

顾问式高级销售技巧

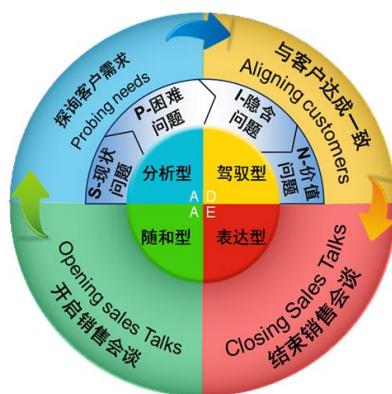
学习目标：

- 了解 OPAC 高级销售模型
- 了解不同的社交风格特点，判断客户的社交风格，调整适应以达到更好的沟通效果
- 学会用有效的开场白开启销售会谈
- 学会通过提问和倾听探询客户需求
- 学会运用 SPIN 顾问销售模式
- 学会利用有效的方式向客户介绍解决方案并取得一致
- 学会处理不同的客户异议
- 学会掌握恰当的结束时机并有效地结束销售会谈

培训对象：销售经理/主任、重点客户经理/主任/代表、市场经理/主任、渠道经理/主任、客户服务经理/主任、高级销售/市场代表等

培训时间与方式：

- o 时间：2 天
- o 方式：讲授、练习、角色扮演、案例研讨、讨论与分享



培训内容：

时间		培训内容	培训方法及演练
第一天	上午	第一章：OPAC 高级销售模型介绍 第二章：四种社交风格 <ol style="list-style-type: none"> 1. AMED 社交风格 <ul style="list-style-type: none"> • 社交风格的概念与发展史 • 社交风格自我测评 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 开场热身活动； 2. 介绍开场内容和学习目标； 3. 销售演示：引入销售的风格和销售的步骤； 4. 介绍 OPAC 高级销售模型； 5. 介绍社交风格的概念和发展史；

		<ul style="list-style-type: none"> • 社交风格的两个要素 • 四种社交风格：分析型/随和型/表现型/驾驭型 • 学员社交风格解析 • 客户的社交风格 <p>2. 调整适应不同的社交风格</p> <ul style="list-style-type: none"> • 调整适应步骤 • 观察识别练习 • 社交风格调整原则 • 调整果断程度 • 调整反应程度 • 适应不同社交风格的人 	<ol style="list-style-type: none"> 6. 学员社交风格自我测评； 7. 介绍社交风格的两个要素及特点； 8. 介绍四种社交风格的形成； 9. 分别介绍四种社交风格的特点及识别方法； 10. 学员社交风格测评解析 11. 学员活动：识别客户的社交风格 12. 学员活动：如何与不同社交风格的人进行沟通； 13. 介绍特征自己适应客户的社交风格的步骤； 14. 学员活动：观察识别社交风格 15. 学员活动：如何调整社交风格 16. 介绍社交风格调整原则及如何调整果断程度和反应程度 17. 介绍如何适应不同社交风格
第一天	下午	<ol style="list-style-type: none"> 3. 社交风格在销售过程中的应用 • 令人自在的销售风格 • 配合销售风格进行调整 • 社交风格在 OPAC 销售过程中的应用 • 社交风格销售演练 <p>第三章：开启销售会谈</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 销售会谈前的准备 <ul style="list-style-type: none"> • 准备哪些工作 • 收集哪些信息 • 自我信心准备 2. 有效的开场白 <ul style="list-style-type: none"> • 有效的开场白三要素 • 开场白例子 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 介绍令人自在的销售风格 2. 介绍如何配合销售风格调整社交风格 3. 介绍四种社交风格在 OPAC 每个销售过程中的应用方法 4. 学员活动：社交风格销售演练 5. 介绍 OPAC 销售流程第一阶段 6. 学员活动：销售会谈前需要进行什么准备工作 7. 介绍销售会谈前的准备工作内容 8. 介绍需要收集哪些客户信息及如何准备信心 9. 学员活动：如何开场打招呼 10. 介绍开场白的三要素并举例 11. 学员活动：吸引客户的利益陈述
第二天	上午	<p>第四章：探询与 SPIN 模型</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 两类需求 2. 高效提问 <ul style="list-style-type: none"> • 为什么要提问 • 四种问题类型 • 九种探索性问题 • 问题漏斗 • 提问的黄金法则 3. SPIN 问题模式 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 介绍需求的定义及两类需求 2. 学员活动：将模糊问题变成清晰差距陈述 3. 介绍为什么要提问 4. 学员活动：你会问问题吗？ 5. 介绍四种问题类型及 9 中探索性问题并举例 6. 学员活动：如何组织你的问题？ 7. 介绍漏斗式提问方法；学员活动：问题漏斗练习

