

诊断式销售

讲师：孙行健

一、 培训对象：销售总监、销售经理、营销人员、销售人员

二、 培训课时：1天6课时

三、 讲师介绍：孙行健

教育背景：

清华大学 MBA

机械工程及计算机网络双学士

主要职业经历：

华为产品行销部原负责人、投标管理体系创建者

飞利浦全球战略采购经理

美资百得小家电亚太区高管

社会职务：

深圳市外国专家局留学生创业园 特聘讲师

上海交大安泰管理学院 特聘讲师

中南大学商学院 特聘讲师

深圳市中小企业服务署 特邀讲师

深圳市桑尼奇科技有限公司 董事

深圳市阳光生活科技有限公司 董事

深圳市华宏锐思企业管理咨询有限公司 首席专家

五、授课风格

培训 200 余场，洞察、极富有感染力，很受企业和学员好评。

六、课程大纲

第一节 销售人员的“挑战”

1. 了解销售中常见的“挑战”
2. 学习“挑战”的影响
3. 分析“挑战”背后的原因

第二节 系统销售的力量

1. 传统的卖方流程及弊端
2. 买方应对传统销售的策略
3. 买家-卖家之间的周旋和博弈
4. 重新审视：销售挑战背后的原因

第三节 建立信任

1. 客户对销售人员的信任评估
2. 客户心理分析
3. 心理学原则在沟通中的运用

情境演练：如何建立信任

第四节 事先约定

- 1、诊断式销售技巧

- 2、事先约定的价值
- 3、事先约定的形式
- 4、事先约定的运用场景
- 5、事先约定的5要素

情境演练：事先约定

第五节 挖掘客户的痛

1. 研讨“痛”和“需求”的不同
2. “痛”的三要素
3. 第三方故事策略及运用客户的痛及卖方优势的巧妙结合

情境演练：挖痛

第六节 了解客户的预算

1. “钱”背后的深层问题
2. 挖掘预算的方法

情境演练：由非敏感问题出发

第七节 决策流程

1. “钱”背后的深层问题
2. 挖掘预算的方法明晰客户决策流程要素
 - 1 WHO
 - 2 WHAT
 - 3 WHERE
 - 4 WHEN
 - 5 WHY
 - 6 HOW

3. 明晰客户决策流程的方法

4. 见到最终决策人的策略

情境演练：问决策

第八节 方案及展示

1. “钱”背后的深层问题

2. 挖掘预算的方法方案及展示的 4 要素

3. 方案及展示的结构及流程

4. 终极约定

第九节 防止反悔

1. 防止反悔三要素

2. 防止竞争对手的反击

第十节 案例演示与实战交流

1. 课堂知识复习

2. 疑难探讨

3. 实战推演

注：以上课程大纲仅供参考，培训课程确定以后，授课老师将对参训企业进行课前调研，针对学员在工作中遇到的具体的问题对培训内容进一步调整与定制。