

用结果说话,以实效为准,为目标负责,因为专业所以值得信赖

《顶尖销售高手实战技能提升》

主讲：吴兴波

课程背景

为什么相同的产品销售人员的业绩却天壤之别？为什么总是找不到对的客户？为什么销售人员总会被客户“摸底”？为什么销售人员跟单到最后总差一步之遥？为什么总是不能深刻理解客户的意思？为什么耗费了大量的时间却无法签单？为什么不能有效分析客户心理挖掘需求？为什么不能与客户价值共鸣快速成交？为什么按照流程做销售业绩却一直不理想？到底是哪里出错了？

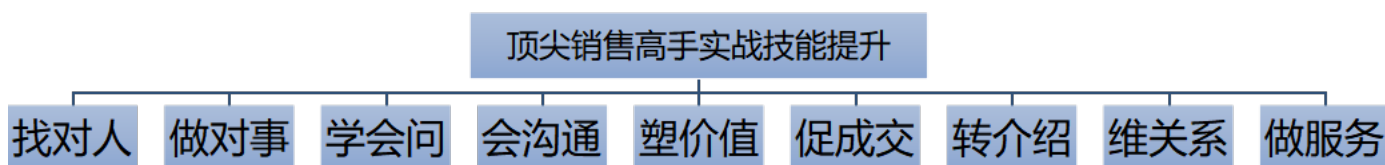
本课程根据以上销售问题，从销售实战的角度，教会销售人员找对人、做对事、分析客户心理、挖掘需求、提炼产品卖点、做到高效沟通、塑造价值促成合作，系统讲解销售中各环节的难点疑点问题，帮助销售人员梳理思路，提升销售业绩。

课程对象 全体销售精英/销售主管/销售经理

课程形式 实战讲授/互动问答/案例分析/现场讨论/模拟训练

课程时间 2天（每天6个课时）（时间分配：实战讲授60%，实战训练20%，调整纠偏20%）

课程架构



课程目标及效果

找对人，掌握如何找到对的人，对的市场，建立销售根据地然后扩张
做对事，掌握建信任攀关系拉近客户距离，解除客户异议的策略
学会问，掌握了解客户心理，找准并挖掘客户心理需求的方法
会沟通，掌握说对话、会沟通，学会听的销售关键，做好客户需求分析
塑价值，掌握介绍产品塑造价值的八大方法
促成交，掌握提出成交的最佳时机，掌握绝对成交的价格谈判技巧
敢要求，掌握要求客户转介绍的时机，及获取转介绍的步骤
关系好，掌握处理好客户关系的方法，培养客户忠诚度和阶段性关系管理
服务好，掌握服务的重要性和策略技巧，促进客户的再次购买

课程纲要

第一部分：找对人——开发重点客户拿业绩说话

一. 找对人，是成功的一大半

1. 客户开发，先思后干，狭路相逢_者胜
2. 销售需要思考哪3个问题？
3. 谁是客户？在哪？找出市场要销售的对象，对客户群体进行针对性细分

小组讨论：我们的客户都是谁？如何分类？

二. 拿业绩说话，抓大放小找重点

1. 寻找潜在新客户的5大方法是什么？
2. 找对优质客户的6大标准是什么？
3. 如何判断是否找到了对的人？找对人的5项表现
4. 找对人的主观与客观相互影响的3项要求

表格应用：优质客户判断的表格化标准分析

第二部分：做对事—运用策略建立销售信任

一. 良好的第一印象建立信任关系

1. 如何快速接近距离？运用微笑的力量
2. 如何建立并塑造良好的第一印象？
3. 如何给客户可以信任的感觉？
4. 如何递进销售过程中职业化-专业化-价值化-友情化？

