

《家客经理现场营销能力提升训练》

一、课程背景:

随着市场竞争的白热化，各大运营商的竞争格局和模式也随之发生巨大的变化，其中所谓的“区域化”、“网格化”、“社区化”等运营模式便应势而生。

我们在大量的培训辅导中发现，目前大多数销售人员都面临着从传统的“坐商”向“行商”转型的境况，而在**氛围塑造、需求挖掘、现场营销**等方面的能力都不是非常成熟和完善，因此在这三个方面还需要进一步的提升。

二、课程目标

- 让学员对于现场营销和促销的模式及手段有清晰的认知和了解；
- 了解促销的时候，如何最大化的塑造现场的营销氛围、激发客户的购买兴趣；
- 掌握现场营销的口径、话术及营销技巧；
- 清楚在现场同客户进行沟通的过程中，营销时机的判断和把握，做到既不引起客户的反感的同时又能促进 4G 业务的营销。

三、培训形式

- “2+1”：2 天课堂培训+1 天实战训练
- 实战训练内容：小组按照分配的区域进行现场 4G 业务的宣传和营销，并在实战当天下午的最后 2 个小时回到教室进行总结和分享。

四、课程大纲:

第一部分、家客经理网格工作经营思路

- 网格经营工作的价值
- 家客经理的自我角色认知
- 网格经营的四项核心工作
 - ◇ 信息采集
 - ◇ 关系维护

- ◇ 宣传覆盖
- 营销活动

第二部分、现场氛围的塑造与营销时机的辨识

- 促销现场的氛围塑造
 - ◇ 促销现场的人员分工原则
 - ◇ POP 海报、单张、礼品的展陈
 - ◇ 人员邀约与拦截的话术
 - ◇ 互动体验活动的设计与引导
- 各种状态下的营销时机分析
 - ◇ 客户对销售人员不接受时
 - ◇ 发现客户对 4G 产品认识不足时
 - ◇ 发现客户对自身需求不清楚时
 - ◇ 发现客户对产品有先入为主的印象时
 - ◇ 促销活动时，面对客户的咨询时
 - ◇ 处理客户对于 4G 业务的投诉或抱怨时
 - ◇
- 面对营销时机的策略分析
 - ◇ 先卖人，后卖产品
 - ◇ 教育客户的策略
 - ◇ 认同客户的策略
 - ◇ 引导客户的策略

第三部分、现场营销四步法

- 开场白——建立融洽关系的技巧
 - ◇ 热情的问候
 - ◇ 同客户迅速建立融洽关系的“三件法宝”
 - ◇ 如何快速判断客户的性格和沟通风格
- 情景演练：不同场景下的开场白技巧
- 挖需求——通过提问了解客户在 4G 方面需求的技巧

- ◇ 区分客户的表面需求和背后需求
- ◇ 高效了解客户需求的“提问九宫图”
- ◇ 积极倾听—如何能听到客户的心里话
- 谈方案——4G 产品介绍的技巧
- ◇ 什么时候才是进行产品、方案介绍的最佳时机
- ◇ 让你的产品介绍更加生动——产品、方案推荐的 EFABC 技巧
- ◇ 产品推荐技巧的具体应用
- 要承诺——要求客户承诺的技巧
- ◇ 如何把握要承诺的时机
- ◇ 要承诺时的方法运用—如何要才能得到客户的承诺
- ◇ 面对客户出现下面的情况，该如何处理：
- ◇ 客户故意在拖延
- ◇ 客户存在很多顾虑（价格/同对手的比较/网速及稳定性……）
- ◇ 客户根本就是在敷衍
- ◇ ……
- 情景演练：指定情形下完整营销过程的模拟

第四部分、案例应用与角色模拟练习

- 一对一现场练习；（按照课程讲授的方法进行分小组以及一对一情景演练）
- 录音分析：通过听这段客户回访录音，你能发现什么问题？
- 课程总结与答疑