

高端客户销售与沟通

讲师：张铸久

课程纲要

【课程名称】 《高端客户的销售与沟通》

【课程背景】 “高端客户”是企业的伙伴型客户，是企业忠实的客户，是为企业创造 80% 利润的客户，是为企业带来高收益而企业只需支付低服务成本的客户，因为他们与企业建立的是长期的可盈利关系，传承并认可企业文化，并愿意和企业建立长期合作的关系。这部分客户为企业带来了长期利润、节省了开发新顾客的成本，且帮助企业诱发潜在顾客，实现战略发展。高端客户管理至少包含四个流程，即选择顾客，争取顾客，保有顾客，发展顾客关系，而争取顾客是大顾客管理中困难且昂贵的流程，其中顾问式销售又为其中的要项。销售人员更需多需要了解掌握客户的心理，了解客户为什么会产生这样的行为，以及客户如果做决策等。

【课程收益】 掌握分析新的销售环境与高端客户销售，掌握高端客户销售的核心流程与类型及每个阶段的技巧（选择顾客、争取顾客、保有顾客、发展顾客）掌握高端客户营销心理学，分析客户的行为，心理，性格特点，决策特点，培养顾客的信赖感，学习使人信服的七项秘诀。掌握高端客户销售高效沟通技巧，有效应对客户的技巧，准确捕捉客户的心思等等。

【课程对象】 销售骨干 团队精英人员

【授课方式】 理论讲解+情景呈现+ 案例分析

【课程时长】 2天，6小时/天

【课程大纲】

第一部分：影响式销售

一、影响式销售的三个要素

- 掌握客户购买的心路历程
- 了解销售心法
- 掌握专注、默许、信任三要素
 - ✚ 专注于客户的言行和心理变化
 - ✚ 在销售的每个阶段都获得客户的默许、稳步推进到下一阶段
 - ✚ 取得客户共识，赢得客户的信任

二、影响式销售的五个动作

- 结交：与客户建立交流氛围
- 鼓励：促使客户开发胸襟、投入交流
- 询问：运用问题组合了解客户需求
- 展示：展示解决方案，建立客户信心
- 查证：确认在该阶段与客户是否达成共识

三、影响式销售的六大过程

- 销售过程中的沟通技巧
 - ✚ 提前做好与客户沟通前的准备工作

- ✚ 预估客户的疑虑
- ✚ 有效应对客户的技巧
- ✚ 与客户保持良好互动
- ✚ 客户性格的预测
- ✚ 针对不同客户的有效沟通方式
- ✚ 准确捕捉客户的心思
- ✚ 获得客户反馈的方法（讨论）
- 探索客户需求
 - ✚ 了解需求的定义：现状与理想之间的差距
 - ✚ 掌握 SPIN 提问技巧

Situation 背景问题：收集事实信息及背景资料

Problem 难点问题：询问客户问题、困难、不满，寻找所能解决的问题

Implication 暗示问题：询问客户难点、困难、不满的结果和影响，把潜在的问题扩大化

Need Pay-off 效益问题：询问提议的对策的价值、重要性和意义

- 运用 FAB 提出自己的建议
 - ✚ Feature 特征
 - ✚ Advantage 优势
 - ✚ Benefit 益处
- 结案
 - ✚ 了解结案的时机
 - ✚ 掌握结案的步骤和技巧
- 处理异议
 - ✚ 知道常见的异议类型：疑虑、误解
 - ✚ 掌握处理异议的步骤和方式
- 售后服务的重要性
 - ✚ 售后服务的意义
 - ✚ 售后服务带来好处
 - ✚ 利用售后服务提升客户的忠诚度

课程特色：

针对销售心理/高端客户销售实际情况，总结出其相关的基本方法及技巧。尊重人性及心理科学精神为核心；辅以精心设计的案例，分组讨论、演练，分享以及针对性的活动，是兼顾有效性、实用性及组织效益的企业主管训练课程。协助销售人员在面对挑战与问题上，讨论与分享意见，不仅具备销售实

务的概念，亦从彼此分享及个人经验中学习，易于落实与应用；是以实务应用为导向的课程。扁平式的课程架构，单元间脉络相承，相对呼应，藉以建立整体性的管理概念。以参与受训人员的知识、智能及经验为主，采取多元化教学方法进行意见交流及研讨，以达到相互启发的目的。最终提升企业销售业绩。