

# 《顶尖销售高手实战技能提升》

主讲：吴兴波

## 课程背景

为什么相同的产品销售人员的业绩却天壤之别？为什么总是找不到对的客户？为什么销售人员总会被客户“摸底”？为什么销售人员跟单到最后总差一步之遥？为什么总是不能深刻理解客户的意思？为什么耗费了大量的时间却无法接单？为什么不能有效分析客户心理挖掘需求？为什么不能与客户价值共鸣快速成交？为什么按照流程做销售业绩却一直不理想？到底是哪里出错了？

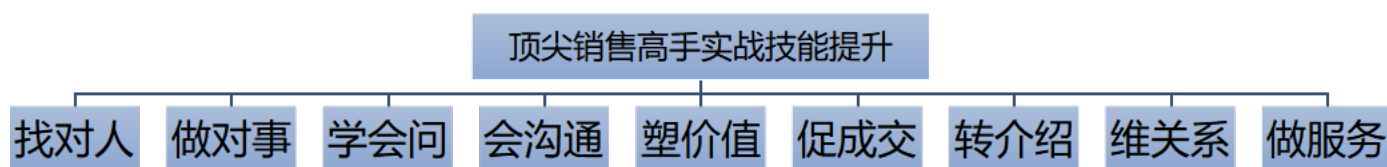
本课程根据以上销售问题，从销售实战的角度，教会销售人员找对人、做对事、分析客户心理、挖掘需求、提炼产品卖点、做到高效沟通、塑造价值促成合作，系统讲解销售中各环节的难点疑点问题，帮助销售人员梳理思路，提升销售业绩。

**课程对象** 全体销售精英/销售主管/销售经理

**课程形式** 实战讲授/互动问答/案例分析/现场讨论/模拟训练

**课程时间** 2天（每天6个课时）（时间分配：实战讲授60%，实战训练20%，调整纠偏20%）

## 课程架构



## 课程目标及效果

找对人，掌握如何找到对的人，对的市场，建立销售根据地然后扩张

做对事，掌握建信任攀关系拉近客户距离，解除客户异议的策略

学会问，掌握了解客户心理，找准并挖掘客户心理需求的方法

会沟通，掌握说对话、会沟通，学会听的销售关键，做好客户需求分析

塑价值，掌握介绍产品塑造价值的八大方法

促成交，掌握提出成交的最佳时机，掌握绝对成交的价格谈判技巧

敢要求，掌握要求客户转介绍的时机，及获取转介绍的步骤

关系好，掌握处理好客户关系的方法，培养客户忠诚度和阶段性关系管理

服务好，掌握服务的重要性和策略技巧，促进客户的再次购买

## 课程纲要

### 第一部分：找对人—开发重点客户拿业绩说话

一. 找对人，是成功的一大半

1. 客户开发，先思后干，狭路相逢\_者胜

2. 销售需要思考哪3个问题？

3. 谁是客户？在哪？找出市场要销售的对象，对客户群体进行针对性细分

**小组讨论：我们的客户都是谁？如何分类？**

二. 拿业绩说话，抓大放小找重点

1. 寻找潜在新客户的5大方法是什么？

2. 找对优质客户的6大标准是什么？

3. 如何判断是否找到了对的人？找对人的5项表现

4. 找对人的主观与客观相互影响的3项要求

**表格应用：优质客户判断的表格化标准分析**

### 第二部分：做对事—运用策略建立销售信任

- 一. 良好的第一印象建立信任关系
  1. 如何快速接近距离? 运用微笑的力量
  2. 如何建立并塑造良好的第一印象?
  3. 如何给客户可以信任的感觉?
  4. 如何递进销售过程中职业化-专业化-价值化-友情化?

视频分析: XX的第一印象建立的如何? 该如何补救?

## 二. 给方法-运用策略建立信任解除异议

1. 建立销售信任的赞美三步法
2. 建立信任感的5缘4同步法则
3. 建立信任感的6大方法5个纬度

课堂互动: 销售信任关系的建立方法有哪些?

## 第三部分: 学会问—探寻挖掘客户真实需求

- 一. 了解客户心理, 帮助客户找到他认为最合适的
  1. 分析客户的10大心理
  2. 分析客户购买行为分析, 购买前、中、后的心理活动
  3. 分析消费者在不同阶段不同环境不同身份的购买心理

小组讨论: 通过案例分析“xx”的当下心理想法来预判下一步的销售走向

## 二. 学会问, 察看并判断客户真实心理

1. 学会问, 先询问什么样的问题会让客户继续?
2. 客户销售问题清单列表? 决策障碍清单列表?
3. 如何从客户表情与回答中整理客户的真实想法?

销售工具: 客户问题一览表的提取与答案呈现

## 第四部分: 会沟通—分析判断做好需求分析

- 一. 会沟通, 建立客情关系决胜销售
  1. 如何克服销售沟通的9大障碍
  2. 销售沟通有哪4种状态应用? 如何用?
  3. 如何听? 听什么? 怎样听出客户的真实心理?

