

## “新时代·新营销”系列课程之 《顾问式销售技能创新》课程介绍

### 【课程背景】

社会经济发展、生产力的提升，产品日趋丰富，市场力量发生了逆转，由过去的卖方市场变为买方市场，竞争日趋激烈，企业普遍感受压力剧增。消费者受教育程度普遍提高，消费更趋于理性，呈现多元化、个性化趋势。以说服、推销产品的销售方式难以打动消费者的心。销售人员要以产品为中心向以消费者为中心转变，要充当产品专家问题解决者角色，充分了解消费者需求，为消费者提供有价值的产品和服务，成为客户的顾问。

### 【课程收益】

通过该课程的培训，可以帮助销售人员和销售管理者：

- 帮助新任职的销售人员，掌握顾问式销售的完整流程和相关技能，快速成长，提升信心；
- 帮助经验丰富的销售人员，进一步梳理顾问式销售的流程和技能，将丰富的经验转化为销售管理工具，提高销售业绩。同时为职业发展规划奠定基础；
- 帮助销售管理人员，熟练掌握完整的顾问式销售流程，学会将流程分解为若干阶段，掌握销售管理过程中的关键节点，在不同的关键节点采取不同的管理方式和监控手段，注重过程管理，凝聚团队精神，提升团队的销售业绩。

【授课时长】 2天（每天6小时）

### 【课程大纲】

导入案例：“双十一”火爆背后的思考

#### 一、顾问式销售的认知

##### 1、顾问式销售产生的背景

- (1) 市场力量变化
- (2) 行业竞争变化
- (3) 消费者变化

##### 2、顾问式销售的特点

- (1) 以客户需求为中心
- (2) 提问的重要性
- (3) 销售人员角色定位

##### 3、顾问式销售人员素质能力模型

- (1) 专业知识

(2) 销售技能

(3) 学习能力

**案例：**

- 走向没落的柯达和诺基亚
- 药匣子卖药

**现场互动：**

- 小组讨论，顾问式销售与传统销售的区别

## 二、客户需求

### 1、客户需求层次

- (1) 显性需求
- (2) 隐性需求
- (3) 创造需求

### 2、发掘需求技能

- (1) SPIN 提问技能
- (2) 现场观察
- (3) 资料研究

### 3、评价客户需求

- (1) 重要程度
- (2) 紧急程度
- (3) 发展程度

**案例：**

- 健身器材销售人员犯了什么错误
- 互联网网红企业烧钱买流量

**现场互动：**

- 销售角色现场模拟演练
- 问题设计演练

## 三、能力证实

### 1、能力证实内容

- (1) 产品介绍
- (2) 解决方案介绍
- (3) 服务能力介绍

## 2、能力证实方法

(1)FABE 介绍法

(2) 方案演示方法

案例：

- 老板现场喝油漆
- 优秀广告词分享

现场互动：

- 方案介绍模拟演练
- 小组讨论，微商们的朋友圈现象

## 四、异议解决

### 1、异议的认知

(1) 异议出现的必然性

(2) 异议产生的原因

(3) 异议处理的重要性

### 2、把握异议解决原则

(1) 快速反应原则

(2) 做好准备原则

(3) 不与客户争辩原则

(4) 留足客户面子原则

### 3、异议解决方法

(1) 用心聆听

(2) 分享感受

(3) 澄清异议

(4) 提出方案

(5) 采取行动

案例：

(1) 某名牌服装店如何向客户解释产品瑕疵

(2) 北方电讯销售经理被客户拒绝之后

现场互动：

- 小组讨论，如何面对喜欢找茬的客户

## 五、促成交易

### 1、捕捉客户预成交信号

- (1) 眼神的变化
- (2) 表情的变化
- (3) 肢体动作的变化

### 2、促成交易方法

- (1) 假定成交法
- (2) 选择成交法
- (3) 小点成交法
- (4) 优惠成交法
- (5) 总结利益成交法

#### 案例：

某品牌高端香水促销员的促成交易艺术

## 六、客户管理

### 1、客户信息管理

- (1) 客户信息收集
- (2) 客户信息分析
- (3) 客户分类管理

### 2、客户风险管理

- (1) 客户风险评估
- (2) 客户风险对策

### 3、客户关系管理

- (1) 满意度管理
- (2) 忠诚度管理
- (3) 促进关系营销

#### 案例：

- (1) 某汽车电池企业客户如何管理新产品开发风险
- (2) 小米手机的“粉丝”思维