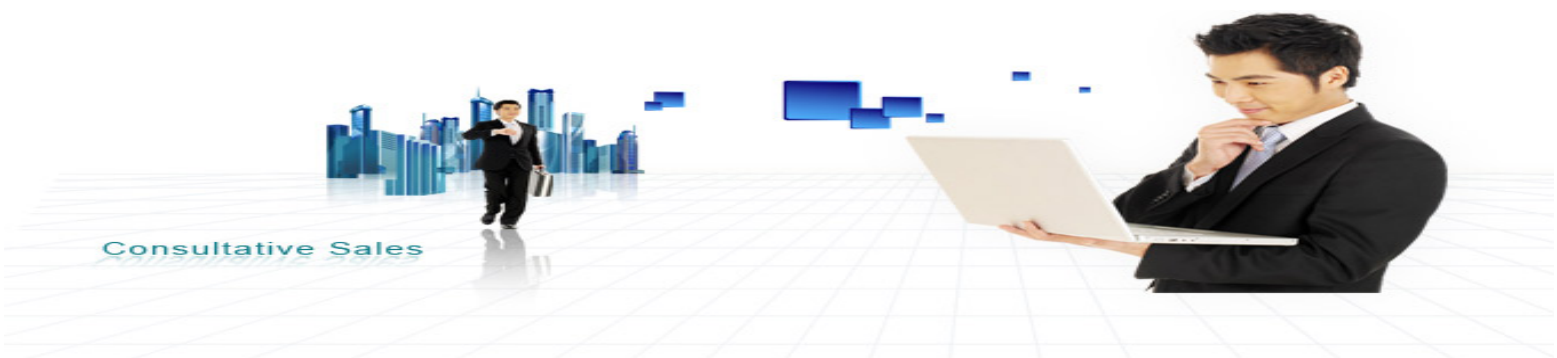


大单销售精英必备专业技能 2---

## 《CSST-The consultant sales skills Training》

# ---用脑拿订单-顾问式销售---

----500 强高绩效内部授权课程



---

## 用 PSS 建立销售习惯，用 CSS 提升销售效能！

### 一：销售人员客户开发与成交率低的原因统计？

1. 对客户背景资料的分析整理缺乏科学的收集方法，没有准备就准备失败！
2. 不重视对客户采购流程与购买环境分析，不能给客户最佳的建议！
3. 对销售行为和购买行为缺乏正确认识 and 对比，销售过程管理混乱！
4. 不会整理客户的需求结构，不能做出最佳的重要性排序，销售工作没有重点！
5. 对整个顾问式销售的各个阶段核心任务不清，跟不上客户的节奏！
6. 对 SPIN 的需求探寻技巧生搬硬套，对客户信息不能做出灵活的确定！
7. 销售话术使用临场发挥，依赖经验，不能再事前的功课中有效整理和演练驾驭！
8. 挖掘客户对问题和痛苦的关注话术技巧冲击力不够，客户购买的理由不充分！
9. 从 PSS 到 CSS 的学习过程不能很好地将工具使用，调动资讯的能力弱！

---

### 二：本课程对销售人员效能提升的价值与承诺：

10. 帮助销售人员清晰地建立客户购买流程和销售行为的对称性工作方法，销售计划性得到强化！
11. 重视每个客户的资讯和资料研读，把握一个方向，能有效而自信地去面对客户！
12. 提升客户需求的整理认识，在合作的框架内建立工作重点了，能做到有的放矢！

13. 让销售人员能看到客户的内部采购机制，能有效地建立客户开发的关系发展地图！
  14. 能根据公司的现状整理出开发客户的话术，熟练掌握 SPIN 的顾问式技巧！
  15. 能根据不同的客户对象整理出客户销售的重要信息，做出最佳的销售决策和排序！
  16. 熟练掌握客户跟进技巧，寻找突破点，实现竞争性销售！
  17. 能有效区分客户跟进的各个阶段，能专业地制定各个阶段的任务和团队协作机制！
  18. 掌握顾问式销售中最关键的细节管理。
-

