

家居建材行业电话营销技能提升

课程对象：经销商、门店店长、终端管理人员等

课程时间：公开课 6 小时，完整课程 12 小时，内训建议 2-3 天

授课形式：课程中会设置大量的案例研讨、小组讨论、情境模拟、团队 PK 环节，课程气氛热烈，课程讲授生动具体，实操性强。

授课讲师：卢璐老师

课程大纲：

课程目的：

- 掌握家居建材企业电话营销的基础
- 掌握电话营销的销售技能和方法
- 掌握电话营销客户的维护与管理

第一章 家居建材行业传统零售的难点攻破

1、为何要化被动为主动

卖场人流稀少/截流

传统扫楼方法遇挫

上游截流卖场生意

互联网家居的兴起

2、案例：某家居品牌电话营销历程

3、思考：电话邀约成功率为什么这么低？

录音分享

小组讨论

4、讨论：如何从白热化的竞争中脱颖而出

专业呈现、输入价值

优点说够、好处说透

第二章 电话营销的清晰认识

1、本质是数据库营销

2、成交规律遵循大数法则

3、关键在于打造人人接受的声音形象

4、遵循心理学原则

马斯洛需求层次与瓷砖销售

5、抢占顾客心智

当客户倾向于装修全包时

当客户倾向于装修半包时

当客户倾向于其他产品时

低档产品与中高档产品

第三章 电话营销的工作准备

1、专业技能

2、相关知识

3、电销话术

4、外拨准备

5、桌面工具

第四章 电话营销的声音塑造

1、声音的把握

语速

清晰度

语气

音调

节奏

专业

2、节奏的控制

提问

引导

从众心理

紧迫感

3、情绪的传递

音量

热情度

带笑的声音

自信

4、建议：树立自己销售名片

让他记住你

抬高身价

声音表情

贴上标签

第五章 电话营销的黄金开场

1、电话邀约该如何做黄金开场

从双方能够达成共识的话题谈起

从对方关切的利益切入

最佳表达方式就是“自信积极”

案例研讨：销售同一产品的两种开场版

案例学习：尚品宅配 2018 新春活动开场白

2、开场三件事

我是谁/我代表哪家公司？

我找你有什么目的？

我的产品和服务对你有什么帮助？

3、错误案例研讨：不同家居建材企业的开场白

月星家居

九号装饰

唯煌家居

尚品宅配

4、四种常见开场白

需求调研法

 相同背景法

 缘故推荐法

建立联络法/请教客户法

举例：东易日盛开场白

5、演练：重塑你的开场白

第六章 电话营销的沟通目标

- 1、电话沟通中常见的目标
- 2、前 1-4 通电话的沟通目标
- 3、如何塑造跟进机会
- 4、跟进的注意事项
- 5、不同客户分类精准跟进
 - 针对到店却未签单的客户
 - 针对于之前联系过却还未开始装修的客户
 - 针对于没有时间到店的客户
 - 针对于答应到店面看产品，但是未到的客户
 - 针对之前联系过，但是被搁置的客户
 - 针对了解了需求，但是不愿意量房，也不愿意到店的客户
 - 针对二次客户开发/交叉销售的跟进

第七章 电话营销的沟通艺术

- 1、销售人员说话的九大禁忌
- 2、销售过程中如何建立亲和力
- 3、如何精准分析每一个正在沟通的客户？
视觉/听觉/感觉型的客户的特点和应对策略
- 4、5 种常见的客户性格
- 5、7 种常见的客户沟通模式
- 6、卓越沟通中的倾听艺术
- 7、卓越沟通中的赞美艺术
 - 赞美客户的注意事项
 - 常规的赞美方法和话术
- 8、卓越沟通中的提问艺术
 - 业务层面的 4 种提问角度
 - ◆ 信息层提问
 - ◆ 问题层提问
 - ◆ 影响层提问
 - ◆ 解决层提问

案例：客户洗手间瓷砖脱落

7 种常见问题

第八章 电话沟通的面谈邀约

1、案例讨论：买的是电钻还是洞？

2、挖掘需求的四大步骤

提问：客户说装修完了，如何挖掘需求？

研讨：客户说要重新装修房子，如何挖掘需求？

3、引导需求

塑造画面感

帮助理解

强化意念

需求显性化

4、恰当时机提出面谈邀请

5、顾客拒绝异议化解

实战演练：客户邀约

第九章 互联网时代的顾客维护

1、如何通过微信给顾客建立深刻的印象

提出加微信的要求

微信顾客维护

发节日祝福的注意事项

2、如何通过沙龙/社群来影响顾客

3、如何通过长期的教育影响顾客