



高端产品现场销售技巧

课程背景

- 在产品同质化、价格市场化、成本透明化、关系隐形化的趋势下，我们靠什么来决胜——高端产品，所有的导购员，都应该承担着销售高端产品的基本职责。
- 销售高端产品对公司意味着品牌的推广。奔驰代表的是尊贵，宝马代表的是驾驶的乐趣，法拉利代表的是速度，高端产品代表是健康生活的品质。
- 其实很多人之所以不敢或是不会销售高端产品，主要原因好是因为自己的意识不到位，高端顾客也自然是销售高档的商品。
- 其实对个人来说，销售高端产品也可以提高我们的销售能力、服务水平和收入。
- 对高端顾客而言，我们提供给他们更适合的产品，提供了美好的生活感受，他们的购买也会很愉快。

课程内容

本课程共分为 9 个部分，包括定位高端顾客，销售准备，开场话术，需求洞察，适当引导，价值呈现，异议处理，促成交易,情感建设。课程结合案例以及学员之间的互动练习，使学员循序渐进地掌握导购销售技巧。

课程目标

- 掌握对高端顾客的精准分析与有效应对方法
- 掌握引导高端顾客购买高端产品的技巧
- 掌握高端顾客 FABE 利益销售模式
- 提高销售人员销售高端产品的成功率，提升企业的营销业绩及利润。

课程特色

本课程为确保知识转化为生产力，采用仿真的案例研讨，让学员对所学的销售流程与销售技巧融会贯通，真正做到学以致用。在课程中采用大量的实战演练，来考评学员。

课程对象

城市经理、销售主管、销售代表、城市督导

课程时间

1-2 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

思考：



- 为什么我要卖高端产品？
- 有人会买高端产品吗？
- 为什么我的高端产品卖不好？
- 我怎么才能卖出高端产品？

第一部分 定位高端顾客

- 高端产品自然就要找高端的顾客，高端顾客的特征：
 - 收入
 - 年龄
 - 穿着打扮
 - 说话习惯
 - 性格特征
- 高端消费群体对产品的需求
- 与高端消费群体沟通的要点

第二部分 销售准备

- 自己：工作心态、良好的形象、工作用品
- 产品：将产品擦拭一新、注意产品摆放的角度和高度
- 营造购物环境：销售氛围
- 目标：高端产品的销售目标

第三部分 开场话术

- 正确的迎客语言和动作是什么？
- 市场拦截的方法：决胜于千里之外

第四部分 接近高端顾客

- 高端客户的接近方法
 - 接近高端顾客的最佳时机？
 - 如何观察高端顾客的一动一行？
 - 接近高端顾客的四大方法是什么？
 - 如何赞美高端顾客？
 - 接近高端顾客的注意事项是什么？
- 销售片段演练

第五部分 洞察需求

- 如何挖掘高端顾客的需求？望闻问切
- 销售是问出来的：问对问题赚大钱
 - 如何针对本行业设计开放式问题、封闭式问题？
 - 提问的技巧是什么？
 - 确定高端顾客的需求需要问哪些问题？
- 销售片段演练

第六部分 价值呈现



- 如何有效引导和鼓励高端顾客体验
- FABE 产品展示法则应用
- 如何有效激发高端顾客购买（占有）的欲望？
- 主动提出，透过证据说服您的高端顾客
- 销售片段演练

第七部分 异议处理

- 深刻认识异议：嫌货的才是买货人
- 了解客户产生异议的真正原因
- 一般都会有哪些异议？如何处理高端顾客的异议？
 - 关于价格的异议
 - 关于品质的问题
 - 关于服务的问题
- 销售片段演练

第八部分 促成交易

- 成交的关键在于要求——高端顾客的购买信号
- 高端顾客的成交方法

第九部分 情感建设

- 交易完成后的注意事项
- 请高端顾客转介绍的技巧
- “美”程服务

第十部分 角色扮演

- 实战情景：角色扮演+学员点评+讲师点评
(全文完)