



顾问式沟通与客户成交策略训练营

---如何成为掌控客户需求的专家---

-----500 强高绩效授权课程

一：课程特点：

- 是基于实际的客户销售与客户关系管理过程研究,由课程讲师在企业担任销售团队指导和咨询顾问的实际操作,经过系统而有实战的分析得出的结论;
- 是根据超过五年时间对国内销售业绩突出的客户销售与客户关系管理团队销售业绩和个人销售业绩的研究而编写的。
- 近两年来时间先后被数十企业企业采用过，验证这个课程的实效。
- 本课程成为企业销售人员必须掌握的课程。

二：课程目标：

- 厘清顾问式销售与传统销售的区别，建立以客户问题为导向和专家型销售策略流程。
- 掌握客户的关键顾虑和问题，推进成交、掌控成交。
- 从客户利益层面梳理客户的需求，确定重点，影响客户的决策和利益偏好；
- 把握客户异议处理的专业处理技巧，化异议为机会。
- 建立专业的客户需求逻辑分析能力，把握需求的结构和需求的分类；
- 如何与客户面对面销售的8个细节。

三：本课程核心结构：

- 掌握客户的需求关键要素
- 专业销售的5个能力
- 分解客户的购买的决策模式和决策行为
- 专业的顾问式销售
- 如何高效成交
- 建立可控的客户成交推进步骤

四：本课程学员将掌握以下内容

- 如何形成专业的销售分析和思考习惯
- 对不同客户的营销策略
- 如何掌握客户销售与客户关系管理的关键环节
- 专业的销售沟通流程
- 销售的呈现与客户影响力
- 建立客户关系链的认同和支持



五：本课程的课程提纲：

第一单元：企业盈利与客户营销的价值

- ◆ 企业持续发展由谁决定
- ◆ 如何获取竞争优势
- ◆ 客户环境与客户认知
- ◆ 客户的特点
- ◆ 客户需求与客户发展
- ◆ 我们在卖什么
- ◆ 产品的差异性表现
- ◆ 你卖的是价值,而不是产品
- ◆ 客户的关注点

工具演练：列出十个客户需求点演练：

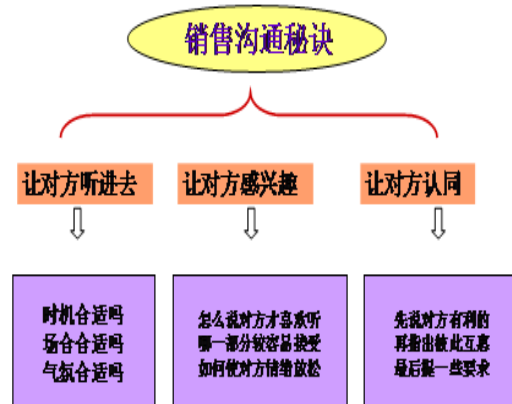
需求 Needs	特点 Feature	优点 Advantages	关键词 The key phrase	利益 Benefit

第二单元：顾问式销售与客户关系发展

- ◆ 什么是顾问式销售
- ◆ 顾问式销售与传统销售的区别
- ◆ 客户认知
- ◆ 谁是我们的客户
- ◆ 购买的决策过程
- ◆ 客户在购买中的考虑因素
- ◆ 客户需要我们提供什么
- ◆ 客户的购买影响
- ◆ 客户的购买流程

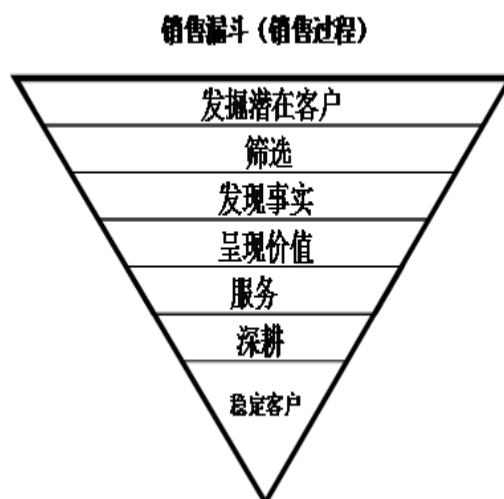
第三单元：顾问式销售人员的三个专业“功课”

- ◆ 一：客户分析与客户发展
 - ◆ 客户分析关键要素
 - ◆ 如何有效确定客户需求
 - ◆ 评估和筛选准客户
- ◆ 二：如何做好售前准备
 - ◆ 掌握全面的“知识包”
 - ◆ 制定充分的策略计划
 - ◆ 有效的准备流程
 - ◆ 营销前的四个影响力设计
- ◆ 三：如何有效接触客户
 - ◆ 梳理客户行为
 - ◆ 寻找关系“按钮”
 - ◆ 准确确定客户关系中的“角色”
 - ◆ 定位客户角色与关系发展计划
 - ◆ 如何影响客户对您的期待



第四单元：面对面的顾问式客户销售技巧

- ◆ 提问式引导客户
- ◆ 如何引导出客户的顾虑
- ◆ SPIN销售的流程
- ◆ 成功的启动的三步骤
- ◆ 打开话题
- ◆ 如何赢得客户的好感
- ◆ 投石问路—成功的SPIN需求调查分析



- ◆ 细节决定成败
 - ◆ 没有准备就准备失败
 - ◆ 资料的专业整理
 - ◆ 信息的专业表达
 - ◆ 面对面的专业呈现
 - ◆ 如何建立客户对您的专业感知
 - ◆ 如何向客户传递积极的态度
 - ◆ 如何与客户表达竞争对手的信息
 - ◆ 沟通过程的回顾
 - ◆ 创造性思考
-

培训方式：

- ◆ 培训主要以学员参与和工作经验分享的方式进行
- ◆ 为了确保学习的有效性，我们将采用讲解、小组讨论、案例分析、角色扮演和相关游戏活动等综合教学方法，满足不同风格学员的学习要求