

【塑造高价值，吸引式销售】

课程大纲

为什么好产品卖不出去？
为什么好展厅客户印象不深？
为什么好价格客户还是没感觉？

价值塑造不到位，客户怎能中意产品？
价值互动不出彩，展厅体验怎能出彩？
价值销售不出色，怎会感觉价格合适？

销售不是价格的销售，而是价值的销售。
产品不是静态的塑造，而是动态的连接。
会买的是徒弟，会卖的才是师傅。

为什么同样的产品，客户会感觉不一样？
为什么有的讲解，客户听的津津有味？有的却味同嚼蜡？
为什么有的销售，没怎么提出成交，客户就主动成交？

价值塑造，是所有销售人必须学习的重要技能。
价值销售的逻辑方法，是高手的杀手锏。
塑造高价值，吸引式成交，是销售的目标。

余木老师，依据20来年营销、培训、咨询等实战经验，提炼出价值塑造的实用逻辑方法，帮助销售人增强价值感，提升客户粘性，提高成交率，增加回头客。

【课程价值】：

- 1、提升企业产品价值，吸引客户成交；
- 2、提升销售专业形象，赢得客户信赖；
- 3、让产品服务更好匹配客户，增强客户粘性；
- 4、用价值促进签单，提升销售成交率；
- 5、价值降低价格敏感度，提升产品溢价；
- 6、价值塑造吸引回头客，提高转介绍。

【授课方法】：

理论与运用结合——用理论提升思维高度，用运用落地操作实践。
方法与案例结合——通过案例理解方法运用，通过方法梳理案例逻辑。
讲解与互动结合——通过讲解认知逻辑方法，通过互动提升理解运用。

一边讲方法技巧，一边教导话术；从实战中提炼方法，从案例中归纳技法。
一边归纳，一边发散；从现象中找到逻辑，从方法中发散运用。

每次授课，都会根据参训企业情况，结合参训行业案例，进行授课；
每次培训，都会根据现场学员情况，灵活互动，提升学员感知收获。



主讲老师：余木

资深营销操盘手

职业团队建设师

多家企业商业顾问

20多年营销操盘和培训咨询经验

15年大型营销活动操盘和顾问经验

为深度合作公司整体操盘营销发展

为不少公司策划营销战略战术战斗

为众多知名企业和特色公司培训

【课程大纲】：

一、价值塑造的价值——成交是塑造出来的

1、销售三部曲：

- 1) 顾问式销售+价值塑造+成交主张，三者融合销售法
- 2) 顾问式销售的价值威力和方法运用
- 3) 价值塑造的4大价值吸引
- 4) 成交主张的前提创造和时机把握
- 5) 顾问式销售中的价值塑造运用
- 6) 价值塑造中的顾问式销售运用
- 7) 价值塑造和成交主张的嫁接