视频分析：XX的第一印象建立的如何？该如何补救？

二. 给方法-运用策略建立信任解除异议

1. 建立销售信任的赞美三步法
2. 建立信任感的5缘4同步法则
3. 建立信任感的6大方法5个纬度

课堂互动：销售信任关系的建立方法有哪些？

第三部分：学会问—挖掘分析客户真实需求

一. 了解客户心理，帮助客户找到他认为最合适的

1. 分析客户的10大心理
2. 分析客户购买行为分析，购买前、中、后的心理活动
3. 分析消费者在不同阶段不同环境不同身份的购买心理

小组讨论：通过案例分析“xx”的当下心理想法来预判下一步的销售走向

二. 学会问，察看并判断客户真实心理

1. 学会问，先询问什么样的问题会让客户继续？
2. 客户销售问题清单列表？决策障碍清单列表？
3. 如何从客户表情与回答中整理客户的真实想法？

销售工具：客户问题一览表的提取与答案呈现

第四部分：会沟通—对接需求做好优势表达

一. 会沟通，建立客情关系决胜销售

1. 如何克服销售沟通的9大障碍
2. 销售沟通有哪4种状态应用？如何用？
3. 如何听？听什么？怎样听出客户的真实心理？

模拟演练：听出XX在沟通中的三个心理表现

二. 说对话，说准我方优势特点

1. 如何把话说对？说对话的目标与4个原则
2. 说对话的黄金定律与白金定律
3. 说对话的信念与5个基本法则

案例分析：专业话术语与大白话的区别应用

第五部分：塑价值—解决方案塑造客户心理价值

壹. 如何进行解决方案的精准介绍

1. 如何描述解决方案塑造价值？
2. 以客户为导向做好解决方案优势分析如何开展？
3. 如何强调独特性？塑造客户心理价值的3+2+1模式介绍法
4. 如何强调“值”？不要让客户信任你，而要信任证据

话术提取：用一句话说出客户需要的方案(产品)价值

二、根据客户需求塑造产品心理价值

1. 如何提炼一针见血的产品卖点？如何用 30 秒精准介绍产品塑造价值？
2. 如何运用 FABE 介绍法，掌握产品特点、优点、好处、证据对成单的影响
3. 如何塑造价值？如何做做好策略建立价值感觉？
4. 适度灵活运用“维纳斯”法则让客户更加信任

小组讨论：维纳斯法则在产品介绍中的作用方法

第六部分：促成交—绝对成交的双赢谈判技巧

一、提出成交的最佳时机

1. 什么是谈判？如何判定谈判的成败？如何把控谈判的进展？
2. 如何发现客户心理的发展方向？
3. 如何试水温并做好让步空间？
4. 如何察看顾客表情捕捉提出成交请求的最佳时机达成绝对成交？

案例讨论：与某客户谈判成交的过程给你带来几个感悟

二、绝对成交快速谈判的策略运用

1. 如何掌握成交前、中、后不同阶段的谈判策略？
2. 如何运用绝对成交的八大方法快速成交？
3. 怎样探寻客户心理期望值？
4. 如何掌握以客户需求为核心的价格谈判技巧？
5. 如何报价就相信？如何让步即成交？如何快速成交？

视频分析：“值”的底线把控与应用

第七部分：敢要求—致胜未来的成交转介绍

一、要求客户转介绍的时机

1. 为什么需要客户转介绍？
2. 什么时间要求客户转介绍？
3. 什么类型的客户可以要求转介绍？

数据表格：客户转介绍的类别分类及期应用

二、敢于要求获取客户转介绍的方法

1. 敢于要求，尽力收集转介绍客源，客户不愿转介绍怎么办？
2. 客户不愿转介绍的原因是什么？集中火力开发重点目标客户
3. 如何快速达成转介绍客户合作？请现有客户扮演桥梁
4. 销售是先开枪还是先瞄准？世界上最重要的一位顾客是谁？

案例讲解：xx 的转介绍案例分析

第八部分：关系好-客情关系的管理与维护

一、客情关系的建立与维护

1. 什么是客情关系？我们需要什么样的客情关系？
2. 关系的定义：关系=金钱+时间+面子
3. 客情关系的三大核心：信任、安心、价值
4. 公司、个人、风险对于客情关系信任度的影响有多大？
5. 如何判断你和客户关系亲近度的方法？

表格工具：客情关系带来的销量与质量的 PK

二、从满意到忠诚的客情关系管理

1. 需要满意度？还是需要忠诚度？
2. 如何有效处长客户生命周期？客户满意的 5 个层次
3. 如何挽回“死”掉的客户？如何“锁住”关键大客户？
4. 加强客情关系的具体方法？维系客户忠诚的 6 大关键？
5. 客户忠诚的坚守，如何从你我的关系变成我们的关系？

分组讨论：如何管理并延长不同生命周期的客情关系

第九部分：服务好—再次合作的未来根基

一、决胜未来销售的客户服务

1. 在产品同质化的今天，我们靠什么赢得市场？获取利润？
2. 交朋友难，失朋友容易，获得一个新顾客比留住一个已有的顾客花费更大
3. 不满意的顾客比满意的顾客拥有更多的“朋友”？
4. 顾客有充分的选择权力，如果你不去照顾你的顾客会是什么样的结果？

案例讨论：顾客不总是对的，顾客错了怎么办？

二、客情关系的维护与服务

1. 如何做到优质的客户服务？怎样不让客户有抵触情绪？
2. 服务的基本语言的统一，良好的语音、准确的语感、节奏的安排、适当的肢体语言
3. 语言清晰度、专业度、亲和力，来有迎声，问有答声，走有送声
4. 用心服务.尊重对方.换位思考，调整自己的说话风格

案例分析：客户投诉的流程梳理与解决办法汇总