

《顾问式销售技能》课程教学大纲

课程名称：《顾问式销售技能》

课程性质：公开课

课程学员：业务员、业务经理、销售经理、客户经理、办事处经理、营销部门负责人、小微企业总经理

教学时数：学时 6 小时（1 天）

课程简介：传统的销售模式在互联网时代受到了冲击，传统时代是“买”的没有“卖”的精，互联网时代是“卖”的没有“买”的精，如何增加客户黏性、增加成交率？销售人员的技能必须进一步提升，顾问式销售更多是站在客户的角度，发掘客户的需求，增加客户的体验感，从而提升销量。

教学目标：

1. 更新营销人员的销售技能
2. 重塑客户价值链和利益链
3. 深入挖掘客户的潜在需求
4. 增加客户的体验感、满意度、忠诚度；
5. 增加客户重复购买率和转介绍；

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，要求讲师运用电脑多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

教学纲要：

第一章：顾问式销售的特点及操作

1. 什么是顾问式销售
2. 顾问式销售的特点

3. 使买方说得更多
4. 使买方更能理解你
5. 使买方遵循你的逻辑去思考
6. 使买方进行有利于你的决策
7. 顾问式销售的基本要素
8. 顾问式销售的流程
9. 顾问式销售应注意的问题
10. 顾问式销售的应用技巧
11. 提问的常见类型
 - 1) 暖场类问题
 - 2) 确认类问题
 - 3) 信息类问题
 - 4) 态度类问题
 - 5) 承诺类问题
 - 6) 顾虑类问题
12. 倾听技巧
13. 解决拒绝技巧
14. 解决方案呈现技巧
15. 工具：问话的六大模型
16. 案例：客户需求的挖掘

第二章：顾问式销售的沟通技巧

1. 客户沟通的 8 大特性
2. 客户沟通的身体语言忌讳
3. 有效沟通的 10 条基本原则
4. 倾听的五个层次
5. “说”的技巧
6. 沟通冲突处理
7. 怎样将异议变为机会？

8. 不同性格客户的及其处理方法
 - 1) 活泼型的客户
 - 2) 完美型的客户
 - 3) 力量型的客户
 - 4) 和平型的客户
9. 销售拜访的常见错误
10. 如何自我介
11. 我们会说吗?■
12. 工具：什么是 SPIN 模式
13. 案例：如何建立产品的信任状

第三章：如何建立信任感

1. 营销人员的精气神
2. 如何寻找契合点
3. 营销人员穿着与仪容
4. 营销人员表情与动作
5. 语言节奏与语音语调
6. 守时守信信
7. 证人与证言
8. 专业性的体现
9. 辅助资料 and 工具
10. 信任感的具体体现

第四章：顾问式营销的成交

1. 消费者心智解读
2. 购买动机解读
3. 如何营造成交氛围？
4. 客户成交预测五步法
5. 成交的七大信号
6. 成交的八种方法
 - 1) 直接要求成交法
 - 2) 非此即彼成交法
 - 3) 特殊让步成交法

- 4) 最后机会成交法
 - 5) 激将成交法
 - 6) 假设成交法
 - 7) 小点成交法
 - 8) 保证成交法
7. 案例：“倔处长”是如何突破的