

# 《价值型销售 4.0》----- 打造卓越销售路演成交策略

主讲：付海洋

## 【课程背景】

为什么很多员工用了很多的销售套路客户依然不买账？

为什么我们产品很好销量却不好？

为什么我们认为产品价值很好，而客户却感受不到？

为什么很多员工只会用低价跟竞争对手竞争？

为什么很多的准客户，我们却永远失去成交他的机会？

中国商业环境正在发生着巨大变化，随着移动互联、5G、人工智能时代全面到来，正在改变着人们了解信息和购买的方式，过去的竞争从 1.0 时代**推销**由卖方主导-2.0 时代**销售**由产品主导-3.0 时代**营销**由市场主导，已升级到 4.0 时代**价值**由占据心智路演主导，所以 90%的企业销售面临四座大山：产品严重过剩、产品同质化、低价竞争、销售人员销售思维与能力老化，企业该如何破解四座大山让销售业绩迅速引爆？

## 【课程收益】

- 本课程首先站在全新的市场角度、用户角度，带领学员用六字指导方法论“先修路，后演出”思想对内修路，对外用路演出企业差异化的价值
- 帮助学员从新理清赚钱的逻辑，正确的方向才能有正确的结果
- 学会占据客户心智，改变客户对我们的认知来扭转结果
- 不管是一对一还是一对多销售，直接提升成交量
- 学会挖掘客户深度需求，找到痛点，我们才有存在价值
- 交给大家一套编码-解码、价值设计-价值输出的方法论打败竞争对手
- 学会经典 8 分钟产品路演，是销售成功的主角
- 学会一套可以复制的体系，让销售制动运转，提升销售效率，时刻为企业收钱
- 价值百万实操经典销售案例，可供学员吸收、思考、复制

## 【课程交付方式】

**1.分组：**课程开始前以分组的形式进行 PK，加强团队的概念，模拟企业的实际情况进行 PK 与训练，借此也能发现每个员工对企业的贡献度与心态。

**2.品牌分：**设置品牌积分榜，将品牌分比作企业的业绩，每个小组通过不断参与互动，参与训练，参与学习与 PK 来获取业绩，激发学员的积极性与创造力。

**3.分享：**每半天结束，按照老师对分享内容的要求对半天所学内容进行书面分享，由主讲老师进行评分、公布并纳入品牌积分。

**4.互动：**课程中有大量的互动，让学员参与其中，投入其中，我们认为经营的最高境界是让客户参与经营，管理的最高境界是让员工参与管理，只有不断参与，不断投入学员学习才会高效。

**5 实操演练：**让学员更多的参与进来，根据问题老师可以及时指导

**【授课对象】** 销售人员、营销人员，专注提升销售能力

**【课程时间】** 一到两天

## 【课程内容】

## 第一板块：身份转变：从销售员转变为超级路演家

1. 销售新理念：把销售变成路演；把“卖”变成“秀”（世界 500 强、全球顶级销售都在悄悄使用的新理念）

2. “秀”的三大法宝：造势、建立差异化认知、最终成交

实操案例：解读运用三大法宝实操案例业绩提升 35% 秘密

3. 什么是超级路演家？

4. 超级路演家与销售员 4 大不同？

5. 成为超级路演家必备 3 大能力？

案例：强大的销售力来自一个字“问”

## 第二板块：认知转变：从传统销售思维转变为价值型销售思维

1. 什么是认知？

案例：为什么改变认知就改变了结果

2. 销售失败的 4 大原因？

3. 传统销售思维与价值型销售思维的 5 大不同？

实操案例：思维转变拯救整个企业的营销方法

4. 认知转变实操训练《认知型路演 5 大步骤》

## 第三板块：方法转变：3 大价值设计新方法引爆销量

### 价值设计

1. 逻辑与价值重要性

案例：呈现

2. 逻辑思维四先四后

3. 路演中销售买卖逻辑

4. 何为逻辑

{案例：完整逻辑呈现图}

5. 提升逻辑 4 大步骤

6. 销售成功的本质：买与卖关系

### 价值塑造

1. 何为价值？

2. 销售路演中如何找到我们与竞争对手的不同，而不是更好？

3. 如何塑造价值的 4 大方法？

案例：价值塑造

4. 销售路演中讲好 4 大故事

◇ 个人价值故事

◇ 老板故事

◇ 产品故事

◇ 标杆故事

### 价值成交

1. 路演成交的重心点是什么？

2. 听众只关心你讲的与我有何关系？

3. 讲话中信息漏斗原理

案例：互动画图游戏

4. 信息接收铁三角

5. 价值成交四大武器

① 价值成交的重心点

② 能量就是销量

③ 打造个人 IP 路演成为行业专家

成交秘籍9大宝典  
实操演练：经典**8**分钟产品路演