2、价值塑造到位是成交的关键因素：

- 1) 价格是价值的体现，价格是对价值的感知
- 2) 塑造价值的如何把握 2 大行动目标？
- 3) 塑造价值的 4 大到位法则是什么？

3、价值塑造好处多多：

- 1) 价值塑造对企业有哪 6 大好处？
- 2) 价值塑造对客户有哪 4 大好处？

4、思维不同，价值塑造不同：

- 1) 产品介绍思维和价值塑造思维有何不同？
- 2) 营销常人和营销高手看产品有何不同？

二、塑造什么价值——价值的深度决定客户认知的高度

1、产品双面价值：

- 1) 产品的双面价值是什么？
- 2) 为什么要塑造产品双面价值？
- 3) 如何塑造产品双面价值？

2、如何塑造产品的 4 好价值？

- 1) 塑造产品应该要哪“4 好”？
- 2) 如果通过“4 好”赢得客户认可？

3、塑造价值的 6 大内容：

- 1) 塑造价值为什么是这 6 大内容？
- 2) 6 大内容如何让客户感觉重要？

4、塑造价值如何从优势特点到客户利益？

5、价值场景如何塑造？

- 1) 价值应该塑造哪些场景？
- 2) 价值塑造如何提升境界？

三、塑造价值思路——成交是专业讲解和有效引导的结合

1、价值塑造逻辑重点：

- 1) 价值塑造有哪 2 大切面？
- 2) 价值塑造如何把握 3 大重点？
- 3) 成交不仅源于专业讲解，更源于有效引导。

2、销售如何专业讲解：

- 1) 如何把握专业讲解的 2 个维度？
- 2) 如何运用专业讲解的 4 大内容？

3、销售如何有效引导：

- 1) 如何把握有效引导的 2 个维度？
- 2) 如何运用展厅场景链接客户心理？
- 3) 基于展厅场景的顺应式介绍话术
- 4) 基于客户心理的主动式引导话术

4、成交型价值塑造：

- 1) 什么是成交型价值塑造？
- 2) 成交型价值塑造的 3 大维度运用
- 3) 成交型思路设计：产品价值——客户利益
- 4) 成交型话术设计：介绍型话术——引导型话术
- 5) 成交型动作设计：销售动作——客户动作

5、塑造价值三部曲：

- 1) 教育客户认知提升认可度
- 2) 塑造产品卖点提升想要感
- 3) 塑造客户利益实现成交

6、教育客户认知：

- 1) 成交从教育认知开始
- 2) 教育客户 2 个层面认知
- 3) 站好教育客户的认知角度，赢得客户亲近
- 4) 教育客户的 2 大认知高度，赢得客户认可
- 5) 引导选购重点：归纳总结，和前呼应
- 6) 教育认知 4 大手法

7、讲解产品卖点：

- 1) 应该从哪些角度讲解产品？
- 2) 如何讲解产品卖点更专业？
- 3) 如何用信任背书讲解产品？

8、凸显客户利益：

- 1) 如何让产品与客户利益紧密关联？
- 2) 如何塑造与该客户相关的切实利益？
- 4) 如何塑造产品客户利益 4 大内容？
- 5) 如何展示自己的成交主张？

四、展厅讲解方法——展厅讲得好，销售很轻松

1、以点带面法：

- 1) 以点带面的逻辑
- 2) 展厅如何以点带面讲解？
- 3) 展厅讲解把握哪些点哪些面？

4) 展厅以点带面常用思路运用

2、三点式讲解法：

- 1) 麦肯锡电梯法则
- 2) 三点式讲解思维
- 3) 三点式讲解的 4 点价值
- 4) 展厅讲解三点式具体运用思路话术

3、生活化讲解法：

- 1) 生活化讲解的代入感
- 2) 描绘客户使用情景
- 3) 让客户想象生活场景
- 4) 生活化讲解情景话术

4、一体化讲解法：

- 1) 一体化的 4 大价值
- 2) 如何凸显展厅和服务整体性？
- 3) 一体化讲解的具体实操

5、体验式讲解法：

- 1) 如何引导客户互动体验？
- 2) 客户体验的 10 大方式运用
- 3) 如何让客户体验促进成交？
- 4) 客户体验讲解的话术运用

6、引导式讲解法：

- 1) 4 大引导式讲解
- 2) 如何具体运用引导式讲解？
- 3) 引导式讲解注意事项

五、价值塑造黄金法门——塑造有法门，越进越成交

1、FAB 塑造法：价值塑造最基本的法门

- 1) 价值属性原理；尽量不要只说好处，还要说原理。
- 3) 一般说辞和 FAB 说辞优劣比较
- 4) 分门别类表述卖点 FAB
- 5) 差异化特性 FAB 运用
- 6) 销售情境化 FAB 运用
- 7) 把缺点变特点，把特点变卖点

2、FABE——强力价值证明：信任背书

- 1) 客户 5 风险
- 2) 证明有 3 宝
- 3) 证明走 3 步

- 4) 证明 3 角度
- 5) 证明 9 方法

3、FBI 塑造法——冲击客户观念

- 1) 寓教于售的销售原则
- 2) 冲击客户观念获得客户
- 3) 冲击客户观念的情景故事
- 4) 冲击客户观念的声音动作
- 5) 冲击客户观念的道具演示

