
服务营销

一、你的行业竞争激烈吗？

- 1、行业同质化的今天靠什么去赢得客户？
- 2、行业战略层做品牌。
- 3、赢得客户的法宝：服务。

二、理解服务：

- 1、服务的概念
 - 以前服务的概念是：售后服务
 - 现代服务的概念是服务成为销售的前提
 - 什么叫服务
- 2、客户服务的重要性
 - 顾客不满的后果
 - 服务企业的核心竞争力
 - 服务是形象品牌的核心内容
 - 服务是顾客购买的关键因素
 - 回头客是怎么产生的
- 3、客户流失的八种原因
- 4、服务与有求必应的区别
 - 服务的四项基本原则
 - 服务不是一味的阿谀奉承

三、服务的差异化

- 1、王永庆卖米
- 2、铁匠老王的故事
- 3、竞争导致的服务差异化分享

四、服务营销中的沟通技巧

- 1、什么是沟通
 - 信息的传递与理解——实质是“送”和“收”。
 - 完美的沟通：接受者得到的信息与发送者发出的信息完全一致。
 - 有效的沟通：信息的传递+情感的交流
 - 2、沟通力与服务力的重要性
 - 3、沟通与表达的目的
 - 使你的想法、观念、点子、产品、服务等让对方接受
 - 达到提升双方关系、增进了解的双赢或多赢的目标
 - 辩论是最差的训练方式
 - 4、沟通三要素
 - 文字内容（7%）、声音语调（38%）、肢体动作（55%）
 - 文字表逻辑、声音传递感觉、肢体传达的是态度
 - 提升沟通力与服务力的关键
 - 5、同理心 6 原则
 - 同理心沟通技巧（快速建立亲和力）
 - 6、沟通问与答的技巧
 - 7、倾听的礼仪与技巧
-

8、沟通中的人物性格分析

- 活波型、完美型、力量型、和平型

五、服务营销之销售技巧训练

1、销售的原理及关键

- 程度—客户不知道的,你知道;客户知道的,你比她更清楚,更正确
- 范围—除了专业,还有多元化智慧
- 立场—你是帮客户“买”东西,不是卖东西给客户
- 行为—
 - ➔ 衣着\谈吐
 - ➔ 资料完备,精细
 - ➔ 回答疑难肯定与明快
 - ➔ 提供信息正确与及时
 - ➔ 解决问题能力与效率
- 销的是自己（为成功而打扮，为胜利而穿着）
- 售的是观（价值观）念（信念）
- 客户买的是感觉（是人和人、人和环境互动的综合体）
- 行销卖的是好处（即能给客户带来什么快乐和利益，能帮他减少或避免什么麻烦与痛苦）

2、人类行为的动机

- 决定销售成败的行为动机：追求快乐，逃避痛苦（两祸相衡取其轻，两福相衡取其重。逃避痛苦的驱动力是追求快乐的四倍）
- 痛苦加大法（找到痛苦点，然后在伤口撒盐）
- 快乐加大法（人们愿意为他最爱的人付出超过他自己，要善于借用给第三者的好处来达成交易）

3、面对面销售客户心理

4、如何开发客户

- 找到你的客户
- 不良客户的七种特质
- 黄金客户的七种特质
- 5、如何建立信赖感

6、了解客户的需求

7、如何介绍产品和塑造产品的价值

8、解除客户的反对意见

9、成交技巧

10、转介绍
