

# 王牌导购超级签单秘诀

主讲：高定基|著名实力派销售讲师

## 【课程背景】

这里的终端主要是指实体门店。实体门店的现状已经今非昔比，受电商和互联网的影响，门店的生存能力越来越弱，盈利状况越来越差。无数的门店或关门，或转让，或跨界转型，或苦苦支撑。

显然，按照传统门店的经营思路，很难继续发展。时代在变，生活方式在变，消费观念在变，如果不与时俱进，不顺应时代的发展趋势，不调整和改变运营思路与营销策略，那结局必定是盈利甚微，或亏损，然后关门了事，被迫另寻出路。

实体门店大都以加盟商家为主，一般不做产品研发，厂家或品牌商有什么产品，门店就卖什么产品。门店的主要任务是把产品卖出去，把钱收回来。所以，该课程的主要任务是如何帮助门店找到更多的客户，卖出更多的产品或服务，赚更多的钱。因此，实体门店主要存在三大问题：

- 1.缺少顾客，去门店的顾客越来越少，不知道顾客在哪里。
- 2.好不容易来了顾客，由于种种原因，顾客很快走了。
- 3.终于成交了，顾客离开了，也成了永别。

因此，对于实体门店，我们重点要解决这三个问题。销客赞创始人、著名营销讲师高定基老师根据多年的营销实践和研究，总结出解决这三个问题的思路和方法。这个思路就是：

- 1.引流。解决顾客的到店问题，让更多的顾客来到店里。

**2.交流。**顾客来到门店，要创造良好的沟通体验，推动成交。

**3.回流。**要让没有成交的顾客回来成交，甚至转介绍客户。

这三个问题看上去只有六个字，可内涵可以十分丰富。该课程融合了营销理念、销售技能、心理学、社会学、成功学等跟销售密切相关的实战内容和成功经验。学习该课程后，销客遇到的诸多问题将迎刃而解，并突破现有局面，更上一层楼。该课程是实体门店必学之课程。

### **【培训对象】**

门店销售人员、门店管理人员、经销商

### **【学习收益】**

- 1.掌握引流的思路和策略**
- 2.掌握交流的方法和技能**
- 3.掌握让客户回流的方法**

### **【课程时长】**

**2天，12课时。**

### **【授课工具】**

投影仪、音响麦克风、白板和白板笔、白纸若干等。

### **【课程特色】**

课程结构紧凑、条理清晰、逻辑性强，内容丰富详实，案例精彩纷呈，讲授深入浅出、通俗易懂，教学形式多样，穿透力强。

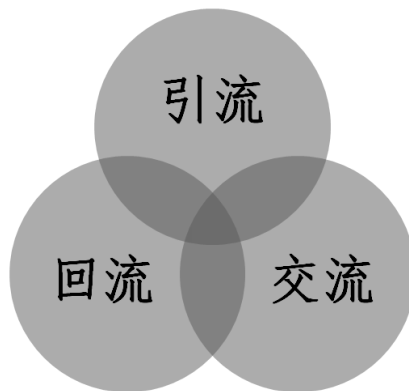
### 【授课形式】

本课程运用组合式教学形式，包括理论讲授、案例分析、情景演练、学生思考、互动问答、小组讨论、视频感悟、游戏启发、团队竞赛等。

学习过程伴随团队 **PK**，采用积分制，学员积极参与、表现出色为团队加分，学员不积极、不主动、干扰课堂效果则影响团队的最终分数，最后决胜出最优团队。

为配合课堂气氛和效果，建议公司购买优胜团队的奖品，或者同意在培训之前，由小组成员自行缴纳 **100** 元，作为本次培训激励基金。

### 【课程结构】



### 【课程大纲】

#### 第一单元 引流

以前叫招徕顾客，在互联网时代，我们叫引流。如何把顾客引过来，是每一个终端的核心内容。那么如何引流？对门店来说，引流主要包括三方面，一是店面引流、二是店外引流，三是在线引流。店面

