



打造无坚不摧的营销精英 ——

卓越客户开发与团队 建设技巧

——成就卓越绩效的秘密法则

主讲老师：郑时墨老师

【课程前言】

营销领域被称为“没有硝烟的战场”；

没有接受过专业系统训练的销售人员就是“职业杀手”，是公司最大的成本，因为他们每天在得罪客户，让公司损失资源。只有专家才有可能是赢家。在海尔，一名临时的销售人员都要经过3个月的培训和4次考评后，才能上“战场”；在华为，销售人员要经过魔鬼式训练，层层选拔；在丰田汽车，销售人员每个月都要接受专业的销售训练。销售是企业的生命线，提高销售人员的“市场生存能力”，为销售团队组织有针对性、有实战性的培训，已成为公司的重要工作之一。

本课程从心态到实战，全面提升销售人员的综合素质与销售技能，学员普遍反映这是“最具震撼力和实效性”的销售课，本课程被众多企业客户誉之为“销售冠军”的摇篮。

【授课对象】

针对市场客户开发人员，销售人员，与销售相关的客服人员等。

【课程类型】

销售技巧提升，客户关系管理，追款技巧，说服沟通技巧等。

【培训形式】

理论讲授60%、实战演练20%、案例讨论、游戏15%、经验分享、答疑5%以系统实用训练为目标，精彩案例，感动视频分享、动情小故事，生动演讲，游戏，互动训练等形式；培训现场轻松，活跃。

【培训目的】

- 1、学习了解新客户开发的技巧
- 2、了解销售成功的七大因素；
- 3、学习攻心式销售技巧的方法步骤；
- 4、掌握了解客户消费的心理技巧；
- 5、学习销售中说服客户的技巧；
- 6、学习团队建设技巧；
- 7、掌握高效的员工辅导技巧；

8、学习团队激励技巧等。

【授课时间】

2天时间（共计12课时）

【课程内容】

第一部分 客户开发的技巧

一、客户开发认知

- 1、销售在于不断开发新客户
- 2、客户的来源
- 3、客户画像
- 4、开发客户的必备素质

二、客户开发的策略

- 1、新媒体开发
- 2、精准开发
- 3、缘故法
- 4、异业联盟
- 5、会议营销
- 6、广告开发
- 7、电话开发等

第二部分 客户拜访与信赖度客情关系建设

一、客户拜访技巧

- 1、拜访客户前的准备
- 2、拜访的步骤
- 3、拜访话术的设计
- 4、拜访客户的沟通技巧
- 5、拜访客户注意事项

二、为什么客户会购买产品？

三、拜访及购买中信赖度建立的重要性

四、卓有成效建立信赖度客情关系的方法

- 1、人品是基础
- 2、职业形象与微笑
- 3、传递的自信与热情度
- 4、良好的模仿技巧
- 5、良好的倾听（倾听的层次，倾听的方法，训练）
- 6、知彼解己沟通
- 7、良好的关心对方
- 8、展示良好素养的专业话术训练

视频分析：案例运用了哪几种建立信赖度的方法？

训练一、“微笑”特训

训练二、模仿训练

训练三、倾听训练

第三部分 客户需求挖掘与分析

一、认识人了解人将无所不能

二、了解客户的内容

- 1、了解客户的价值观

- 2、了解客户购买实力
- 3、了解客户购买习惯
- 4、了解客户的最终需求
- 5、如何区分与过滤顾客
- 6、各型顾客的购买心理分析
- 7、确定顾客的性格特征（顾客的色彩性格分析）
- 8、确定顾客的成交阶段（顾客购买的八大阶段）

三、了解客户信息及需求的有效策略与方法

- 1、问（问的内容，问的话术，问的语调）
- 2、听（听的层次，听的内容，听的技巧）
- 3、说（说的内容，说的技巧，说的注意）
- 4、调研法
- 5、反馈法
- 6、裙带法等

视频分析：“闻香识女人”如何做到了解他人？

训练一、问价值观技巧特训

训练二、“问二选一”问话技巧特训

训练三、信息反馈技巧特训

第四部分 客户产品呈现及塑造产品价值技巧

一、塑造产品价值的含义

二、为何要塑造产品的独特价值

三、如何有效塑造产品的独特价值

- 1、产品塑造的六大要素
- 2、产品塑造介绍的流程
- 3、塑造产品的 FABE 技巧
- 4、产品塑造介绍的注意方面

四、如何对本公司产品进行提炼和塑造

- 1、本公司产品的六大特性提炼
- 2、本公司产品带给顾客的好处分析
- 3、本公司产品的 FABE 呈现技巧
- 4、已使用顾客的良好反馈及案例
- 5、本公司产品介绍的话术及练习

视频分析 1：如何把冰卖给爱斯基摩人？

视频分析 2：电信手机的三大卖点？

训练一、FABE 技巧训练

训练二、现场产品塑造 PK 大赛

第五部分 客户抗拒点解决技巧

一、对客户抗拒点的全面认知

- 1、什么是抗拒点
- 2、抗拒点产生的六大原因
- 3、抗拒点常见类型
- 4、抗拒点的行业特性

二、抗拒点产生如何解决

- 1、对待抗拒点必须态度
- 2、抗拒点解决的流程和技巧
- 3、解决抗拒点注意事项

三、客户常见抗拒点的针对性解决策略

- 1、价格抗拒点
- 2、服务抗拒点
- 3、效果抗拒点
- 4、时间抗拒点
- 5、考虑抗拒点
- 6、商量抗拒点
- 7、预算抗拒点
- 8、竞争对手抗拒点
- 9、决策人抗拒点等

训练一、找到客户真正抗拒点

训练二、话术解决抗拒点

第六部分 客户缔结成交技巧

一、什么是缔结成交

二、缔结成交为什么这么难

- 1、如何踢好临门一脚
- 2、不能成交的原因分析
- 3、如何克服临门“崴脚”

三、如何识别顾客的成交信号

1. 顾客成交的心理因素
2. 学会识别顾客成交的五大信号

四、缔结成交的流程步骤

第七部分、如何打造和辅导一流营销团队

一、什么是卓越团队？

- 1、狼与羊的现代寓言故事说明什么？
- 2、为何 21 世纪企业发展需要打造卓越团队？
- 3、团队的概念和构成要素
- 4、团队与群体的区别
- 5、团队的类型

二、如何辅导下属团队

- 1、辅导下属的六大误区
- 2、辅导下属的价值和意义
- 3、如何提升下属工作意愿
- 4、如何给下属分派工作
- 5、如何提升下属员工工作知识
- 6、如何提升下属全方位工作技能

观看视频：团队本质

互动实战：提升下属技能案例

第八部分：营销团队高效激励管理

一、卓越团队的激励认知

- 1、团队为什么需要激励
- 2、团队激励的含义与类型
- 3、团队激励的方向

二、团队激励的循环圈

- 1、需要
- 2、动力
- 3、追求目标

4、满足

三、团队激励的有效实操

- 1、精神激励的五大策略
- 2、物质激励的方法和策略
- 3、其他激励的策略参考

互动和训练：现场团队激励实操演练和训练

第九部分、课程回顾总结与结束：

- 1、重点知识回顾
- 2、互动：问与答
- 3、学员：学习总结与行动计划
- 4、企业领导：颁奖
- 5、企业领导：总结发言
- 6、合影：集体合影