

PSS 掌控客户成交的专业销售技巧训练营

---500 强高绩效内部授权课程

Professional Selling Skill Training

一：中国企业销售业绩不佳的“九个问题”！

1. 问题一：销售就是推销，多跑客户业绩自然好！
2. 问题二：销售人员一定要有行业背景与经验，没有经验就不用！
3. 问题三：能做销售，性格是第一；能说会到善人际，销售才能成功！
4. 问题四：只要业绩结果好，过程不管或无所谓！
5. 问题五：业绩好者就是未来经理人选，业绩强人就是管理强人！
6. 问题六：搞定客户采购就能成交！
7. 问题七：追逐容易合作的客户，忽略客户漏斗管理；
8. 问题八：强行说服，靠勤奋和“混个脸熟”等成交！
9. 问题九：重视客户增量，不重视客户存量和挖潜，业绩波动性大！

二：本课程对企业的价值与承诺：

1. 好的销售行为习惯是业绩的持续保证，“PSS”帮助企业销售人员建立好的习惯；
2. 先规划后行动，先分析后精进，销售成交率将循序上升，提升销售人员行业竞争性；
3. 重新整理营销观念，**营销不是“卖，而是“买”，帮客户买**；
4. 销售人员从此清晰自己的销售工作步骤，每一步都是为成交加分，逐渐掌控成交；
5. 熟练掌握客户分析模型，**精准把握客户的痛点、兴奋点、期望点**；
6. 能有效打通内部关系链，建立客户关系发展路径，建立客户关系偏好；
7. 如何**根据客户开发计划建立“PSS”流程化销售**，促进客户主动成交；
8. 认识自己的短板，给自己一个标杆，开始挑战自己！
9. 掌握 500 强 **OGSM,成交步,FABE,kCSS** 等分析工具，量化销售行为；

课程提纲：

第一单元：市场营销思维与销售行为学

1. 市场经济下企业的生存法则
2. 如何建立市场赢思维
3. 营销成功的关键要素
4. 营销的六个观念转型
5. 什么样的营销思想决定销售绩效
6. 工具：营销思维能解决销售的关键问题
7. 方法：准---客户需求分析力
8. 方法：稳---流程化销售力
9. 方法：快---客户满意的成交力
10. 方法：久---客户关系发展力
11. 工具：掌握客户需求就掌握销售主动权
12. 方法：客户购买动机行为路径图
13. 工具：客户购买行为学-AIDMAS
14. 方法：以客户为中心的销售行为学
15. 工具：专业销售行为学的关键问题
16. 总结：营销不是“卖”，而是“买”
17. 案例：IBM 营销思维
18. 案例：宝洁专业营销

第二单元：专业销售力决定成交力

1. 产品从企业到客户的关键要素
2. 方法：销售精英的成功要素-CASH 模型
3. 方法：销售精英的3个必备功课
4. 方法：专业销售的四个台阶
5. 工具：如何成为一个成交的结果掌控者
6. 总结：如何站在客户角度如何帮客户买？

第三单元：专业销售流程-掌握关键步骤

1. 客户专业销售的七步销售流程
2. STEP1:销售准备：没有准备就准备失败
3. STEP2:客户接近：如何把自己销售出去
4. STEP3:需求探寻：专业话术挖掘痛痒点
5. STEP4:产品展示：差异化竞争性认知点
6. STEP5:专业呈现：利益与愿景引导共鸣

7. STEP6:异议处理：抓住购意愿的关键时
8. STEP7:成交建议：成交促进与缔结
9. 成交步的四个焦点利益
10. 成交步的价值总结

第四单元：成交步 1-如何完善以结果为导向的销售准备

1. 什么是销售准备
2. 寻找客户的有效路径
3. 开发客户的渠道分析
4. 客户开发的清单设计
5. 如何做出有效的客户开发计划
6. 有备而战的五个关键任务
7. 方法：广泛的本业素养与社交常识
8. 方法与竞争对手的差异化对比分析
9. 工具：客户分类与需求识别
10. 工具：异议清单梳理与应对话本
11. 工具：销售关键道具与资讯说明

