

营业厅营销实战训练营

课程背景：

在市场激烈竞争中，在现有的营销厅店各项硬件资源下，营业人员如何进行营销宣传、客户识别，主动服务，产品呈现，销售促成等，都是厅店产能提升的重要工作。客户进入厅店时，精心安排的厅店布局，到位的问候，合适的需求切入点，熟练的营销技能运用，将能极大程度地打开销售局面。聚沙成塔，积少成多，营业厅工作人员的岗位关键动作是决定公司营业线条全局战略目标实现的关键保障。

为提升服务、宣传、陈列、促销、销售、团队执行等方面的能力技巧，推升营业厅工作人员的整体专业程度与销售水平，进而赢得市场，提升产能，同时兼顾对以前单一培训形式不足的优化，本项目采用系统性的实战培训结合模拟训练的方式，综合提升理念与实操技能。

课程收益：

- 掌握营业厅店布局与陈列的关键要点
- 掌握快速识别客户性格类型的关键要点
- 在实战教学中，能够根据客户性格类型的不同，及时调整客户沟通策略
- 学习体验式产品推介策略，以客户利益为中心呈现产品亮点，赢得客户认同
- 掌握营业厅户外宣传、营销活动的有效执行思路与工作方法
- 掌握营业厅电话外呼技巧，推进营业厅主动销售、售后跟进工作的顺利开展与实施

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：营业厅管理人员、营业厅销售人员

课程方式：讲授、案例分析、拟真情景实战、翻转测试

课程特色：

- ▲ **案例分析：**精选业内典型案例，引导学员在案例中寻找客户沟通与产品销售的经验与心得
- ▲ **情景实操：**提供厅店销售、户外销售等拟真工作场景教学，让学员在实战中学习与实践
- ▲ **沙盘推演：**带领学员穿越营业厅筹建与布局设计的过程
- ▲ **世界咖啡：**聚焦营业厅服务销售工作中的关键难题，集思广益，迎刃而解
- ▲ **翻转课堂：**打破传统培训的枯燥讲授方式，激发学员主动学习分享，确保知识吸收与技能转化

课程大纲

第一讲：营业厅转型趋势与聚客技巧

一、互联网时代的压力与挑战

1. 互联网时代的消费习惯改变
2. 市场与竞争趋势演变
3. 业务发展危机分析
4. 服务销售转型的关键点

二、厅店聚客技巧

1. 目标客户筛选

案例：国外电信运营商的客户定位

2. 厅店经营设定

案例：香港电信运营商

案例：百老汇店铺

- 1) 四种招牌的作用
- 2) 橱窗的摆放原则
- 3) 厅店色彩的运用原则

3. 活动与户外宣传

- 1) 门前活动阵地

案例：广州电脑城门前促销

案例：快速餐饮行业门前活动

- 2) 户外活动促销基本流程

- 3) 现场促销四大要素

案例：维珍航空体验式宣传

案例：FANTASTIC 薯片户外游戏

第二讲：营业厅体验式营销业绩提升技巧

一、营业厅动线与触点设计

1. 动线与触点的基本概念

2. 动线布局实践案例学习

案例：屈臣氏动线布局

案例：宜家家居动线布局

案例：威尼斯人酒店空间布局

3. 触点管理实践案例学习

案例：国外典范公益宣传

案例：香港数码通场景化呈现

案例：宜家产品呈现

4. 产品呈现的三个目标

二、体验式销售秘诀

1. 体验式销售案例学习

- 1) 苹果专卖店

- 2) 星巴克咖啡

2. 体验销售的三层客户价值

- 1) 属性层

- 2) 结果层

- 3) 目的层

3. 体验式销售 SFTRA 五步法

- 1) 感官体验

- 2) 情绪体验

- 3) 理性体验

- 4) 行动体验

- 5) 关联体验

沙盘推演：营业厅店的布局设计

第三讲：客户识别与沟通策略分析

一、了解客户的重要性

1. 爱默生的故事

2. 破解性格色彩密码

二、个性分类原则

1. 个性的划分——情感型

- 1) 情感型客户的识别
- 2) 情感型客户销售的应对
- 2. 个性的划分——分析型**
- 1) 分析型客户的识别
- 2) 分析型客户销售的应对
- 3. 个性的划分——温和型**
- 1) 温和型客户的识别
- 2) 温和型客户销售的应对
- 4. 个性的划分——主观型**
- 1) 主观型客户的识别
- 2) 主观型客户销售的应对

世界咖啡：厅店销售常见难题与破解

第四讲：营业厅门前客户销售技巧

一、销售从推介开始——有效的产品介绍

1. 客户的内存

- 1) 内容必须简练
- 2) 提取最重要或者与客户最契合的要点进行推介
- 3) 一般不超过 3 个卖点

2. 客户的 CPU

- 1) 复杂内容简单化
- 2) 表达方式通俗化
- 3) 能用图绝不用文字

二、搞定客户的两大销售套路——高效的销售策略

1. 痛苦销售法

视频案例：如何有效挖掘客户痛点

- 1) 痛苦销售法的由来
- 2) 痛苦销售法三个核心步骤

2. 快乐销售法

视频案例：快乐销售的秘诀

- 1) 快乐销售法的由来
- 2) 快乐销售法四个核心步骤

三、交易促成——产品最终成交法则

1. 主动拦截
2. 稀缺幸运
3. 试用体验
4. 优惠赠送
5. 假设成交
6. 对比策略
7. 饥饿营销

第五讲：营业厅电话与微信营销技巧

一、厅店外呼技巧分享

1. 准备好你的开场白：避免被客户挂电话
2. 激发客户的欲望：让他有兴趣听你说下去
3. 客户异议的处理：嫌货才是买货人

4. 促成交易的技巧：当场成交或事后成交，避免客户说说而已

二、微信营销技巧

1. 微信营销思维盲区
2. 微信点营销
3. 微信群营销
4. 朋友圈活动

课程总结

翻转课堂：课程知识要点回顾