4、六步塑造法——价值塑造六脉神剑

- 1) 价值销售常见的 6 点不足
- 2) 销售的“第一原则”
- 3) 价值销售 6 步塑造方法和话术，结合案例讲解
- 4) 价值塑造 5 层表述
- 5) 价值销售 6 化方法操作
- 6) 好在何处 5 大维度和 4 种表现形式

六、价值塑造技法三宝——产品销售好不好，塑造技法很重要

1、提问引导——引起关注和思考

- 1) 用陈设和提问有什么区别？分别会产生怎样的效果？
- 2) 陈述变提问互动演练
- 3) 客户提问变反问互动演练
- 4) 提问的方式，不说正确的废话
- 5) 问什么？6 大问题见功夫
- 6) 提问引导 3 大注意事项

2、形象描绘——挖掘痛苦，给予快乐

- 1) 形象描绘的好处和底层逻辑
- 2) 如何形象描绘痛苦？
- 3) 如何形象描绘快乐？
- 4) 如何描绘之前的痛苦和拥有后的快乐？
- 5) 如何描绘购买的快乐和不购买的痛苦？
- 6) 如何描绘买我家的快乐和买他家的痛苦？
- 7) 如何描绘买品质的快乐和买普质的痛苦？

3、纵横对比——在对比中锚定成交

- 1) 5 类纵比显自己
- 2) 8 大横比赢对手
- 3) 3 种对比得客户
- 4) 5 种价值对比技巧和具体运用
- 5) 现场情境对比互动演练

七、价值塑造表达手法——同样的产品，表达不一样价值就不一样

1、列数字：

- 1) 把价值用数字表现出来，进行量化
- 2) 价值量化3层面内容操作方法
- 3) 列数字如何用好4个要素？

2、用概念：

- 1) 用概念和不用概念的话术对比
- 2) 用概念的5大好处，提升客户好感觉
- 3) 用概念的2大来由，让记忆有力量
- 4) 用概念的3大要求，让价值飞扬
- 5) 用概念的4大方式，增强价值感

3、善修辞：

- 1) 如何巧妙比喻塑造价值？
- 2) 如何在销售中让比喻脱口而出？
- 3) 如何类比产生价值联想？
- 4) 排比，排山倒海的力量
- 5) 价值塑造如何拟人，让价值可亲可信？

4、会引用：

- 1) 销售引用的妙处
- 2) 5种引用，增强价值说服力
- 4) 引用3要素

5、造好句：

- 1) 为什么销售要造好句？
- 2) 好句的有哪些价值特征？
- 3) 如何造好句增强价值感？

八、价值塑造逻辑法则和注意事项——价值塑造收放自如

1、产品卖点的表达逻辑：

- 1) 如何有条理地塑造价值？
- 2) 产品卖点讲解逻辑结构
- 3) 讲解逻辑具体运用公式话术和演练

2、产品卖点塑造法则：

- 1) 讲解顾两边
- 2) 优势三强调
- 3) 讲解四多少

3、价值塑造注意事项：

- 1) 价值塑造易犯的6个错误
- 2) 价值塑造3大关键

九、自我和团队价值塑造——销售人员如何凸显自己和团队

1、销售人员自我价值塑造的价值：

- 1) 拥有个人品牌有什么优势呢？5大好处
- 2) 销售人员个人影响力5大指标

2、个人形象包装塑造：

- 1) 个人3大鲜明形象塑造
- 2) 个人3大外在形象设计
- 3) 个人4大专业形象包装
- 4) 如何拥有一个闪亮的名号？
- 5) 需要拥有2大个人名言
- 6) 学后5招，塑造个人观点

3、自我和团队能力价值塑造：

- 1) 3大方面展现自我特长
- 2) 包装5类飘红业绩，获得客户佩服
- 3) 自我营销“9力”

4、自我和团队好评塑造：

- 1) 塑造6类好评，提升个人和团队好口碑
- 2) 4种方式，经营客户好评
- 3) 好评4个量化指标
- 4) 好评3大内容层次

5、自我和团队荣耀塑造：

- 1) 荣耀营销3大方面
- 2) 荣耀提炼14个角度
- 3) 荣耀展现3大要求
- 4) 7种方式展示荣耀证明