



## 带着瞄准镜做销售

### ➤ 课程目标：

茫茫人海，客户在哪儿？漫漫客源，谁易成交？

老销售肯定都知道，我们每年面对的客户量不会发生巨大的变化，但是要提高成交金额成交量唯有一个办法，提高销售成功率。然而如何提高呢？

向客户介绍产品，往往会遇见被客户打断或者客户心不在焉的情况，我们经常听见客户对我们说：好的好的，我再考虑考虑。不错不错，我再看看。是我们的介绍不够好么？

为了让客户满意我们可谓是煞费苦心，但是客户的需求总是在不断地发生变化。客户出现需求变更我们也跟着发生了调整，客户还是不满意，各位学员你们是否想过，为什么？

我们把客户视作上帝，可同时又发现，上帝是善变的，昨天的和颜悦色，今天可能就是不冷不热。一分钟前的不理不睬，一分钟后的眼笑眉开。客户的脾气性格我们只能看运气么？

今天我们通过这样一堂课程让学员们从客户购买流程，客户需求定位，客户个性分析这几个坐标让我们轻松画出瞄准镜，精准定位客户需求，合理推荐产品，花同样的时间和精力获得更好的销售结果。

### ➤ 学员收获

在营销模式的了解基础上，本课程也更多的将实战客户销售技巧进行了整合，系统训练，帮助学员掌握应对方法技巧，把理论知识落地，真正帮助学员实效性提高。

本课程采用互动式案例教学，由具备丰富理论知识和实践经验的专业人士，结合成功或失败的真实案例，采用自我评估、讲授、研讨、案例分析、技能应用的五步法学习方式，提升学员的理论水平和实战能力。

### ➤ 课程时间

1天

### ➤ 课程内容

#### 第一部分：这类客户都在想什么？

##### 1. 12种“奇葩”客户类型分析



- 犹豫不决型
- 脾气暴躁型
- 自命清高型
- 世故老练型
- 小心翼翼型
- 节约俭朴型
- 来去匆匆型
- 理智好辩型
- 虚荣心强型
- 贪小便宜型
- 滔滔不绝型
- 沉默羔羊型

## 2. 四种思维的客户水温试探

- 求同
- 求同存异
- 求异存同
- 求异

## 第二部分:了解客户需求步骤做出精准推荐

### 1. 建立需求

- 发现需求
- 建立需求
- 明确需求

### 2. 确定方向

- 引导方向



- 做选择题
- 制定框架
- 3. 确定具体需求
  - 缩小范围
  - 细化内容
- 4. 评估比较
  - 以性价比优势取胜
  - 以风格优势领先
  - 以危机与利益满足客户
- 5. 获取购买承诺
  - 满足客户心理需求为主
- 6. 实施与服务
  - 以完善的服务向客户提出要求

### 第三部分:客户需求确认

1. 建立客户关系的 6 个步骤
  - 步骤一：事先准备
  - 步骤二：确认需求
  - 步骤三：阐述观点
  - 步骤四：处理异议
  - 步骤五：达成协议
  - 步骤六：共同实现
2. F A B E 阐述技巧
  - 性质介绍
  - 特点介绍
  - 利益介绍
  - 客户需要的见证
3. 客户关系建立中的流程重点
  - 建立关系
  - 探寻需求
  - 产品展示



- 促成

讨论：四个步骤中最重要的是什么？

#### 4. 显性需求与隐性需求探寻

- 显性需求列表
- 隐形需求列表
- 需求的扩大与痛点把握

### 第四部分：了解自我发挥优势

#### 1. 销售人员情绪管理

- 如何自我激励
- 如何转移情绪
- 如何管理自己以及其他人的情绪

#### 2. 八类销售人员的优势发挥

- 实干型
- 协调型
- 创新型
- 信息型
- 推进型
- 监督型
- 凝聚型
- 完善型

#### 3. 销售中的两大利器（微笑 + 赞美）

- 赞美的艺术性
- 被赞美时的回应
- 微笑的魅力与技巧