

《4G 时代流量经营的电话销售服务技巧》

我们不是在卖流量，而是帮客户在经营一种生活方式……

一、问题描述：

- ☎ 流量经营就是卖套餐吗？
- ☎ 流量经营等同于经营流量吗？
- ☎ 流量经营到底该如何嵌入到客服人员日常的销售服务工作中？

……………

不管我们是否愿意，4G 移动互联网时代的大门已经开启，语音收入已经朝不保夕，流量成为主要的收入增长点。在这种大背景下，作为客服中心的每位同事必须要非常清晰流量经营与自身工作的关系，并掌握流量服务和流量营销的技巧，成为真正的“流量达人”。

二、培训目标：

- ☎ 让学员清楚 4G 背景下，流量经营的意义与内容；
- ☎ 学习大众客户对于流量产品和服务的心理需求及服务切入点；
- ☎ 掌握在线进行流量服务和营销的方法、话术，并通过大量的训练让学员应用。

三、培训特色：

- ☎ 从“网络、终端、应用、技能”四位一体，来阐述流量经营的技巧；
- ☎ 运用大量一线的实际案例，结合真实场景，让学员在体验中学习。

四、培训时间：

两天

五、培训对象

一线服务人员、班组长

六、课程大纲

一、4G时代流量经营到底要经营什么

☎ 流量经营要经营什么

- ✓ 网络是基础
- ✓ 终端是载体
- ✓ 应用是依托
- ✓ 人员是根本

☎ 流量经营的思路解读

- ✓ 突破语音收入的瓶颈——流量经营的重要意义
- ✓ 我们为什么要卖手机
- ✓ 软件应用的意义何在
- ✓ 三大运营商流量经营的思路差异
- ✓ 基于软件应用粘性思路的终端销售策略

体验一：[头脑风暴]—共同讨论一下你是如何理解“网络基础——智能终端——产品设计——宣传引导——体验培育——流量营销——用户习惯”这条流量业务发展链的

二、4G时代流量经营的服务要点解读

☎ 4G流量经营产品消费的差异性分析

- ✓ 有形产品的营销方法
- ✓ 无形产品的营销方法
- ✓ 客户需求的本质分析
- ✓ 案例分享：微信漂流瓶、摇一摇的本质

☎ 客户的购买过程和偏好解读

- ✓ 从认识到认知
- ✓ 从认知到理解
- ✓ 从理解到兴趣
- ☎ 客户各种状态下的服务营销时机的辨识
- ✓ 客户对客服人员不接受时
- ✓ 发现客户对流量产品认识不足时
- ✓ 发现客户对自身需求不清楚时
- ✓ 发现客户对流量产品有先入为主的印象时
- ✓

体验二：[录音分享]—找到这通录音中流量服务营销的切入点

三、4G时代流量经营过程中的服务营销技巧

- ☎ 流量需求挖掘的四个切入点
- ✓ 客户基本信息询问
- ✓ 客户使用情况询问
- ✓ 客户业务感知询问
- ✓ 客户兴趣切入询问
- ☎ 流量需求挖掘的提问技巧
- ✓ 区分客户的表面需求和背后需求
- ✓ 如何提问可以取得客户最大限度的配合
- ✓ 高效了解客户需求的“提问九宫图”
- ✓ 更全面了解需求的技巧
- ✓ 更深入了解需求的技巧
- ✓ 让客户更愿意配合的技巧

体验三：[流量需求挖掘PK]—小组循环对垒，看看谁的用时最短

☎ 流量产品和服务介绍的技巧

- ✓ 产品呈现话术：三句半
- ✓ 示范体验话术与要点
- ✓ 价格呈现话术——汉堡包法则
- ✓ 产品价值体现的话术要点

☎ 客户异议处理及交叉销售的技巧

- ✓ 常用快速成交的几种话术
- ✓ 客户提出异议代表什么
- ✓ 如何应对客户的拖延
- ✓ 如何处理客户的顾虑
- ✓ 如何判断客户是否在敷衍
- ✓ 如何应用“趋利避害”法让客户下决定
- ✓ 交叉销售引导话术

体验四：【流量产品推荐训练】—从备选产品中抽出要介绍的产品，运用所学的方法进行推荐并处理异议

四、课程要点总结与答疑

- ☎ 关于流量经营的核心总结
- ☎ 关于客户对于流量认知的总结
- ☎ 关于流量产品的服务营销切入的总结