

《销售方案设计与呈现实战技巧》课程教学大纲

课程名称：《销售方案设计与呈现实战技巧》

课程性质：公开课/内训

课程学员：区域经理、业务经理

教学时数：学时：1-2 天（6-12 小时）

课程简介：

- ◆ 明确销售方案呈现的目的——推动销售实现
- ◆ 掌握说服性的演讲内容设计方法
- ◆ 掌握现场呈现准备、开场、内容演讲、回答提问和交流、收场的技巧
- ◆ 掌握提高个人演讲感染力的方法
- ◆ 掌握设计一个专业呈现方案的技能!
- ◆ 展示您在众人面前呈现时的专业、自信的形象，获得众人的好评与合作；
- ◆ 了解个人专题演示过程中的障碍，了解听众的权利与需求；
- ◆ 掌握如何明确演示项目的背景状况，如何起草演示的内容情节和设计沟通策略；
- ◆ 准备有效开场白和计划达成共识的结尾，习惯于面对及回答问题

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

确保效果的培训方式

① 课程时间分配：

理论讲解 30% 实战练习 20% 课堂互动 10%

重点案例 30% 工具使用 10%

② 理论讲解结合学员的互动参与。采用“行动学习法”，针对工作中存在的问题，采取：理论讲解、提出问题、理论归纳-转变为学员的实操工具或流程。

③ 整个培训包括案例分析、现场解答让学员在紧张、热烈、投入的状态中，讲授的观点简单实用，容易掌握记忆，学员可以掌握相关的理念、工具和方法。

教学纲要：

第一章：客户需求挖掘

一、客户购买力的分析

1. 客户购买决策
2. 影响购买的因素
3. 产品性价比
4. 品牌影响力
5. 产品使用性能
6. 产品的体验感

7. 公司的营销政策
8. 售前售后服务
- 二、客户分析的方法及工具
1. 定性预测
 - 1) 购买者意向调查法
 - 2) 销售人员综合意见法
 - 3) 专家意见法
 - 4) 市场式销法
 - 5) 市场因子推演法
2. 定量预测法
3. 工具：数据分析工具应用
4. 工具：SWOT 分析使用
5. 客户的 RFM 分析法、
6. 客户的 CLV 分析法、

第二章：如何用 PPT 内容打动客户

1. 大数据时代的 PPT 设计
2. PPT 设计的色彩与风格
3. PPT 素材的来源与选择
4. 销讲 PPT 的四化法则
5. 销讲 PPT 的四种表现法
6. PPT 的结构与内容
 - 1) 如何理解金字塔结构
 - 2) 如何做到：虎头、猪肚、凤尾；
 - 3) 生动化：痛点、痒点、卖点、兴奋点；
 - 4) 好内容：产品旺销、价值体现、能卖货、逻辑性
7. 案例：可口可乐对 PPT 文本的审核
8. 工具：KISS 原则
9. 工具：PPT 模版资料库

第三章：沟通说服技巧

1. 销售是感性与理性交替的过程
2. 说服性沟通设计
3. 让人顺从的六大心理秘笈

4. 消除沟通障碍的方法
 5. 掌握客户的资讯
 6. 掌握客户购买程序
 7. 如何建立客户信任
 8. 产品展示技巧
 9. 工具：产品介绍的 FABE 法
 10. 案例：如何发挥团队力量
 11. 案例：如何化解尴尬气氛
- #### 第四章：销讲师的专业技能

1. 销讲在成交过程中的重要性
2. 销讲的三个步骤
3. 销讲的设计思路
4. 销讲前的准备
5. 销讲的演练与 PK
6. 产品销讲技能
7. 客户听众分析
8. 如何提高演说能力
9. 如何控制紧张情绪
10. 如何建立王者气场
11. 现场演练环节
 - 1) 口头语言技巧练习
 - 2) 肢体语言技巧练习
 - 3) 眼神的运用及练习
 - 4) 常用手势及练习
 - 5) 提高感染力的练习
12. 案例：小贾如何克服演讲技巧

13. 工具：设计话术的技巧

第五章：产品沟通的基本步骤

1. 步骤一：事前准备
2. 步骤二：确认需求
3. 步骤三：阐述观点
4. 步骤四：处理异议
5. 步骤五：达成目标
6. 步骤六：落地实施
7. PPT 制作的主要原则
 - 1) 每片最好 6 ~ 8 行
 - 2) 每行最好 6 ~ 8 个字
 - 3) 合适美观的字体和字号
 - 4) 美观的页面设计
 - 5) 每片最好一个主题
 - 6) 内容设计合理，有针对性
8. 产品解决方案的呈现四化
 - ✓ 故事化
 - ✓ 通俗化
 - ✓ 图形化
 - ✓ 场景化
9. 工具：卖点提炼技巧
10. 工具：5W1H

第六章：产品的演讲过程

壹、开场白

1. 称呼
2. 问好
3. 感谢
4. 自我介绍
5. 气氛调节

贰、演讲内容

1. 阐明意图
2. 明确观点
3. 以符合逻辑的顺序演讲
4. 核心内容展示

参、总结部分

1. 如何结尾
2. 结束时要集中听众的注意力—收缩性语句
3. 总结：回顾内容、强调重点、得出结论
4. 启发性问题
5. 工具：FBAE 介绍法
6. 工具：SPIN 介绍法
7. 案例：邦迪的产品故事化

第七章：产品演绎的“编”“导”“演”

卷、“编”

1. 活动策划
2. 主题确定
3. 专家讲解内容
4. 工作流程
5. 人员分工
6. 话术

二、“导”

1. 会场控制
2. 主持人
3. 对应服务
4. 会场布置
5. 吸引人的方法

三、“演”

1. 事前准备
2. 专业评审
3. 现场演练
4. 会议控制
5. 合作者

第八章：人际交往中的沟通技巧

一、如何克服“怯场”

- 1、人人都会专“怯场”的
- 2、寻找热情而友好的面孔
- 3、不把听众“放在眼里”
- 4、运用语言暗示减压
 - (1) 深呼吸法
 - (2) 自我放松法
 - (3) 闭目养神法
 - (4) 凝视物体法
 - (5) 萨尔诺夫挤压法
 - (6) 撞击法（释放能量法）

二、演讲中的“手、眼、声、步”法

三、沟通中的“听、说、问”能力

1. “听”的能力
2. “问”的能力
3. “说”的能力
4. 如何赞美人
5. 工具：人际交往中的肢体语言
6. 工具：发音吐字的方法
7. 案例：邓普方在合肥残联