模拟演练: 听出XX在沟通中的三个心理表现

## 二. 说对话, 说准我方优势特点

1. 如何把话说对? 说对话的目标与4个原则
2. 说对话的黄金定律与白金定律
3. 说对话的信念与5个基本法则

案例分析: 专业话术语与大白话的区别应用

## 第五部分: 塑价值—介绍产品塑造客户价值

### 壹. 如何进行产品介绍

1. 如何描述产品塑造价值?
2. 以客户为导向做好产品优势分析如何开展?
3. 如何强调独特性? 塑造客户心理价值的3+2+1模式介绍法
4. 如何强调“值”? 不要让客户信任你, 而要信任证据

话术提取: 用一句话说出客户需要的方案(产品)价值

## 二. 根据客户需求塑造产品价值

1. 如何提炼一针见血的产品卖点? 如何用30秒精准介绍产品塑造价值?
2. 如何运用FABE介绍法, 掌握产品特点、优点、好处、证据对成单的影响
3. 如何塑造价值? 如何做做好策略建立价值感觉?
4. 适度灵活运用“维纳斯”法则让客户更加信任

小组讨论: 维纳斯法则在产品介绍中的作用方法

## 第六部分: 促成交—绝对成交的双赢谈判技巧

### 一. 提出成交的最佳时机

1. 什么是谈判? 如何判定谈判的成败? 如何把控谈判的进展?
2. 如何发现客户心理的发展方向?

3. 如何试水温并做好让步空间？
4. 如何察看顾客表情捕捉提出成交请求的最佳时机达成绝对成交？

**案例讨论：与某客户谈判成交的过程给你带来几个感悟**

## 二. 绝对成交快速谈判的策略运用

1. 如何掌握成交前、中、后不同阶段的谈判策略？
2. 如何运用绝对成交的八大方法快速成交？
3. 怎样探寻客户心理期望值？
4. 如何掌握以客户需求为核心的价格谈判技巧？
5. 如何报价就相信？如何让步即成交？如何快速成交？

**视频分析：“值”的底线把控与应用**

## 第七部分：敢要求—致胜未来的成交转介绍

### 一. 要求客户转介绍的时机

1. 为什么需要客户转介绍？
2. 什么时间要求客户转介绍？
3. 什么类型的客户可以要求转介绍？

**数据表格：客户转介绍的类别分类及期应用**

### 二. 敢于要求获取客户转介绍的方法

1. 敢于要求，尽力收集转介绍客源，客户不愿转介绍怎么办？
2. 客户不愿转介绍的原因是什么？集中火力开发重点目标客户
3. 如何快速达成转介绍客户合作？请现有客户扮演桥梁
4. 销售是先开枪还是先瞄准？世界上最重要的一位顾客是谁？

**案例讲解：xx的转介绍案例分析**

## 第八部分：关系好-客情关系的管理与维护

### 一. 客情关系的建立与维护

1. 什么是客情关系？我们需要什么样的客情关系？
2. 关系的定义：关系=金钱+时间+面子
3. 客情关系的三大核心：信任、安心、价值
4. 公司、个人、风险对于客情关系信任度的影响有多大？
5. 如何判断你和客户关系亲近度的方法？

**表格工具：客情关系带来的销量与质量的PK**

### 二. 从满意到忠诚的客情关系管理

1. 需要满意度？还是需要忠诚度？
2. 如何有效处长客户生命周期？客户满意的5个层次
3. 如何挽回“死”掉的客户？如何“锁住”关键大客户？
4. 加强客情关系的具体方法？维系客户忠诚的6大关键？
5. 客户忠诚的坚守，如何从你我的关系变成我们的关系？

**分组讨论：如何管理并延长不同生命周期的客情关系**

## 第九部分：服务好—再次购买的未来根基

### 一、决胜未来销售的客户服务

1. 在产品同质化的今天，我们靠什么赢得市场？获取利润？
2. 交朋友难，失朋友容易，获得一个新顾客比留住一个已有的顾客花费更大
3. 不满意的顾客比满意的顾客拥有更多的“朋友”？
4. 顾客有充分的选择权力，如果你不去照顾你的顾客会是什么样的结果？

**案例讨论：顾客不总是对的，顾客错了怎么办？**

### 二、客情关系的维护与服务

1. 如何做到优质的客户服务？怎样不让客户有抵触情绪？
2. 服务的基本语言的统一，良好的语音、准确的语感、节奏的安排、适当的肢体语言
3. 语言清晰度、专业度、亲和力，来有迎声，问有答声，走有送声
4. 用心服务.尊重对方.换位思考，调整自己的说话风格

**案例分析：客户投诉的流程梳理与解决办法汇总**