问常犯的错误

## 四、认知类提问

### 1. 认知类提问的作用

- 1) 了解认知
- 2) 了解感受
- 3) 了解对客户个人的影响

### 2. 认知类提问的技巧

- 1) 引导但不挑战客户的认知
  - 2) 从期望开始，探索客户的动机
  - 3) 通过当前角色了解其他角色的认知
3. 认知类提问的时机
  4. 认知类提问常犯的错误

- 1) 用自己的认知代替客户的认知
- 2) 把认知分对错
- 3) 与客户的认知争辩

## 五、提问组合策略——销售提问矩阵

### 第六讲：销售说的技巧——只有客户认可才是真正的优势

#### 一、理解优势

1. 什么是优势？
2. 如何让客户体验到优势
3. 你与对手有何不同？

#### 二、呈现产品/方案优势

1. 简单产品的呈现方法 RFAB
2. 复杂产品的呈现方法 SPRR

#### 三、呈现公司优势——把公司也当做产品

1. 公司优势的内容
2. 介绍公司的三步法
  - 1) 定义优势
  - 2) 呈现优势
  - 3) 链接利益
3. 介绍公司原则
4. 介绍公司常犯错误

### 第七讲：销售沟通组合策略

#### 一、销售沟通开场的 PBC 策略：为整个谈话奠定基调

#### 二、引导客户期望吗，建立优势的五步法

1. 引导目标
2. 分析困难
3. 制定措施
4. 链接方案
5. 确认满足

**实战模拟：**由客户方提供案例

### 第八讲：获取承诺

#### 一、知识回顾：什么是承诺目标

#### 二、向客户索取承诺目标 6 大技巧

1. 提前准备
2. 最高承诺和最低承诺
3. 让客户感受到利益
4. 符合采购节奏
5. 根据销售进程加大力度
6. 主动开口索取

#### 三、根据销售流程设计承诺目标

### 第九讲：处理客户的异议与顾虑

#### 一、顾虑的概念及其特点

1. 客户异议与顾虑的区别

## 2. 客户顾虑的三个特点

- 1) 是对人不是对组织
- 2) 是个人利益不是组织利益
- 3) 是客户的认知，不一定是事实

## 3. 客户顾虑的六个阶段

- 1) 犹豫
- 2) 疑问
- 3) 不承诺
- 4) 争论
- 5) 抵触
- 6) 反对

## 二、处理顾虑常犯的错误

1. 预先假设
2. 评判对错
3. 忽略顾虑

## 三、处理顾虑的技巧

1. 处理顾虑的 LSCPA 法则

案例分享：王主任为什么对我们的产品方案说不

课堂演练：客户顾虑的分析与处理

## 第十讲：拜访评估与课程总结

### 一、拜访检查

1. 检查客户期望
2. 检查顾虑
3. 检查承诺目标
4. 检查优势是否植入

### 二、拜访前置

1. 设计内容
2. 演练技巧

### 三、拜访的 POEPC 结构化流程

1. Prepare (准备)
2. Open (开场)
3. Explore (探索)
4. Present (呈现)
5. Confirm (确认)

### 二、拜访的两个关键要素

1. 拜访的内容——客户的期望
2. 拜访的目的——得到承诺目标