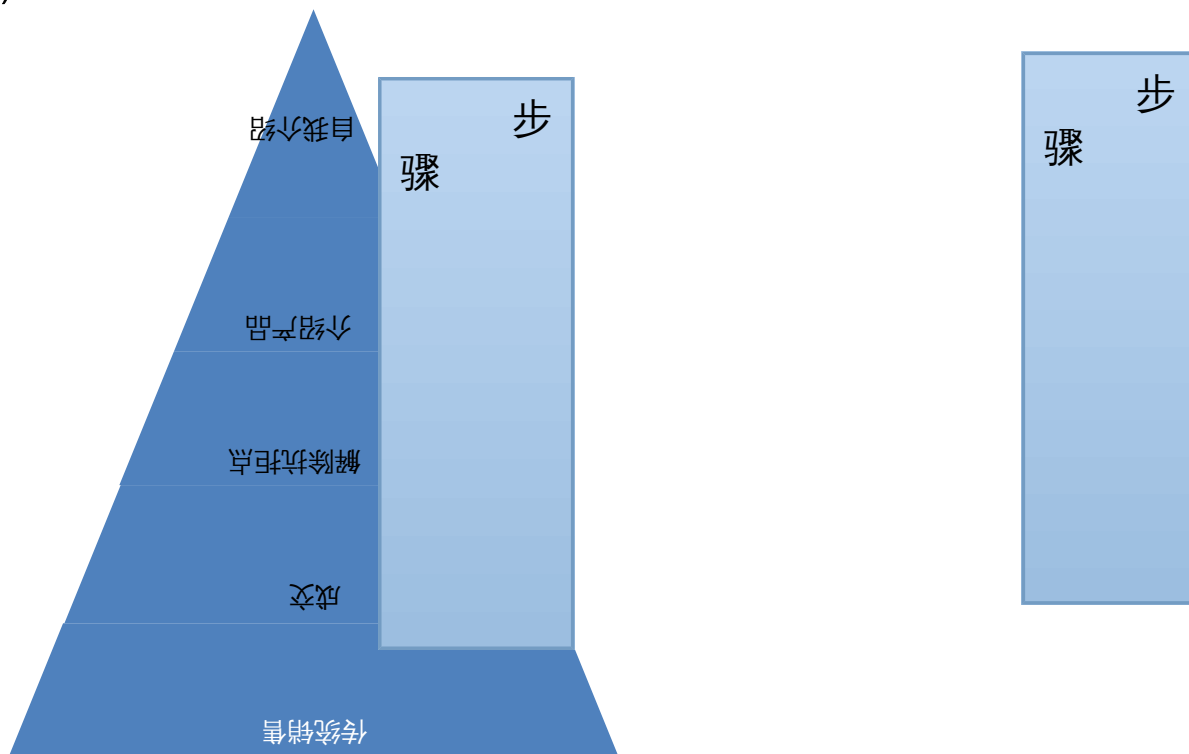


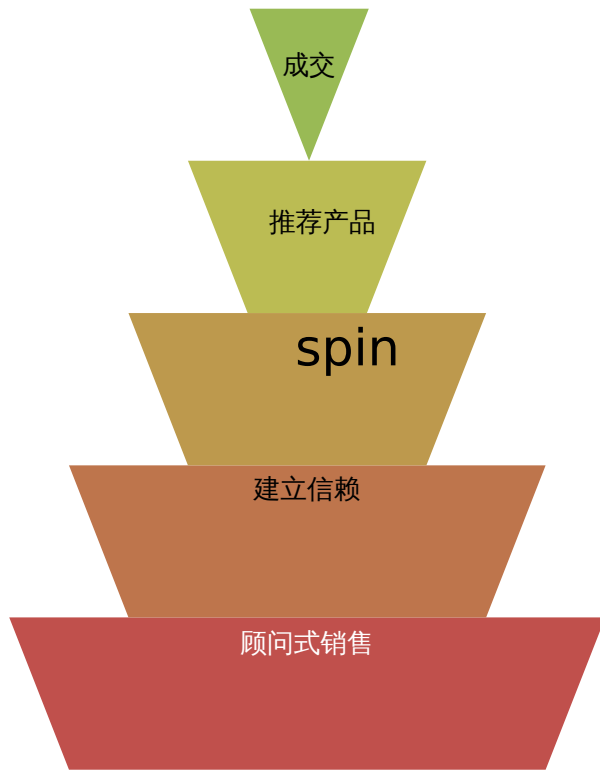
《顾问式销售》

主讲：王念山老师

课程背景 讲

顾问型销售是由全球顶尖销售技巧权威 SPIN 理论创造者 Huthwaite 公司通过销售实证研究，从成功销售员 35000 个销售案例中，总结出的针对客户销售的有效销售方法，目前在多数销售领域被广泛采用。与传统消费品销售采用的技巧不同，顾问式销售技巧的着眼点在客户内在问题的有效发掘，为客户解决问题为先导，赢得竞争，赢得客户对公司的信赖，实现公司产品的顺利销售。（传统销售与顾问式销售区别如图：从上至下）





