

顾问式营销技能提升

课程背景：

顾问式营销(Consultative Selling) 是当前较为有效的营销模式，并引起相当积极的反响。顾问式营销强调一种营销理念的更新，使营销方式从以产品推介为出发点的说服购买型，逐步向以帮助客户解决问题为出发点的咨询服务型转化，销售的效果也从达成单笔交易，转化为促成一系列的交易。

销售人员面对客户的时候，是否存在以下疑问：客户认为你对他不够关注，仅仅在推销你的产品？你过多关注于你自身的产品，而没有帮助客户解决问题？客户老是质疑你的产品，而且对条款非常挑剔？即使成交一单，也不知道后续的结果会怎么样？

本课程帮你从本质上了解顾问式营销技术，学习顾问式营销的原则和方法。改变传统的营销思维模式，学会面向高决策者的销售方法，学会提升销售率与客户忠诚度的方法，从而提高销售业绩。

课程收益：

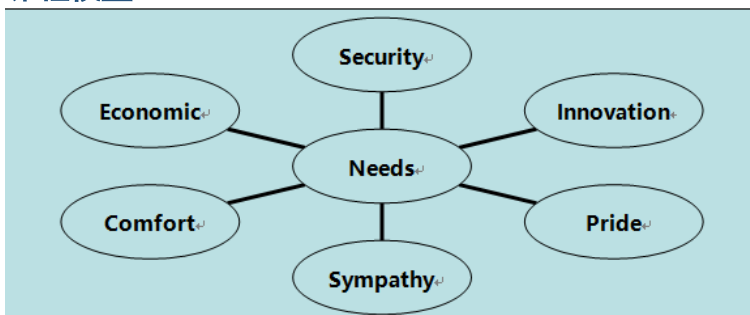
▲可以使营销人员发挥真正的“顾问”功能，改变他们提出问题，谈论产品(服务)的方式。顾问式营销能够让营销人员真正成为客户的朋友，是提供信息、分析需求、引导资源，推动项目的达成者。

▲学员将会学习和掌握顾问式营销的理念和思维方式，掌握顾问式营销的步骤和技能，尤其是作为顾问角色发挥的作用。

课程目标：

- 更正确的营销理念和思路
- 学会理解客户，分析客户
- 掌握客户心理学和影响购买决策的因素
- 挖掘客户需求，提供适合的解决方案
- 根据客户的实际，善意地提出建议
- 以创造客户价值为导向，获得客户忠诚度

课程模型：



课程时间：2天，6小时/天

课程对象：主要面向客户经理、销售经理、售前顾问、销售总监、销售代表等

课程方式：授课、视频、互动、小组练习、案例讨论等

课程大纲

第一讲：理解顾问式营销

一、传统销售方法 VS 顾问式营销

案例视频：袁厂长的会谈

1. 传统的销售做法

- 1) 如何面对困难
- 2) 传统销售的特点

互动研讨：您在销售所遇到的问题

2. 应对传统销售的问题分析和解决

- 1) 采购人员的供应商选择和思维

互动研讨：寻找“另一半”

- 2) 意愿和能力的分析

二、顾问式营销的特点

1. 以客户为中心

- 1) 客户导向的思维

案例研讨：谁是潜在的优秀销售人员？

2) 成为客户顾问要具备的素质

a 沟通能力

b 专业能力

- 3) 理解顾问式营销的特点和利益

互动：为什么要运用顾问式营销？

第二讲：运用顾问式营销

一、顾问式营销的准备工作

1. 准备工作

- 1) 你真的了解你的客户吗？

工具运用：客户信息表练习

- 2) 成功运用各种信息

互动研讨：你知道客户关注什么吗？

案例：要见李厂长

2. 信息来源

- 1) 你的朋友？
- 2) 开发信息来源？

二、顾问式营销的会谈

1. 建立你的人际关系

- 1) 4X20 模型
- 2) 你会自我介绍吗？
- 3) 沟通中的同期声

2. 需求调查

思考：客户的需求

- 1) 客户的需求 VS 要求

互动研讨：理解客户的真正需求

模型：客户需求模型 SPICES

- 2) 同理心技巧
- 3) 运用你的听和问

工具运用：SPIN 提问工具

第三讲：我们的产品/服务和解决方案

一、产品/服务的卖点

1. 产品呈现

1) 产品的 FAB 分析

工具运用：FAB 练习表

2) 你如何论述 FAB？

3) 你的竞争对手？

案例研讨：我们是一家大公司

2. 找出命中客户的需求的关键

1) FAB 是对应的吗？

2) 正确运用你的 FAB

运用：动态 VS 静态

二、我们的解决方案

1. 客户的行动

1) 采取正确的行动

2) 时间、范围、预算

3) 能解决问题吗？

互动：行动方案

2. 客户的反对意见

1) 反对意见好还是坏？

2) 反对意见的背后

工具：处理反对意见的三种方法

三、我们的善意建议

1. 你如何推动客户深入合作？

互动：小组分享

2. 我们的善意建议

1) 我们的建议和客户的购买逻辑

角色扮演：一次顾问式的拜访

第四讲：培养客户忠诚度

一、客户期望值

1. 管理客户的期望值？

1) 如何预测客户的期望值

2) 如何引导客户的期望值

3) 如何管理并满足客户的期望值

2. 客户的感知

1) 客户期望值 VS 客户感知

2) 你关注客户的感知吗？

二、客户体验和忠诚度

1. 客户购买产品和服务的体验

1) 你打造客户体验了吗？

2. 客户的体验峰终

1) 你注重峰值了吗？

2) 你有效结尾了吗？

3. 客户体验和忠诚度

1) 忠诚客户的特点

2) 忠诚客户的利益