



顾问式面对面销售技巧

课程背景

传统销售模式在新环境下的挑战：
营销理念升级：促销推销---合作双赢
客户：希望我们从产品提供商---解决方案提供者
潜在需求：只有通过挖掘和引导才能转为现实需求
同质化：建立紧密型合作关系是竞争的新方式
渠道效率：使客户进入我们的模式

课程目标

- 顾问式销售的基础
- 顾问式销售的几个阶段
- 顾问式销售技巧
- 管理客户关系及忠诚度

课程对象

销售人员

课程时间

2天

课程方式

授课 40%（互动引导）+小组练习 20%+现场模拟演练 40%

课程大纲

前言 销售面临的挑战

- 销售的方向
- 客户面临的风险
- 销售对话的难点
- 了解客户需求的重要性
- 发掘客户需求的策略

第一部分 认识顾问式销售

- 什么是“顾问式销售”？
- “顾问式销售”与一般销售的区别
- “顾问式销售”的特点
- “顾问式销售”学习方法
- “顾问式销售”指导方针
- 销售人员五问



- 顾问式销售人员的正确认识
- 顾问式销售的适用范围
- 顾问式销售人员的角色
- 顾问式销售人员与价值创造
- 顾问式销售人员应有之心态

第二部分 制定顾问式销售拜访计划

- 关心焦点
- 所关心的业务问题
- 中间商
- 最终用户
- 设定拜访目标的原则
- 有效的开场白
- 成功的开场白
- 强化来访的目的
- 信赖维持的支柱

第三部分 确定客户优先考虑的问题

- 问题的类型
- 开放式及封闭式问题
- 顾问式销售提问策略
- 咨询性的问题
- 何谓 SPIN 模式？
- 如何开发需求

第四部分 阐述并强化产品利益

- 特性及利益
- 强化利益点
- 展现增值利益
- 增值利益
- 四种增值利益
- 增值利益量化法则

第五部分 获得反馈并作出回应

- 取得客户反馈并做出反应
- 取得客户反馈的方式
- 处理负面反馈
- 负面反馈的类型
- 未能赢得客户的四大原因
- 了解客户的障碍



- 顾问式销售方式
- 如何建立信任
- 建立信任的行为
- 如何发掘需求
- 了解客户动机：任务动机和个人 动机
- 发掘需求的提问范围
- 发掘需求的有效聆听
- 如何有效提案

(有效提案 SAB、邀请客户参与、提案的关键时刻、积极主动出击、提案中的异议处理-LSCPA 原则)

第六部分 获得承诺

- 何时获得承诺
- 如何获得承诺
- 重述决策者优先考虑的问题
- 获得反馈
- 按客户优先考虑的问题阐述关键的利益
- 要求决策者做出承诺
- 请求决策者做出承诺
- 成交协商
- 等值交换

第七部分 综合运用：(情景演练)

- 运用一天所学，综合演练销售实战
(全文完)