多数传统销售只花费极少的功夫与客户认识，以为递上名片客户就认识自己了！而顾问式销售更讲究的是在售前花更多跟客户建立信赖与最重要的核心理论 SPIN 销售法的导入，从而达成顺理成章的推荐给客户需要的产品，不必在成交环节去反复纠缠客户以达成销售的目的。

课程主讲

销售人员

课程时长

2天(6小时/天)

课程主题	《顾问式销售》	培训目标及收益	<ul style="list-style-type: none"> ● 掌握顾问式销售技巧的精髓，领悟顾问式销售实践方法 ● 能把握住客户的真正需求，精准地抓到客户的要害，轻松创造业绩新高峰 ● 更容易或更轻松的面对客户的拒绝，营建健康销售心态 ● 实现拓宽视角，转换角度，从客户的角度来理解的心态和想法 ● 彻底完成从产品高手向销售顾问进行角色转变 ● 掌握了解客户心理和影响购买的技巧，让客户接受自己、影响客户购买决策 ● 学会如何根据客户的需要，提供适合的解决方案 ● 建立自信，学会与客户决策人打交道 ● 学会分析购买障碍，并因势利导地化解 ● 全面准确了解客户的真实需要，从价值出发，

			<p>使客户认同我们的产品与价格</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 有效处理客户异议并达成成交目的 ● 掌握建立个人信任度的最有效方法 ● 学会有效的售前规划 ● 学会运用提问技巧引导客户需求 ● 掌握获得客户采购承诺的有效成交技巧 		
序号	章	节	要点	教学方法	时长
1	顾问式销售基础理论篇	1) 顾问式销售的概念	✓ 程度—客户不知道,你知道;客户知道,你比她更清楚	思维导图/案例分析/小组互动	3小时
		2) 传统销售与顾问式销售的区别	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 		
		3) 销售、买卖的真谛	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 销的是自己 ✓ 售的是观(价值观)念(信念) ✓ 客户买的是感觉 ✓ 销售卖的是好处 	案例讲授/视频播放/小组互动	
		4) 销售中的中医理论	✓ 望闻问切新解	案例分析	
		5) 成交背后的客户行为动机	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 追求快乐的购买行为 ✓ 逃避痛苦的购买行为 	案例讲授	
		单元小结			
2	顾问式销售心态篇	1) 销售高手的狼性法则	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 销售高手都是有强烈的成功欲望和收入目标 ✓ 被人拒绝后能够迅速调整自己的心态 ✓ 对自己的企业和产品充满信心的3种方法 ✓ 高手与高手 PK 出高业绩 ✓ 只要有百分百的心态,就能找到无穷的犯非法 	概念讲授/例证分析/小组互动	4小时
		2) 从信赖自己的企业到信赖自己的产品		概念讲授/思维导图/小组研讨	
		3) 销售没有百分之百的成交率 被人拒绝千百遍,我的感觉像初恋			
		4) 毕马龙效应在销售心态上的运用		概念讲授/思维导图/小组研讨	
		5) 销售高手的自我激励			
		6) 销售高手的圈子效应		全场分组互动游戏	
		7) 成功之路			
单元小结					
3	顾问式销售实战技术篇	1) 开发客户 <ul style="list-style-type: none"> i. 客户资料的收集与客户档案的建立 ii. 开发客户的四大途径 iii. 开发客户的流程 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 牢记黄金客户的七大特征 ✓ 掌握核心的SPIN销售法 ✓ 根据客户情况问 	小组研讨	5小时

		iv. 开发客户的禁忌思维	题状况询问 ✓ 学会设计难点问题 问题询问 ✓ 结合客户与自己产品内含问题，会使用暗示询问 ✓ 学会设计需要回报的问题，会使用需求确认询问 ✓ 掌握 UPS 对比独特卖点 ✓ 学会排除客户抗拒点的四大方法	模板工具辅导分析		
		2) 初次约见客户--建立信赖感的三个基本原则与八项注意				
		3) 了解客户的需求 i. 沟通技巧 ii. 有效提问 iii. 痛苦或者快乐的行为动机挖掘				小组互动情景模拟/提问与研讨讲授/案例分析
		4) 介绍产品并塑造产品价值				
		5) 不能忽视的环节:与竞争对手做比较 i. 了解竞争对手情况 ii. 不贬低竞争对手 iii. 把握自己的核心点				
		6) 排除顾客的抗拒点				
单元小结						