

《新时代市场营销：流量获取与大客户销售技巧》

——互联网时代的“线上+线下”销售系统训练营

课时：2-4天（每天6小时，实战练习多）

教材：讲义+书籍《鱼塘式营销》

【流量获取与客户开发篇】

第一章、互联网时代的客户开发

1. 线下流量和线上流量，到底谁更贵？
2. 互联网的流量获取途经与操作方法；
3. 线下流量的重新盘活；
4. 如何善用存量客户？
5. 一个高效的获客模型——鱼塘式营销；

第二章、鱼儿：细分定位，锁定精准客户

1. 三大聚焦，占领客户心智；
2. 客户/用户画像盘点与细化；
3. 大数据分析；

第三章、鱼塘：找对客户群，让营销有的放矢（重点）

1. 公域流量获客：抖音、快手、微博、今日头条、小红书等；

2. 本地获客：地推、裂变营销、团购、异业联盟、转介绍活动；
3. 异业联盟精讲；
4. 微信获客：微信互推、朋友圈、社群营销、会员营销；

第四章、塘主：从塘主合作到自建鱼塘

1. 不同鱼塘的营销策略；
2. 流量困局；
3. 与塘主合作；
4. 自建鱼塘（APP、社群）；

第五章、鱼饵：巧设卖点，让客户蜂拥而至（重点）

1. 别拿胡萝卜钓鱼
2. “引子”与“钩子”
3. 不同渠道的引流手段；

第六章、养鱼：极致体验，带来持续变现

1. 为何要“养鱼”？
2. 养鱼三招；
3. 粉丝营销；
4. 转介绍设计；

【销售技巧篇】

第七章、客户管理与维护

1、客户分级和归类

如何给客户分级 A\B\C\D

给大客户分类、分级别《选对池塘钓大鱼》

2、重点客户信息搜集

客户导入渠道（客户来源）

客户信息的获取

3. 给重要客户建档

获取信任的技巧——投其所好

对客户的信息越准确，越容易获得客户好感

案例分析：哈维麦凯的礼物

客户档案：麦凯 66

销售工具：共创本行客户信息搜集表

第八章、顾问式销售技巧

（一）提问技巧

提问是销售沟通中最核心的技巧！

封闭式\选择式\开放式

销售中提问的目的是什么？

提问 → 倾听 → 得到需求

1. 给答案式提问—封闭

人就是一台强大的“纠错机器”

案例分析

给答案演练：A/B 角色扮演

还有哪些地方可以用给答案式提问的？

2. 反问式提问

注意：不要马上回答客户问题！

故事：拂晓就撤退

6 个标准反问话术

反问练习：

客户：你们的价格好高啊！

3. 以问收尾

销售高手养成用问题收尾的习惯。

经典案例

案例分析：卖李子的故事

课堂讨论：从故事中你发现了什么？

(二) 聆听技巧

沟通法则：30/70 法则

好的聆听者必将受人欢迎。

良好倾听的八大准则

(三) 共情技巧

1、情绪共鸣

2、感受共鸣

课堂互动：找到彼此的 5 个共同点

第九章、电话/微信邀约技巧

案例：三碗面的故事

邀约的核心：给理由+选择式缔结

第一步、给理由

课堂互动：理由编写

第二步、选择式邀约

选择式邀约核心：跳过了“要不要”

案例：“猫？狗？鱼？”

选择式提问实战运用

第三步、加微信技巧

如何提高加微信成功率

话术示范+课堂角色扮演 邀约练习

二次邀约技巧

第十章、现场接待与成交策略

1. 开场破冰技巧

1) 聊天技巧

核心：聊客户感兴趣的话题

听故事技巧

2) 夸赞技巧

PMP 法则 PMP——MPMP——PMPMP

夸赞的六个法则

如何夸赞不同性别客户

如何夸赞不同年龄的客户

电话里如何夸赞

课堂练习：找出学员的赞美点

3) 套关系技巧 (20 个套关系关键词)

课堂互动：快速找到对方的共同点

2. FBI 产品价值塑造 (FABE 的升级版)

——谈判谈的是价值而不仅仅是价格

(1) 特点(Feature)：“因为……”

(2) 好处(Benefit)：“从而有……？”

(3) 证据 (Illustrate)：“举例来说……”

销售不是卖产品本身，而是卖产品可以给客户带去的“好处”。——乔吉拉德

天平法则

课堂练习：用 FBI 策略设计产品的介绍流程 (形成话术库)

3. 信任升级，解除客户抗拒

为什么不成交？因为还有抗拒和顾虑没有被解除。

抗拒解决的终极武器——平行架构法

解除抗拒的基本流程

4. 逼单技巧

逼单的目的——逼出抗拒

抗拒效应、禀赋效应

5. 绝对成交的 10 个技巧