

顾问式销售方法

讲师：张铸久

课程纲要

【课程名称】 《顾问式销售方法》

【课程背景】

医药市场仅仅靠向市场推出独特、优势的产品和服务，已经不足以使组织取得持久的竞争优势。在当今年竞争激烈的商业环境中，企业要想有一席之地，就要有一只强大的销售队伍，当他们面对医药行业客户的需求和利益时，能做出比竞争者更好的回应。这就意味着，销售人员必须能快速发掘并理解医药行业客户的相关业务问题，所有这一切，都要以学习一种顾问式销售方法开始，与医药行业客户紧密合作，以解决医药行业客户实际的业务问题。

顾问式销售围绕着一个四步骤的销售过程展开，运用这一过程，能帮助销售人员实现从进行简单交易，到解决医药行业客户的实际业务问题的转变。学员会发现换一种全新的角度，即以顾问式思维方式来思考，是迈出与医药行业客户建立长期双赢关系的第一步。

【课程收益】

顾问式销售课程建立了一套基础的销售哲学，并提出一种通俗易懂的销售方式。学员将从中了解到一种双赢的销售方法，强调从医药行业客户的角度出发来解决问题。既可以作为一个可以灵活执行的人力绩效提升（HPI）整体解决方案，CSP课程能使企业的医药行业客户在与其不同销售人员打交道时，获得一致的体验，也可以作为辅导销售顾问的方法，为企业提供各种工具进行有效的辅导和绩效管理，进而提升总体销售绩效。

【课程特点】

课程系统讲述了销售人员必备的动作和过程。有原则、有方法、有技巧。

同时讲解为何需要依照上述动作和过程进行销售。因为销售的关键是把握医药行业客户的心理状况并加以影响。影响成功，则销售成功。所以把握心态是成功销售的关键。大量运用视频讲解、大量的角色扮演，有助于学员的理解。

【课程重点摘要】

【课程对象】

【授课方式】 理论讲解+情景呈现+ 案例分析+视频点评

【课程时长】 2天，6小时/天

【课程大纲】

单元要点	学员收获
<p>顾问式销售方法</p> <p>学习如何从购买者的角度出发理解销售过程，以及如何看待销售人员作为顾问的角色。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 知晓普通销售和专业销售人员的区别。 ✓ 帮助销售人员快速建立与医药行业客户正常交流氛围。 ✓ 能以顾问的角色，在销售过程的每个阶段为医药行业客户创造价值。
<p>建立信任</p> <p>学习如何在交往的初始阶段，与医药行业客户建立信任关系。学习如何在医药行业客户心中建立起自己的信誉，表现出设身处地的态度，以及如何与医药行业客户在建立双方关系的目的、过程和收益这些问题上达成一致</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 了解客户在销售过程中的心路历程。 ✓ 掌握专注、默许、信任三要素， ✓ 能快速地在销售过程中与各种类型的医药行业客户建立信任，并使对方愿意分享信息，产生合作意愿。
<p>发掘需求</p> <p>学习如何向医药行业客户提出适当的、能查询事实或了解想法的问题，以理解医药行业客户的需求。学习聆听和利用获得的信息，并就问题的本质取得医药行业客户的认同。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 掌握了解客户真正需求的方法。 ✓ 让学员知晓如何发现医药行业客户真实的想法，同时运用问题组合了解医药行业客户需求，通过问题让客户自己发现现实存在的问题，和医药行业客户一起讨论解决问题的重要性。 ✓ 能与医药行业客户就待解决问题的本质和范围，达成深入的共识。
<p>有效推荐</p> <p>学习如何建立能明确地解决医药行业</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 能使医药行业客户确信，销售人员提供的产品或服务对他们

<p>客户问题的方案，并向医药行业客户展示这些解决方案。学习如何主动了解医药行业客户的顾虑，化解医药行业客户的异议，并在接下来要采取的步骤上与客户达成一致。</p>	<p>面临的问题来说，是一个有价值的解决方案。</p> <p>✓ 并了解结案的时机，掌握结案的步骤和技巧。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</p>
<p>巩固信心</p> <p>学习如何强化和巩固医药行业客户的购买决定，如何避免或处理医药行业客户的不满。学习如何寻求新的业务机会和推荐。</p>	<p>了解售后服务带来的好处，通过一系列的标准化技巧，帮助销售人员获得较高的医药行业客户满意度，并在售后阶段与医药行业客户增进业务关系。</p>

CSP 课程还附有丰富的与课程内容有关的运用、强化和辅助工具。这些附加的学习内容——确保销售人员在回到实际工作中后，能练习和磨砺学到的新技巧和行为方式。另外，让销售主管在开展课程的早期阶段参与进来，并接受有关辅导销售人员提升绩效的培训，也是成功实施 CSP 课程的重要举措。