

销售课程（推销篇）

课程部分提纲

综述 序幕破冰篇

一 职业定位简易测试 - 左右手习惯

二 打破惯性

习惯于缺点才是最大的缺点。心中装满着自己看法与想法的人，是永远听不见别人的心声的。执著与自己世界的是非对错，你将沉沦于人生的苦难。假如你不愿意把目光离开自己长时间身处的海岸，你就发现不了新大陆。

任何限制都是从内心开始的。你相信你能，或你相信你不能，你都是对的。但是，你将拥有不同的结果。

要想事情改变先要自己改变，要想事情更好先要自己更好。

经营好自己就能经营好世界，管理好自己就能管理好所有人

只要开始永远不晚只要进步总有空间

世界观不变，世界不变；价值观不变，价值不变。理念变天地变理念不变原地转

推销技巧篇

第一篇：商务礼仪篇

第二篇：销售法则：1 焦点法则注意力 = 事实

2 心中图像法则：树立正确图像

想象 * 逼真 = 现实

心中图像：长久以来我们内心都有正确的图像，如果现实出现了反差，就会产生认知不和谐，感到不舒服，进而产生压力，形成动力，人们自动自发，自行负责。当现状和心中图像吻合时，动力归零。

当人们的现实图像是歪的时，销售就是为了树立正确的图像，图像越清晰，反差就越大，就会产生认

知不和谐，给对方产生压力，形成动力，人们自动自发，自行负责，当两者图像相吻合时，就成交了（管理的目的就达到了）

心理学家哈佛商学院 72 年 john kotter 教授 20 年的跟踪调查哈佛商学院 MBA 毕业生的案例。（不是 IQ）
第一这些非凡的成功者都非常自信。信念作为“自我兑现的预言”-你如何预言、解释一件事，你往往就会在有意无意当中，把事情的发展向你所预言和解释的方向去推进，结果，预言就自己兑现了自己。（这就叫做自我兑现的预言）

第二他们总是不断的在问问题

第三篇：最有效的客户分析工具

一 客户分析工具一：动作密码

二 客户分析工具二：长方形的秘密

收入增加 20% 的销售方法，了解 4 种思维模式：

三 客户分析工具三：客户分类 ABCDE

成功八部：一梦想 二承诺 三列名单 四邀约 五项目说明会 六跟进

ABC法则：A 领导 B 自己 C 客户

七检查进度 八复制

	钱	意识	大名单 (人脉)	
客户群	*A *	*	*	A 良师益友
	*B *	*		B 最好的客户 (不容易变 A)
	*C *		*	C 广大客户群 (容易变成 A)
	D *			D 喜欢孤芳自赏 (练兵)
	E	*	*	E 时运不济, 有上进心 (认识的人了不起, 不能忽略)
	F	*		
	H		*	} 你愿意我帮你

4 性格分析：3 视听触，4DISC，色彩，8荣格感觉思维情感直觉，9型

四 客户分析工具四：SMCP

第四篇：客户超效沟通术

一 萨提亚五种沟通模式

讨好式、指责式、超理智、打岔式、一致性

说自己想说的话，用对方喜欢的方式 真诚 + 智慧

听到领导说的我才想到，站在领导的身后想在领导的前头；

男人来自火星，女人来自金星；男人最看重社会价值认同，女性最看重安全感。

有一定道理，我理解你说的，同时

做真诚的成熟人，不做天真的实在人；假话全不说，真话不全说；

使命、激情与梦想

二 沟通推销术实战

透过倾听：(1) 有效倾听要坐在顾客的左边。(2) 倾听者做 100%的记录。
(3) 倾听者看着他，不要发出声音。(4) 倾听时重复确认。

三点倾听法：出发点，信念假设，情绪 - 教练型领导技巧在企业的应用

发问建立主控，倾听建立信赖。通过发问和倾听找到需求

(2) 本我倾听法

(3) 模仿训练

(4) 识人术 - 快速识别谎言技巧

(5) NLP性格分类

(6) 认同与拒绝 合一架构 - 陪他下楼，扶她上楼

(7) 赞美

(8) 与各年龄段的智慧对话

(9) 格局决定结局

(10) 资产负债理论：两种朋友

(11) 吸引力法则：你关注什么就会得到什么。

第五篇：销售买卖的真谛、三大方法、十大步骤

一：销售买卖的真谛

销的是自己 - 卖产品不如卖自己；售的是观念；顾客买的是感觉；你卖的是好处！

销售是贩卖对方心中的梦想情人；

销售就是走去出，把话说出去，把钱收回来；说服是信心的传递，是情绪的转移

二：营销之神杰·亚布拉罕的建议：三大类方法创造销售奇迹

增加客户群	增加每次销售的平均值	增加回购频率	总计
1000 x	100 x	2 =	\$200,000
增长 10%	增长 10%	增长 10%	增长 33%
1100 x	110 x	2.2 =	\$266,200
增长 33%			
1,333x	125 x	3 =	\$499,875