引流可以通过店面氛围、促销活动、终端拦截等开展；店外引流可以通过小区推广、异业联盟合作、隐形渠道等开展；在线引流可以通过社会化媒体、搜索优化、微营销等开展。引流是前提，也是基础。

### 一、店面引流

- 1.店内氛围：定位匹配/温馨整洁/礼品呈现/爆款推荐
- 2.门口氛围：广告设计/**POP** 布置/特价吸引/娱乐活动
- 3.人员形象：礼仪素养/品牌匹配/待客状态

### 二、店外引流

- 1.户外广告：敢于投入/人流密集/性价比高/卖点设计
- 2.小区推广：物业合作/物流合作/广告位选择/物料
- 3.合作渠道：异业联盟/上下游渠道/活动赞助

### 三、在线引流

- 1.互联网数据资产：地区+品牌信息数量
- 2.免费平台运用：百度/视频/博客/地方网站/淘宝
- 3.微营销：微信公众号/微信小号/微信营销/微电商/O2O
- 4.邮件营销：QQ 邮箱搜索/邮件发送

## 第二单元 交流

客户来到门店，按照与国际接轨的说法，必须要沟通。按我们的习惯说法，就是交流。其实交流更准确，因为沟通可能是单向的，而交流是双向的。和客户交流好了，销售就容易达成。没有交流或者交流不够，甚至交流不愉快，会导致客户的流失。做好交流主要受三方面影响，一是心态，二是知识，三是技能。任何一个环节做得不好都

可以导致交流失败。

### 一、良好的心态

- 1.销售必备的五大心态：耐心/热情/感恩/主动/宽容
- 2.塑造良好心态：我不入地狱谁入地狱/一切都是最好的安排
- 3.换位思考：经典心态故事的主人公/站在客户的角度

### 二、积累知识

- 1.学好产品知识：厂家和门店要求学习的知识/与产品相关的知识
- 2.学习销售知识：销售案例/经典销售理论/走访调研学习同行
- 3.整理学习的知识：存档/归类/总结/温习/分享

### 三、销售技能

#### 1.决胜终端的五大核心秘诀

- (1) 产品——体验道具
- (2) 服务——超越预期
- (3) 促销——价格密码
- (4) 情绪——情感共鸣
- (5) 案例——客户见证
- (6) 品牌——定位诉求

#### 2.营造良好沟通体验的六大技能

- (1) 没有提问就没有销售
- (2) 倾听不得忽视的细节
- (3) 沟通必须具备同理心
- (4) 争论会让你失去机会
- (5) 问一答三让客户满意

**(6) 懂得赞美会赢得客户**

### **3.五大核心成交动力**

**(1) 优惠——让客户占点便宜**

**(2) 礼品——无礼不成交**

**(3) 压力——客户下决心**

**(4) 主动——让客户签字**

**(5) 求助——示弱成交**

### **4.应对四大客户异议：太贵了/再看看/考虑下/没有钱**

## **第三单元 回流**

对于高频商品，回流之重要不言而喻。对于耐用消费品，客户大多不会第一次就下单，往往要货比三家或者思考一段时间再做决定，然后回来产生购买行为。因此，客户的回流非常重要，决定了转化率和转介绍率。一个客户会不会回来，主要受三方面影响，一是产品，二是服务，三是价格。如果客户回流率很低，转介绍率很低，那一定要好好思考，在产品、服务和价格策略上可能存在问题。

### **一、产品策略**

**1.产品组合：形象产品/利润产品/走量产品/狙击产品**

**2.爆款策略：学习电商/抓住痛点/匠心设计单页/实至名归**

**3.产品延伸：扩大赢利点/需求互补/量力而行**

### **二、提升服务**

**1.服务的核心是客户价值：非业务价值塑造/学习经典案例**

**2.服务的三种境界：提供增值服务/满足客户非业务要求/感动客户**

**3.体验营销：体验即服务/极致体验/创新体验**

### **三、价格策略**

**1.价格是心理战：价格与促销/满足客户的价格诉求**

**2.价格谈判策略：报价策略/让步策略/说服策略**

**3.价格铁三角：价格/数量/资源**