

大型商业中心招商与谈判实战技能

课程背景：

学好谈判对公司来说，对外-在业务面利润增加，对内-效率会提高主管。因此不仅仅是销售人员要学谈判，每个人都不可避免谈判。本课程从人性出发,打破许多人对谈判的畏惧,不谈理论直接告诉你如何做。本课程由多年培训经验的老师担任授课，帮助大家一起从谈判的基本认识开始，用生活化及丰富案例来学习，活泼生动的教学方式，大量的互动演练让大家从做中学，学完后即可带到岗位上使用，达到培训的最大效果。

授课对象：门店经理、店长、销售、招商人员

课程收益：提升学员的谈判知识与技巧,协助企业顺利招商；掌握谈判技巧,避免走入谈判不利的陷阱。

培训课时：1-2 天

课程收获：

1、理论知识方面

- 1、 B2B 的顾问式营销 2、 客户开发十大思维
- 2、 SPIN 模式的运用 4、 高端产品销售的 FBAE 法则
- 5、 谈判心理学谈判 6、 中常用的工具 ①多因素评分法
- ② 谈判的解题模型 ③关键路径法
- 7、 客户的组织结构与流程解读

2、能力技巧方面

- 1、 深入挖掘客户的潜在需求
- 2、 如何搞定企业关键人
- 3、 增加客户重复购买率和转介绍、
- 4、 商务谈判是客户的心理分析与对策、
- 5、 如何唱白脸红脸
- 6、 报价的五个前提
- 7、 谈判中的压价方法
- 8、 签约成交的 4321 法
- 9、 解除客户抗拒的十种方式
- 10、 客户成交的 22 种方法

。 。 。 。 。

3、确保效果的培训方式

① 课程时间分配：

理论讲解 40% 实战练习 20% 课堂互动 20%

重点案例 10% 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—头脑风暴-分组 PK-老师专业点评-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、角色扮演、影视片段、情境模拟、互动游戏、团队竞争等形式，让学员在紧张、热烈、投入的状态中，体验什么是以客户为导向的客户开发，如何步步为赢的进入顾客内心，最后取得商务谈判的结果。讲授的观点简单实用，容易掌握记忆，学员可

以系统地学习相关的理念、原则和方法，可以学完就用，而且用之有效。

课程内容：

第一部分：望-知彼知己,百战不殆

一、第一次见面就让客户喜欢你

1. 谈判沟通的正确模式
2. 非语言沟通法则
3. 察觉客户的真正想法-同理心
4. 用赞美让对方爱上我们

二、招商谈判四大流程

1. 定位-了解自我需求,筛选目标客户
2. 准备-事前收集资料,找出客户需求
3. 拜访-确认目标,出门拜访
4. 收尾-签订合约,双赢获利

三、招商宣传谈判四个要点

1. 引起注意
2. 激发兴趣
3. 增强欲望
4. 适时结束

第二部分：找出信息挖掘需求

一、利用百度指数分析

1. 多维度分析关键词热度及其变化

2. 百度指数概况分析
 3. 百度指数热点趋势分析
 4. 百度指数-需求分布分析
- 二、挖掘其它信息的途径
1. 其他网络平台数据分析
 2. 政府网站分析获取信息
 3. 上市公司年报分析获取信息
 4. 专业调研公司报告
 5. 行业报告
 6. 商协会行业协会
 7. 产业链分析

。 。 。 。

讲解：如何见微知著、窥一斑而见全豹，讲师通过亲身实践、大量案例教会学员具体的方法，省时省力、即学即会，实操见效。捕捉行业信息挖掘更多商机。

第三部分：让客户不得不买单的说服术

一、谈判说服技巧

1. 说话的艺术
2. 说服的法则
3. 说服能力演练

二、谈判的筹码与让步技巧

1. 什么是谈判筹码
2. 让步的艺术
3. 筹码与让步的关系

4. 如何拉高自己的谈判筹码

三、提问的目的与方法

1. 引起注意
2. 找出需求
3. 传达想法
4. 引导思考
5. 5W1H 法则

四、提问注意事项

1. 简洁
2. 掌握时机
3. 具体
4. 提问不是盘问
5. 引起共鸣
6. 沉默

第四部分：招商沟通的基本步骤

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
- 7) 工具：卖点提炼技巧

第五部分：招商演讲过程

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

第六部分：招商介绍会的“编”“导”“演”

壹、“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

第七部分：招商中的沟通技巧

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

第八部分：客户行为语言的心理分析

1. 眼神的分析与判断

2. 面部表情的分析与判断

3. 肢体语言的解读

4. 语气语调的分析与判断

5. 客户公司地位的判断

6. 客户办公场景的解读

7. 客户服饰的解读

8. 案例：WTO 谈判的启示

9. 案例：梁总的肢体语言

第九部分：不同类型的客户心理分析及对策

1. 犹豫不决型客户

2. 脾气暴躁型的客户

3. 沉默寡言性的客户

4. 节约俭朴型的客户

5.虚荣心强的客户

6.贪小便宜型的客户

7.滔滔不绝型客户

8.理智好辩型客户