		<ul style="list-style-type: none"> 显性需求与隐性需求 SPIN 销售提问流程 <p>4. 倾听技巧</p> <ul style="list-style-type: none"> 无效倾听 倾听技巧 	<p>8. 介绍提问的黄金法则</p> <p>9. 学员活动：提问综合练习</p> <p>10. 介绍什么是显性需求和隐性需求及其在销售中的作用</p> <p>11. 介绍 SPIN 销售提问模式的概念和具体内容、例子、适应情况及风险</p> <p>12. 介绍 SPIN 提问流程及运用技巧</p> <p>13. 学员活动：SPIN 综合应用练习</p> <p>14. 介绍倾听技巧；学员活动：倾听技巧练习</p>
第二天	下午	<p>第五章：与客户达成一致</p> <p>1. 利益与特征</p> <ul style="list-style-type: none"> 产品与服务的利益与特征 推销利益 <p>2. 介绍解决方案技巧</p> <ul style="list-style-type: none"> 怎样介绍解决方案 有说服力的演示结构 使用故事版 <p>3. 处理客户异议</p> <ul style="list-style-type: none"> 异议产生的原因 四种类型的异议 处理异议的技巧和步骤 <p>第六章：结束销售会谈</p> <p>1. 结束销售会谈的步骤</p> <p>2. 结束类型</p> <p>3. 客户购买信号</p> <p>4. 综合演练</p>	<p>1. 销售演示：销售产品特征还是利益</p> <p>2. 介绍特征和利用的区别及如何推销产品或服务的利益；学员练习判断特征或利益</p> <p>3. 角色扮演：推销产品的利益</p> <p>4. 介绍如何介绍解决方案</p> <p>5. 介绍有说服力的演示结构；学员进行演示结构练习</p> <p>6. 学员活动：销售演示中常见的问题</p> <p>7. 介绍如何使用故事版进行销售演示；学员进行故事版练习</p> <p>8. 讨论异议常见的原因、处理步骤和方法</p> <p>9. 学员活动：列出常见的异议并小组交换处理</p> <p>10. 介绍结束销售会谈的步骤及结束类型和购买信号，学员进行结束练习</p> <p>11. 综合演练：结合社交风格、OPAC 销售流程和 SPIN 提问模式进行综合销售练习，观察员、讲师进行点评</p> <p>12. 学习综合回顾，学员行动计划</p>

OPAC高级销售模型



个人社交风格测评

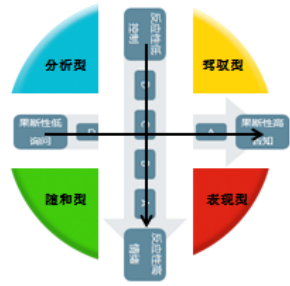
个人社交风格测评：

□ 每个项目有4个词汇选项，从 a, b, c, d 四个选项中选择
一个最能描绘你自己的词语，共20个项目。

□ 时间：15分钟

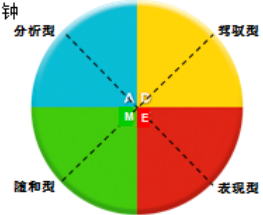


四种社交风格



个人社交风格解读

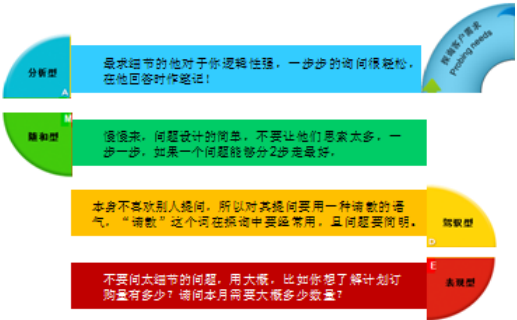
- 请将你的个人风格测评问卷中选择的答案勾选在答题卡对应的题目符号上；
- 合计每项的得分，画出个人社交风格雷达图；
- 与小组成员讨论分享你的测评结果；
- 时间：20分钟



社交风格调整“四字箴言”