课程提纲：

## 第一单元：以客户为中心的顾问式销售专业思维

1. 顾问式销售与传统销售的区别
2. 成功实现顾问式销售的最基本前提
3. 顾问式销售中的角色转变：从销售员到顾问
4. 讨论：B2B 产品销售与生活用产品销售的差别
5. 客户购买行为逻辑
6. 企业销售行为系统
7. 销售行为和购买行为的差异与关系
8. 正确的顾问式销售行为过程
9. 顾问式销售成功的要素

## 第二单元：顾问式销售的价值与要素

10. 客户的需求产生的过程
11. 客户痛苦与问题点
12. 客户需求与机会点
13. 客户期望与兴奋点
14. 客户需求的层次
15. 表面需求—合同条款
16. 实际需求—采购指标
17. 本质需求---解决方案
18. 案例分析
19. 客户采购循环和关注要素
20. 需求的优先顺序分析
21. 顾问式销售与专家行为
22. 如何建立顾问式销售沟通话术

## 第三单元：顾问式客户购买流程与销售流程

23. 认识和掌握客户采购的“六大步骤”
24. 发现需求
25. 内部酝酿
26. 组织决策
27. 评估比较
28. 购买承诺
29. 使用确认
30. 针对采购流程的“六步销售法”
31. 计划和准备
32. 接触客户
33. 需求分析
34. 销售定位
35. 赢取定单
36. 跟进服务

37. 如何确定客户的采购流程
38. 如何以客户的采购流程确定销售流程

## 第四单元：顾问式销售的难点突破与有效确定推动成交的关键要素

39. 难点 1：以客户为中心建立销售价值
40. 难点 2：准确确定客户的定位
41. 难点 3：客户面临的风险和顾虑
42. 难点 4：有效的销售话术与客户引导
43. 案例演练与突破
44. 确认客户需求的关键与要素
45. 收集客户背景信息
46. 分析客户的 SWOT
47. 预测客户潜在需求
48. 有计划规划客户开发
49. 了解客户现状
50. 发现问题
51. 分析影响与导致结果
52. 确定客户需求效益
53. 专业沟通说服
54. 引导客户承诺并确认成果

## 第五单元：客户的需求结构分析与顾问式需求探寻技巧

### 企业的三维需求结构

55. 应用及服务的需求
56. 技术及系统的需求
57. 关系及合作的需求

### 58. 客户个人的需求

59. 规避风险
60. 工作便利
61. 被上司赏识
62. 被大家肯定
63. 建立权威
64. 得到利益
65. 挖掘客户需求的销售话术沟通技巧
66. 销售对话所隐藏的探询路径
67. 购买循环的决策点分析
68. 决策点后的隐蔽需求
69. 演练

## 第七单元：SPIN 技术的需求挖掘方法

70. 状况性询问
71. 问题性询问
72. 暗示性询问

73. 需求效益问题询问

**第八单元: SPIN 运用关键—准备**

74. 引言

75. 为何顾客不认可产品优点

76. 如何从客户角度准备产品优点

77. 如何从新角度认识客户反论

**第九单元: SPIN 漏斗式挖掘过程**

78. 状况询问的目的

79. 问题清单

80. 如何有效使用状况询问

81. 问题性询问进阶

82. 问题性询问

83. 如何有效使用问题询问

84. 暗示性询问进阶

85. 暗示性询问的目的

86. 暗示性询问的对象

87. 暗示性询问的影响

88. 如何策划暗示性询问

89. 需求确认询问进阶

90. 需求确认询问的目的

91. 需求确认询问的时机

92. 有效使用需求确认询问

93. 需求确认询问的意义

**第十单元: 需求的满足与价值扩展**

94. 建立需求分析表

95. 概述总需求

96. 建立详细需求满足计划

97. 有效的过程跟进与反应

98. 获得客户的评价

99. 建立销售备忘录

**第十一单元: 顾问式销售应注意的几个关键问题**

100. 建立客户信任的关键细节

101. 客户需求分析架构

102. 面对面沟通中如何让客户愿意与您交流

103. 如何建立客户需求紧迫性的引导技巧

---