第五单元：成交步 2-客户有效接近与建立影响力

1. 专业销售的三个客户思维层次
2. 方法：如何与客户建立信任
3. 方法：如何让客户安心
4. 方法：如何在客户心中建立价值
5. 把握客户阶段性关心要点
6. 方法：接触中影响客户关键的“四个核心任务”
7. 工具：接触客户的六个步骤
8. 工具：专业接触与有效“开场白”
9. 工具：如何做专业的开场白
10. 实操：演练：如何做专业的开场白？

第六单元：成交步 3-客户需求探寻与购买理由确定

1. 认识销售链
2. 客户销售中的“挖金矿原则”
3. 客户需求结构中的金字塔
4. 专业询问与了解需求
5. 如何做专业询问
6. 专业询问的四种方法
7. 工具：开放式问题
8. 工具：封闭式问题
9. 工具：探寻式问题

-
10. 工具：引导式问题
 11. 工具：四种询问式的案例探讨
 12. 专业询问方式的利弊
 13. 专业询问的注意点
 14. 询问中的记笔记的方法
 15. 方法：有效询问的八个步骤
 16. 探询中为什么要重视重述？
 17. 工具：重述-一个有深度的探询
 18. 工具：重述方式演练
 19. 工具：探询中为什么做总结？
 20. 工具：总结对销售成功的作用
 21. 专业的销售聆听
 22. 工具：聆听技巧
 23. 不合格的销售聆听者
 24. 工具：有效聆听的两个聚焦点
 25. 工具：有效聆听的基本原则
 26. 工具：倾听与反馈
 27. 工具：如何形成客户需求描述卡！
 28. 工具：如何整理需求线索
 29. 总结：传统销售技巧与专业销售的分析

第七单元：成交步 4-产品（方案）展示与客户购买欲望强化

1. 产品展示的目的
2. 销售在这个阶段的目标
3. 聚焦客户的兴趣点
4. 产品展示的二个原则
5. 方法：产品展示的步骤
6. 方法：展示过程中的关键注意点
7. 工具：产品生动化展示技巧
8. 工具：数字法展示要领
9. 工具：条例式展示要领
10. 工具：触发情感推荐法要领
11. 工具：对比法展示要领
12. 工具：举例法展示要领
13. 工具：描绘语言影像推荐法
14. 产品情景展示的加减乘除
15. 成交步在这个阶段的障碍分析
16. 如何通过产品展示确定您客户定义价值的方式

17. 方法：产品展示中的八个情感触发器
18. 工具：客户的人际风格分析与应对
19. 工具：客户的人际类型辨析

第八单元：成交步 5-专业呈现与成交力

1. 不同专业呈现产生的不同效果
2. 说服力与信服力
3. 方法：如何做专业的说服
4. 工具：FABE 专业陈述说服技巧
5. 客户利益结构分析
6. 呈现利益的话术模式
7. 演练：列出公司业务或产品的十个利益陈述点
8. 方法：FABE 的有效运用法则
9. 工具：信服的三个核心按钮
10. 一：打动情感
11. 二：调动想象
12. 三：帮助理解

第九单元：成交步 6-异议处理与客户满意度提升

1. 什么是异议？
2. 正确认识异议
3. 面对异议秉承的态度
4. 异议的真假辨析
5. 案例讨论
6. 方法：七个典型异议的处理技巧
7. 工具：异议处理的流程
8. 异议与需求的发现
9. 工具：让异议推动成交

第十单元：成交步 7-成交促进与缔结技巧

1. 成功销售模式;2个 50%原则
2. 成交建议的内容与价值
3. 成交建议的注意事项
4. 建议的结构
5. 专业达成协议的技巧

第十一单元：成交步的回顾与整理

1. 现场演练：用 PSS 方法论向老师销售；
2. 总结：PSS 方法论的专业销售流程；

