

《对公营销精要》课程提纲

针对问题

- 如何在客户无法说清的情况下获取和分析需求？
- 我怎样和不同类型的客户，都能顺利沟通？
- 我和客户的交往过程中，应该怎样发挥自己的优势？
- 我该如何挖掘客户在购买产品服务时，更深层次的需求？
- 客户有自己不同阶段的合作意向，我该如何去适应？
- 产品高度同质化的今天，我该如何让客户认识我们？

课程收获

- ◇ 学会使用多种方法来观察客户并采取相应的销售措施；
- ◇ “听话听音”，养成习惯对客户任何表述，都能揣测背后的含义；
- ◇ 训练高超的问话技巧找到客户的痛点对其施加有效的影响；
- ◇ 发掘客户表象后面真正的组织动机和个人动机；
- ◇ 通过“望”、“闻”、“问”、“切”，使自己可以模拟客户的个人决策思维；
- ◇ 善于总结提炼输出“标准”，让客户能够在同质化竞争中，记住我们。

学习内容

第一单元：营销切入与关系递进

- 客户自身的关系定位与心理潜意识
- 客户深度销售的线索与纽带
- 陌拜的基础、策略与跟进
- 如何透过表象贴近客户心理从而影响客户
- 深耕客户的思路、安排和章法
- 练习：见到这个客户，谈什么合适？

第二单元：分析客户、接近客户

- 学习了解客户、分析客户的工具
- 客户需求如何影响客户关系的定位
- 如何分析识别几种类型的客户
- 如何培养个人爱好匹配销售工作
- 金牌营销顾问应具备的几类业务能力外的知识
- 几类客户应对的销售方法综述
- 练习：还没见到客户，怎样识别客户

第三单元：销售风格与针对性营销演练

- 个人销售风格测试与优化
- 理解攻防套路，武装自己，调整自己
- 销售风格在不同阶段的不同演化
- 两种主要销售方式的核心要点
- 练习：拜访张总的必要准备……
- 谈判的关键策略、关键技巧

第四单元：内在实力与差异化技术拆解

- 深度分析行业精英的关键内在销售实力

- 内在销售实力拆解与演练
- 与客户打交道的规则与潜规则
- 深耕要点：从心理对等到利益捆绑
- 同质化市场的营销竞争关键点
- 演练：挑战高难度客户

第五单元：模拟客户思维，快速贴近客户

- “轨迹重叠”，亲近客户的第一步
- “片段回忆”，提升你大脑中的像素点
- “图式分析”，销售实战的心理博弈
- “情绪记忆”，你每走一步都会留下的印记

第六单元：望闻问切与“思拼”技法的点睛应用

- 听话听音，你确认你了解客户的意图吗？
- 用“思拼”打开与客户沟通的大门
- 客户“隐性需求”的基本表现形式
- 客户“隐性需求”快速解读与破解

第七单元：演练通关环节设置

1、分小组，各组学员根据事先确定好的行业客户分别设计约访企业法人、财务负责人的电话约访话术并参演练通关，点评；

【执行考察要点】：通过企业收集信息分析，是否准确找到能够激发客户见面意愿的话题，提升与客户见面成功率；

2、小组根据企业收集及分析的结论，如何拜访企业关键人（3-5分钟内如何得到客户的好感），演练通关及点评

【执行考察要点】：在3-5分钟内如何切入话题引起与拜访关键人的好感，展现自身专业形象，为下次拜访奠定基础。

3、根据拜访环节获得企业经营信息（发展瓶颈）及需求点（成本高等），如何满足解决企业客户的需求

【执行考察要点】：考察小组成员面对客户交流过程中提出的需求进行鉴定，提成合理的解决方案（单一产品呈现技巧与非金融需求解决思路）

课程时长：1-2天