

顾问式销售

课程背景：

顾问式销售强调对我们现有销售理念的重新审视，从最根本的客户需求的角度出发。顾问式销售使销售方式从以产品推销为出发点的说服型推销，逐步向以帮助客户解决问题为出发点的咨询服务型销售转化。销售的效果也从达成单笔交易，转化为建立长期关系，成为真正的伙伴。

传统销售中，销售人员面临的问题：客户如敌人，获取信任难上难，介绍产品和服务，客户依然无动于衷。即使成交了，客户总是挑三拣四。无感情，无转介绍再次开发裂变难上难。善用顾问式销售是将销售者定位在客户的朋友、销售者和顾问三个角度上来做好销售工作，让客户如亲友，获得信任 so easy ,介绍产品和服务客户蠢蠢欲动，成交后，客户满意并千恩万谢，客户是活广告，销售额迅速裂变倍增！

课程收益：

- 课程通过情景演练模式，设计从客户寻找、拜访客户、挖掘客户需求、提供解决方案、成交、销售管理等多环节入手，体验顾问式销售流程和实操要点
- 学会分析行业客户背景、现状、业务、问题、竞争和发展趋势，提升客户研究分析能力和销售人员服务营销能力
- 学会有效的售前规划
- 学会运用提问技巧引导客户需求
- 掌握了解客户心理和影响购买的技巧，影响客户购买决策
- 掌握建立和发展客户关系的最有效方法

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：客户经理、销售经理、营销人员、销售主管

课程方式：讲授、情景演练、小组练习、案例讨论、实战演练、视频教学等

课程大纲

第一讲：走进销售

一、重新认识销售

1. 您是否喜欢销售？
2. 不喜欢（恐惧）销售的原因分析
3. 人生就是贯穿销售的一生
4. 成功销售能给我们带来什么

二、销售理念与心态

1. 销售人员传递的价值、创造的价值
2. 从哪里创造价值，价值等式是什么？
3. 销售人员如何自我定位
4. 销售工作的价值和意义
5. 我要成为谁？
6. 销售人员应该具备的素质

第二讲：走进客户

一、了解客户

1. 谁是我们的客户？

2. 我们对客户的认识存在的误区
3. 客户的购买需求
4. 认识并了解客户的不同需求
5. 客户的购买特点
6. 判断客户的购买阶段

二、客户开发

1. 最有效的客户开发观念
2. 客户开发需要找到谁
3. 最高效的客户开发方法
4. 客户开发要注意要点

三、客户获取方法分类

1. 直接法（亲戚、朋友、同学、同乡、同事等）
2. 转介绍法（推荐法）
3. 圈子法（互联网时代产物）
4. 陌生法（陌生上门拜访、电话营销、随机拦截等）

四、现有客户价值分类

1. A类：关键客户
2. B类：主要客户
3. C类：普通客户

五、客户KYC分析

小组研讨：分析客户案例KYC（九宫格）

第三讲：顾问式销售流程

一、销售流程

1. 为什么要有销售流程？
2. 为什么优秀销售人员不能成为优秀销售经理？
3. 销售流程是如何开展的？
4. 进行销售前都要做什么样的准备工作？
5. 如何在销售前全面了解客户？
6. 如何在销售前制定销售策略？

二、客户拜访

1. 与客户沟通的常用三种方式
2. 销售启动的三步骤
3. 如何赢得客户的好感

案例讲解：怎样给客户留下深刻的印象？

情景模拟训练：遭遇客户拒绝时如何有效化解

三、客户需求挖掘

1. 需要 vs 需求

- 1) 需要和需求的异同点
 - 2) 营销是要满足客户需要还是需求？
2. 需求辨识三步骤
 3. 有效的问题询问方式 5W1H
 4. 三种有效问话方式来探询客户需求

互动演练：如何通过提问来确认客户需求点

5. SPIN销售的特点

6. SPIN销售的使用流程

- 1) S : 情况问题、状况询问
- 2) P : 难点问题、问题询问
- 3) I : 内含问题、暗示问题
- 4) N : 需要回报问题、需求确认问题

案例讲解：通用销售中 SPIN 运用技巧

7. SPIN 销售法心理基础

视频分享：《在远方》片段

8. SPIN 销售回顾和总结

四、产品推荐和展示

1. 根据客户需求，心中初步形成一套解决方案
2. 产品或方案 SWOT 分析
3. 产品或方案介绍的 FABE 法则
4. 客户关心的六个问题

案例讲解：FABE 法则展现产品

5. FABE 推荐的技巧

6. EBAF 销售法——反其道而行

五、客户的异议处理

1. 正确看待客户异议
2. 客户一般会在什么时候提出异议？
3. 客户提出异议的背后的动机是什么？
4. 客户都会提出哪些异议？
5. 如何来处理这些异议？
6. 如何采取最有效策略来对付异议？
7. 价格异议如何处理最有效？
8. 客户常见异议案例分析，
9. 处理客户异议的技巧

小组研讨：在工作中，遇到哪些客户异议，并讨论出解决策略和方法！

六、促成的技巧

1. 成交的意义和重要性
2. 成交的三原则
3. 如何发现购买讯号？
4. 如何达成交易？
5. 传统成交技巧有什么弱点？
6. 如何判断是否可以开始销售的最后冲刺？
7. 如何达到双赢成交？
8. 绝对成交策略

案例讲解

第四讲：客户关系维系及其转介绍

1. 维系与营销之间的关系
2. 成功销售与有效销售
3. 客户维系的意义
4. 客户维系如何维护
5. 如何获得客户转介绍