

# 专家级销售的三大修炼

## 课程背景：

销售这个工种对所有的企业来讲都是一个极其重要的岗位，因为它承载了一家企业业绩是否达标的重要任务，但是很多企业在经营过程当中却无法对销售的工作行为形成一个标准化的体系，让公司内部的销售人员实现高效的业绩达成及稳定的业绩输出。

评估销售人员的能力有很多的指标，其中有三个指标是重中之重，包括对企业自身产品卖点、行业知识的系统性掌握，第二就是能否在最短的时间判断客户的属性及特点，见人说话见鬼说鬼话，适应客户的特点进行沟通与分享，第三是否清晰的懂得销售谈判过程当中核心发问技巧，企业的销售团队能否快速掌握这三个核心的能力，则成为了这家企业能否在市场竞争激烈的环境下实现业绩的快速倍增。

此课程是在姚海源老师多年的企业招商销售运营的经验基础上，经过对销售团队细致的工作行为拆解及分析，最后通过落地市场的检验，最终形成的一套行之有效的销售训练方法，被称之为专家级的销售修炼。通过此课程，企业的销售人员可以快速的用最短的时间理解企业产品的核心价值点及产品的卖点，并能够掌握一套行之有效的客户分析的方法，以及知道如何有效的对客户进行销售的提问，并引导实现最终的快速成交。

## 课程收益：

- 快速系统化梳理出企业产品的核心卖点，并让团队成员有效的掌握。
- 让团队销售人员懂得如何进行客户类别以及性格上的分析，做到针对性对话。
- 充分理解专家式的销售与普通销售的区别，并学会如何对客户进行有效发问，最终实现引导式高效成交。
- 掌握专家式销售的三个核心工具 SMPC、FABE、SPIN 在不同场景中的使用

● 让企业沉淀一套属于自己的可复制的 FABE 及 SPIN 销售团队训练体系

**课程时间：**2 天，6 小时/天

**课程对象：**传统企业中高层团队、营销从业者、企业主、销售团队成员

**课程方式：**现场实操（50%）+理论讲授（30%）+案例分析（20%）

**课程特色：**

**互动式培训：**通过分组演练的方式，学员从任务讨论到目标达成充分参与

**源自实战：**课程内容来源自企业实践经验总结，课程注重快速掌握、高效落地

**系统性强：**课程紧紧围绕专业销售的核心关键知识进行深度打磨

**价值卓越：**课程内容经过市场实战打磨，讲解的工具均能够有效快速运用于实战

**寓教于乐：**通过专家式销售工具的应用，学员在互动中感受销售的精髓与快乐

## 课程大纲

### 第一讲：对销售的正确认知

引入：你最想成为什么样的销售？

#### 一、专家级销售所需要肩负的角色

1. 劳动者
2. 技术员
3. 艺术家
4. 科学家
5. 外交家

#### 二、销售人的三大不相信定律

1. 销售与产品没有太大关系
2. 销售可以高价成交
3. 销售是我最幸福的事业

### 三、销售三步曲

1. 推荐
2. 成交
3. 服务

### 四、销售成功的八项要素

1. 积极的人生心态
2. 宁静健康的心灵
3. 讨人喜欢
4. 建立良好人际关系
5. 完整的产品/客户知识
6. 介绍产品/服务的技能
7. 处理客户意义的能力
8. 有效的时间管理