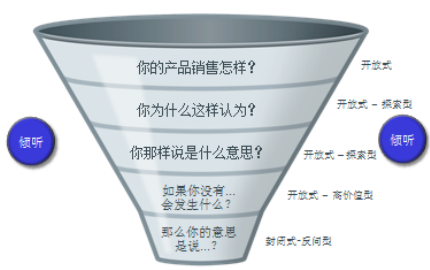
探询客户需求



有效开场白的要素

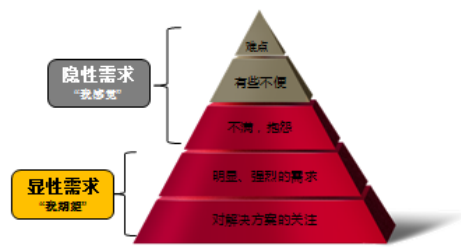


将问题漏斗化



2只耳朵：1张嘴 —— 按比例使用

显性需求与隐性需求



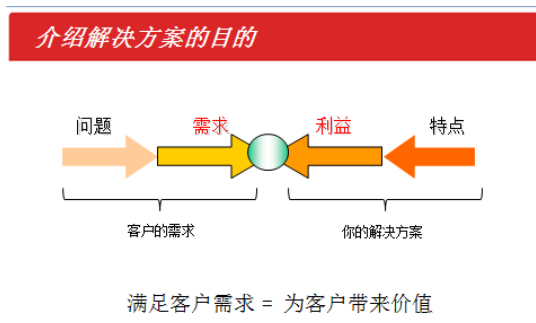
SPIN® 销售提问模式





无效倾听

- 评判**
这是一种在说话者讲话之前就对讲话者所说内容并判断其正确与否的行为。
- 封闭保守**
倾听者拒绝倾听那些与自己长期秉持的信念相抵触的东西。
- 注意力不够**
很多人思考的速度比其讲话速度快三四倍。有时候他们的注意力游移了。
- 说话过多**
对自己的声音产生了“自恋”。
- 不够谦逊**
认为别人说不出值得倾听的东西！
- 害怕**
害怕倾听另一种观点会迫使你改变自己的观点。
- 直接跳至结论**
倾听者自以为能，得出错误的结论。
- 别人与我想法一样**
相信别人会有与自己相同的信念！
- 一厢情愿的想法**
经常，在会议后与会者对会议上达成的协议会有不同的版本 - 显然倾听者只听到了他们愿意听到的。
- 推辞**
措辞及语音语调的变化对倾听者可能具有不同的含义。



什么是特征和利益?

- 特征:** 是一个产品或服务是什么或能够做什么
- 利益:** 它能为客户提供什么价值

有说服力的演示的结构练习

SMART 分析目标

- SUMMARIZE THE OPPORTUNITY OR GAP** (总结机遇或差距)
 - 背景
 - 优势/劣势/障碍
 - 客户需求
 - 确认联系人兴趣
- STATE THE BIG IDEA** (陈述销售方针)
 - 标题
 - 简洁、清晰、简洁?
 - 它是否满足需求?
 - 从众多竞争人中脱颖而出?
- EXPLAIN HOW IT WORKS** (解释它如何起作用)
 - 逻辑、因果关系、因果关系、因果关系
 - 提供可信的
 - 预见可能的风险和异议
- REINFORCE KEY BENEFITS** (强调关键利益)
 - 将利益与需求联系起来
 - 将客户与需求联系起来
 - 它们是否令人印象深刻?
- CLOSE** (结尾)

利用演示结构组织你的演示:

向你的学习伙伴分享你的演示结构。

使用故事板

确定要分析的问题

- 对即将要做的事进行跟踪
- 当你获得信息时，将它填入空白处

提炼出关键信息

对每一个图表(图片)提炼出一个关键信息

准备一个额外的图片(图表)来结束一个长的单元

对预见的问题或讨论做好准备

概要 → 下一步

产生异议的原因

- 错误观点
- 怀疑态度
- 真实存在的弊端
- 真实的抱怨

处理异议的技巧和步骤

- 缓冲 - 理解和尊重客户的观点
- 通过询问和仔细的聆听，了解客户
- 分析异议的内容和真实原因
- 根据客户异议的类型进行说服

购买信号- 技巧



- 倾听**
- 使用主动倾听技能
- 表示理解**
- 不要赞同
 - 显示你感同身受，而不是同情
- 试探**
- 使用漏斗式问题来理解问题并确定其他事项
- 复述**
- 复述异议：“那么你是说...”
- 克服**
- 误解 → 克服
 - 真实的异议 → 更重视
- 结束**
- 使用结束技巧
- 始终保持冷静！**

学习日志

倾听者	使用方式者
开始者	停止者