三：推销十大步骤：

- 1、准备：A专业知识（复习产品的优点，复习竞争对手的缺点）、（每一次都要这样，一天拜访十个，要复习十次。）
- B精神上的准备：a.静坐（最有效的静坐是 45 分钟），b.说服是信心的传递，是情绪的转移。C体力上的准备：a.深呼吸 1、4、2呼吸法，吸气 1 秒，停留 4 秒钟，呼气 2 秒钟。B.有氧运动（散步、慢跑、游泳、骑脚踏车）
- 2、使自己的情绪到达巅峰状态。
- 3、建立信赖感。
- 4、了解客户的问题、需求、渴望。
- 5、提出解决方案，并且塑造产品的价值。
- 6、竞争对手的分析。
- 7、解除反对意见。（抗拒点）
- 8、下订单（成交）推销：走出去，话讲出来，把钱收回来。
- 9、要求顾客转介绍。
- 10、售后服务。

推销十大原则：

第六篇：电话行销及世界第一名的推销话术

一电话行销及世界第一名的推销话术

（一）顾客说“我要考虑一下”成交法

XX 先生，很明显您不会说：“我要考虑一下，”除非您对我们的产品真的很感兴趣，是吗？我的意思是您不会说“我要考虑一下”只是为了躲开我吧？因此我可以假设您会很认真地考虑我们的产品，对吗？XX 先生到底我刚才漏说了什么？或是哪里没有解释清楚，所以您要考虑一下。说真的，XX 先生，有没有可能是钱是问题呢？

（二）顾客说“市场不景气”成交法

XX 先生，多年前我学到了一个真理，成功者购买当别人抛售，卖出当别人买进，目前很多人谈到市场不景气，但在我们公司我们决计不会让“市场不景气”来困扰我们，您知道为什么吗？因为今天有很多成功人士都是在市场不景气的时候确立的他们事业的基础，他们都看到了长期的机会，而不是短期的挑战。因此，他们作出了购买决策而成功，当然他们也必须愿意作出此购买决策。XX 先生，今天您拥有相同的机会，可以做出相同的决策，您愿意吗？

（三）顾客说“价格太贵”

按最小时间单位分解，即产品价格 / 使用年限 /12 月 /31 天 / = 产品每日使用费用。
以每日使用产品增加费用来说服顾客。

（四）鲍威尔成交法

XX 先生，“拖延一项决定比作出错误的决定浪费更多的时间和金钱，今天我们就在作一项决定，对吗？”假如你说“好”那又会如何？假如你说“不好”那又会如何？假如你说“不好”那明天只会和今天一样，事情没有改变，所以显然你说“好”比说“不好”对你情况更好，你说是吗？因此我建议你马上作出决策。

（五）顾客说“别的地方买价格更便宜”成交法

XX 先生，那可能是真的，毕竟在现代社会中，我们都希望以最低价格购买到最佳品质，最优良售后服务的商品，大部分顾客在购买时会注意三个方面：1、产品的品质。2、产品的价格。3、产品的售后服务。但是我从来没有听说过任何一家公司可以以最低的价格提供最高品质的产品，就象奔驰汽车不可能卖桑塔那的价格一样。你说对吗？所以为了你长期的幸福，这三项你愿意牺牲我们公司优良的售后服务吗？XX 先生，有时我们多投资一点，来获得我们真正想要的，也是值得的，你说“是”吗？

目标 = 冒险 + 期限

（六）“不在目前预算内”成交法

XX 先生，我可以理解你现在的想法，一个管理完善的企业需要仔细编订预算，预算引导公司达到目标的重要工具，但“工具”本身是具有弹性的。假如有一项产品对你公司未来的竞争力和利润有所帮助，XX 先生是预算来控制你呢？还是由你来控制预算呢？

(七) 十位价值成交法

XX 先生，多年前，我已经发现，完善测试一项事物价值的方法就是看它是否经得起考验，例如你投入房子、珠宝、车子及其它为你带来乐趣的事物，但过了一阵子后，你是否可以肯定地回答这个问题“你现在会不会愿意付出十倍的价钱来拥有它呢？”例如你可能付出了“健康咨询费用，而大大改善了你的身体，或是你做了形象设计，而大大增强了你的自信，你付出的价钱是值得的，在日常生活当中，我们想到这些产品对我们的改变，我们付出十倍的价钱也是值得的。