### 五、专家级销售的修炼之路

1. 专家级销售技术的来源
- 2. 专家级销售技术的三大能力树**
  - 1) 把握人性
  - 2) 卖点呈现
  - 3) 需求引导

## 第二讲：把握人性——SMPC 性格分析法

现场互动：人物性格分析现场测试，小组成员填写分析表单，得出自己 SMPC 人物性格

### 1. 性格分析现场解读

案例分析：从影视作品中分析角色性格

### 2. 客户性格行为模式的分类

1) S：多血质（活泼型）

2) M：黑胆汁（完美型）

3) P：粘液质（和平型）

4) C：黄胆汁（力量型）

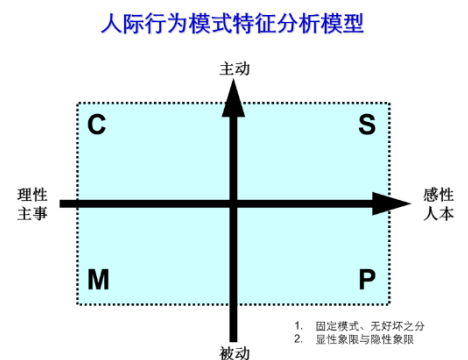
案例讲解：四种客户性格类型的应对方式

1) S-活泼型

2) C-力量型

3) M-完美型

5) P-和平型



## 第三讲：卖点呈现——FABE 专家级销售呈现

案例引入 1：解救人质

案例引入 2：李云龙练兵

### 一、理解企业和客户的思考

案例分析：星巴克如何让消费者从理智、感觉到心灵的变化

工具解读：FABE 专家级销售呈现工具解读

特征 F-feature

优点 A-advantage

利益 B-benefit

证据 E-evidence

**课堂实操：**分组现场研讨+互动+讲师讲解，让销售团队快速梳理企业产品的 FABE，并分组讲解，讲师点评，团队快速掌握专家级销售呈现的方法

**案例分析：**FABE 与在广告中的应用——三菱空调、POLO、南孚电池、好劲道的 FABE 应用案例

**课堂作业：**现场制作出企业的 FABE 分析表

## 二、三种事业形态销售流程

### 1. 产品型销售：

销售准备——市场推广产品销售——使用

### 2. 服务型销售：

销售准备——市场推广产品销售——商务谈判——服务准备——服务实施——客户认可

### 3. 方案型销售

销售准备——客户沟通谈判技术——商务谈判——服务准备——服务实施——客户认可

## 三、企业内部的五类采购决策者分析

1. 总经理：经济决策

2. 技术部主管：技术顾问

3. 运营部主管：使用者

4. 财务部主管：财务核算

5. 采购部：采购者

## 四、销售谈判团队的组成角色

1. 产品技术专家
2. 实施专家
3. 成本专家
4. 销售专家
5. 项目经理

## 五、客户购买的决策认三大认知

1. 客户的总价值模型
2. 交付：感知价值
3. 正确对待客户的认知

## 第四讲：需求引导——SPIN 专家式提问

案例引入：家庭主妇的启示——明确传统销售的错误认知

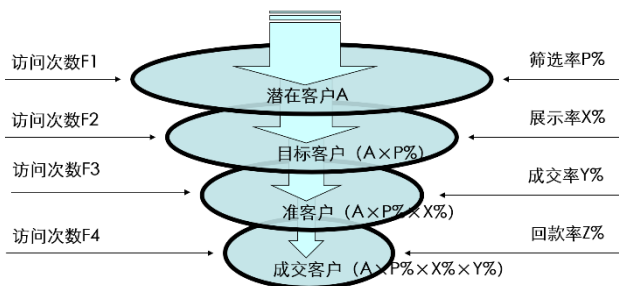
### 一、明确需求与潜在需求

1. 需求类型的判断

案例分析：复印机销售的启示

工具解读：销售过程的业绩漏斗

销售过程的业绩漏斗



$$\text{成功客户} = A \times P\% \times X\% \times Y\% \times Z\%$$

## **2. 发觉客户的潜在需求**

- 1) 潜在需求不能预示成功
- 2) 深挖痛，将问题深化
- 3) 潜在需求转化明确需求

**现场互动：**潜在需求问题现场判断

## **二、通往专家销售路上的 4 个认知**

### **1. 客户的拒绝与逆反**

- 1) 销售对话，拒绝与逆反
- 2) 心理防卫的生存本能
- 3) 逆反行为的五种表现形式
- 4) 消除逆反的 8 个提问技巧

**案例分析：**宁静买房

### **2. 建立专家级信用**

- 1) 销售员的信用从负值开始
- 2) 专家式发问：诊断式问题

**现场练习：**判断哪些是诊断式问题

### **3. 引发不满**

**工具分享：**起点终点法——引发用户对现状的不满

**案例分析：**卖保险案例

### **4. 专家式的开场白**

#### **1) 专家式开场白的六个步骤**

- a 明确开场白的目的
- b 始终以客户为中心

c 迅速进入主题

d 正确时间开始产品介绍

e 控制与客户的谈话比例

f 做好前期调研工作准备

2) 争取主动提问权

**案例分析：**伊能静的买房经历

## **六、专家级的提问技术**

**案例引入：**购买照相机的 4 个场景解读如何有效提问

**工具解读：**SPIN 专家式提问技巧

S：背景问题

P：难点问题

I：暗示问题

N：示益问题

1. 四类问题的潜在需求开发

## **七、SPIN+FABE 工具的组合应用**

1. 背景问题与 FABE 的组合，实现挖掘与项目呈现

2. 难点问题与 FABE 的组合，实现用户意识的提升

3. 暗示问题与 FABE 的组合，激发用户合作欲望

4. 示益问题与 FABE 的组合，促进用户快速合作

**现场演练：**团队分组参与，围绕企业的产品，编写出属于企业自己的完整 SPIN+FABE 提问

+呈现模型