

《营销的主要流程与顾问式营销》课程教学大纲

课程名称：《市场营销管理与创新》

课程性质：内训/公开课

教学时数：学时：1-2 天

培训学员：营销管理层

课程简介：

第一章：新营销的创新与实操

1. 互联网时代 6P 向 6C 的转变
2. 中国营销四十年的变迁
3. 人工智能、大数据、微信、抖音构成新营销
4. 场景营销化、体验营销的发展
5. 新生代消费者心智发生的变化
 - ✓ 两级级化消费趋于淡化、品质生活深入各层
 - ✓ 物质属性降低精神属性上升
 - ✓ 消费者进一步确权
 - ✓ 社交购物两不误
 - ✓ 易受评价影响
 - ✓ 面子大于里子
 - ✓ 热衷分享反馈
6. 如何增强客户体验感
7. 什么是全网营销
8. 市场的消费升级
9. 营销变化的关联因素
 - ✓ 商业模式的变迁
 - ✓ 营销与资本的介入
 - ✓ 营销工具的升级
 - ✓ 消费者理念的更新
 - ✓ 营销环境的三化:移动化、场景化、碎片化

第二章：客户的拜访的系统知识

1. 销售拜访的常见错误
2. 拜访前的准备
3. 业务人员的精神面貌
4. 如何自我介绍
5. 邀约障碍排除
6. 随时小心我们的“雷”
7. 提问的常见类型
8. ① 暖场类问题 ② 确认类问题 ③ 信息类问题
9. ④ 态度类问题 ⑤ 承诺类问题 ⑥ 顾虑类问题
10. 我们会听吗？
11. 我们会说吗？
12. 我们会问吗？
13. 工具：介绍产品的 FABE 模式
14. 工具：spin 销售法
15. 案例：如何建立产品的信任状

第三章：客户拜访的主要流程，

1. 拜访线路，
2. 成功预约、
3. 销售工具包、
4. 客户资料、
5. 产品知识、
6. 目的及上司承诺、
7. 服饰、仪表、精气神、
8. 合同、
9. 话术准备。

第四章：产品成功展现

壹、销讲注意事项

1. 要有目录-金字塔结构
2. 方案要经得起考问-论据及推到过程
3. 上下逻辑有串联
4. 策略可执行
5. 销讲中的团队唱双簧
6. 做会议记录、对问题进行追踪答复

二、题案折的个人素质

1. 成功源于自信
2. 充分的准备与演练
3. 现场内容熟记于心不念 PPT
4. 少看屏幕多看人
5. 让客户记住核心几句话
6. 语速不要太快

三、销讲演示过程

1. 很好的开始-虎头
 2. 过程的控制-猪肚
 3. 完美的收尾-豹尾
 4. 不同层级的沟通方式
 5. PPT 文本设计的主要原则
 6. PPT 十大忌
 7. 如何打动客户
- ✓ 一个热点
 - ✓ 一段视频
 - ✓ 一个样板
 - ✓ 一套数据
 - ✓ 一次发问
 - ✓ 一段赞美
 - ✓ 一次互动
 - ✓ 一个场景

第五章：客户的心理判断

壹、客户行为与心理

1. 客户需求理论
2. 购买场景与心理
3. 客户的购买动机
4. 客户购买的兴趣点
5. 购买的一般心理过程
6. 需求性购买动机和心理性购买动机
7. 购买动机的可诱导性
8. 购买决策心理
9. 知觉在营销活动中的作用
10. 感觉：视、听、嗅、味、触觉等。

贰、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：邓总的肢体语言

三、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

第六章：顾问式销售的特点及操作

1. 什么是顾问式销售
2. 顾问式销售 VS 传统销售
3. 顾问式销售的特点
4. 顾问式销售的核心步骤
5. 如何提高客户利润
6. 利润增长提案 PIP 数值
7. 利润增长提案内容
8. 顾问式销售的要素
9. 顾问式销售操作过程
10. 使买方说得更多
11. 使买方更能理解你
12. 使买方遵循你的逻辑去思考
13. 使买方进行有利于你的决策
14. 顾问式销售的基本要素
15. 顾问式销售的流程
16. 顾问式销售应注意的问题
17. 顾问式销售的应用技巧
18. 提问的常见类型
 - 1) 暖场类问题
 - 2) 确认类问题

- 3) 信息类问题
- 4) 态度类问题
- 5) 承诺类问题
- 6) 顾虑类问题
19. 倾听技巧
20. 解决拒绝技巧
21. 解决方案呈现技巧
22. 工具：问话的六大模型
23. 案例：客户需求的挖掘

第七章、如何建立信任感

1. 营销人员的精气神
2. 如何寻找契合点
3. 营销人员穿着与仪容
4. 营销人员表情与动作
5. 语言节奏与语音语调
6. 守时守信信
7. 证人与证言
8. 专业性的体现
9. 辅助资料和工具
10. 信任感的具体体现

第八章：顾问式营销的成交

1. 消费者心智解读
2. 购买动机解读
3. 如何营造成交氛围？
4. 客户成交预测五步法
5. 成交的七大信号
6. 成交的二十二种方法
 - 1) 直接要求成交法
 - 2) 非此即彼成交法
 - 3) 特殊让步成交法
 - 4) 最后机会成交法

5) 激将成交法

6) 假设成交法

7) 小点成交法

8) 保证成交法

。 。 。 。

案例：“倔处长”是如何突