(八) “THE NO CLOSE”不要成交法

XX，在世界上有很多推销员有自信能以很多理由说服你购买某项产品，当然你可以说“是”也可以说“不”，但在我的行业中，以我的经验告诉我一条无法抗拒的事实，没有人可以对我的产品说“不”。XX，假如你现在有一项产品，你的顾客喜欢并且非常想拥有它，你会不会因为顾客有一项小小的问题，而让他停止购买你的产品呢？假如不会的话，我今天也不会因为一点小小的问题而你对我说“不”。

(九) “经济的真理”成交法。（适用于顾客尽量压低价格的场合）

XX 先生，有时候以价格引导我们作出购买决策不完全是正确的。没有人会为某项产品投资太多，但有时投资太少也有其问题所在。投资太多，最多也就是损失些钱，但投资太少，你的付出就会更大了。因为你所买的产品无法达到你的预期满足。在这个世界上，我们很少有机会花最少的价钱获得“最好的”产品，这就是“经济的真理”。

(十) “回马枪成交法”

临别时，向客户讨教未成交的原因，再借此原因向顾客解释，达成交易。

(十一) 对比成交法

先提出价位高的产品，让顾客建立起心理价位，再提出低价位产品，达到交易。推荐产品，价格高——低。

(十二) “心脏病成交法”

成功者作失败者不愿作的事。

二：神奇的催眠式销售（马修史维；米尔顿语言；梅塔模式……）

三：教练式销售四部曲：



四大类拒绝话术总结及演练：

信念 BVR 篇

第一篇：信念 BVR 篇

壹 信念

- 1 信任与选择体验
- 2 帅男有钱男角色扮演 - 囚之圈的启示
事件 - 价值判断 - 拒绝 - 我对：囚之圈
- 3 本我自我超我
- 4 人生的两种角色 - 负责任者、受害者

二 销售职业心态

年轻人千万不要把主要精力放在帮助上级改正缺点错误上。用同样的时间和精力，从上级身上学到的优点，能多于帮上级改正的缺点。

你是干活还是上班？是从事一个职业还是一项事业？这不取决于那项工作本身，而取决于你做这项工作时的心态和工作结果。

永远不会没有收入，因为经验教训都是收入，而且由自己决定发多少。

当在你的职业生涯发展的进程中，什么时候你的工作热情和努力和高度的不为工资待遇不高，不为别人评价不公而减少，从那时起你就开始为自己打工了。

为自己打工，以老板的心态打工。

第四篇：白布红烛篇

1 目标（结果定义）

设定目标 SMARTER 原则：

1 Specific 具体的明确的 2 Measurable 可衡量的（可测量的）

3 Achievable 可实现的，可达到，成功是有足够的满足感

行动导向的 (action-oriented)、

4 Realistic 现实的（与现实相关的）自力可成

5 Time phased 有时间限制的

6 Energising 用正面词语组成

7 Reviewed 符合整体平衡。

宣言打造篇

1 实战成功宣言与 18 条理念打造

2 冥想

1、只有行销和创新才是利润，其它都是成本。

2、世界上没有不能成交的客户，只是你没有捉住他的弱点。

选择比努力重要，人脉比知识重要，态度比能力重要，意愿比方法重要。

“能”与“不能”取决于你的信念，而不是你的能力。

最后的话：彼得德鲁克：晚年在家咨询分享

“到了礼拜一，请不要打电话告诉我说，这些想法是多么的棒，请来告诉我，你现在的做法跟以前的有什么不同了。”

附 1：维系人脉的 12 种方法

(01) 寄贺卡信(贺卡+信)；

(02) 多带朋友参加聚会，帮助朋友介绍朋友；

(03) 带朋友参观你的私密处；

(04) 提供最新的资讯；

(05) 善用中途停留的时间和朋友聚一聚；

(06) 调节矛盾；

(07) 报告变故（如手机变号、搬新家啊）；

(08) 帮助介绍生意和人脉；

(09) 短信息（分享别人的感受）；

(10) 帮助解决朋友的问题；

(11) 送个性化礼物（关键：送给谁、为什么送、送什么、什么时间送、什么地点送、送的方式）[送礼的方法：所送礼品要有保存价值、特别时期送、有针对性]；

(12) 亲自到场。

思维导图、六顶思考帽、曼陀罗，借脑、全脑速记与快速阅读、冥想等方法对于思维方式有很大益

