

销售人员素养和技能提升

课程背景：

销售人员面对客户的时候，是否存在以下疑问。

- 客户认为你对他不够关注，仅仅在推销你的产品？
- 你过多关注于你自身的产品，而没有帮助客户解决问题？
- 客户老是质疑你的产品，而且对条款非常挑剔？
- 即使成交一单，也不知道后续的结果会怎么样？

课程说明：

《销售人员素养和技能提升》将着重从销售人员本身的意识和技能出发，掌握正确的思路，拥有基本的职业化素养，能够运用销售技巧来获取客户。

本课程帮你从本质上了解优秀销售人员的职业素养，掌握公司产品/服务/解决方案的卖点，运用顾问式营销技术，学会面向高决策者的销售方法，从而提高销售业绩。

课程收益：

《销售人员素养和技能提升》可以使销售人员不断自我修炼，提升自身素养，同时让销售人员真正帮助企业完成销售，提升业绩。

《销售人员素养和技能提升》将有助于您实现以下目标：

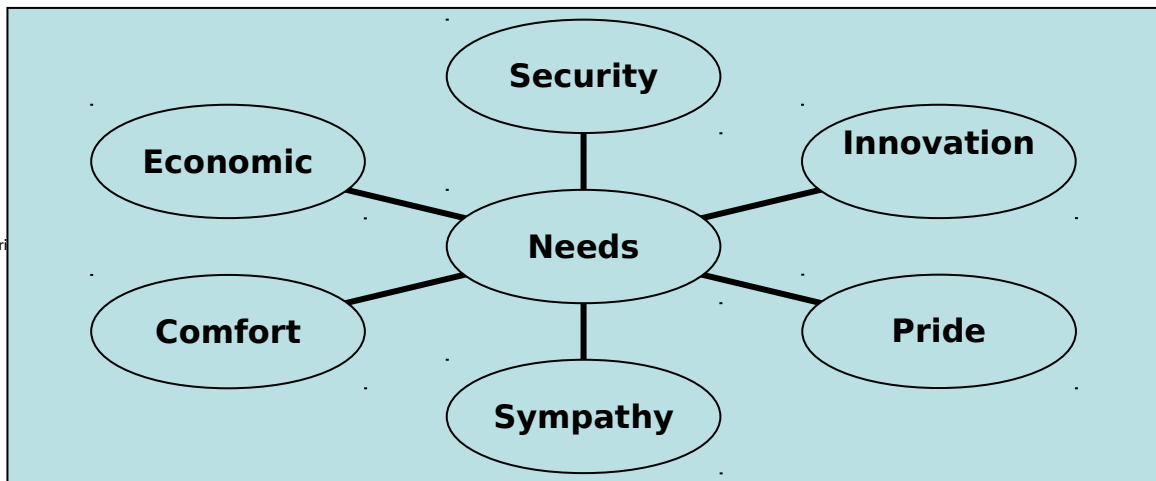
- 更正确的营销理念和思路；
- 更高的职业素养和必备技能；
- 学会理解客户，分析客户；
- 挖掘客户需求，提供适合的解决方案；
- 根据客户的实际，善意地提出建议；
- 以创造客户价值为导向，获得客户忠诚度

课程时间：2-3天，6小时/天

课程对象：主要面向客户经理、销售经理、售前顾问、销售总监、销售代表等。

课程方式：授课、视频、互动、小组练习、案例讨论等

课程模型：



课程大纲

模块一 新时代销售人员的职责和定位

第一讲：销售人员的职责定位

一、新时代销售人员的四个角色

1、公司和客户

- 1) 公司对你的期望
- 2) 客户对你的期望

2、社会和家庭

- 1) 社会中的角色
- 2) 家庭中的角色

二、优秀销售人员的 BSC

1. 你的财务维度

2. 你的客户维度

3. 你的内部运营维度

4. 你的学习发展维度

三、你的战略思维

1. 理解企业发展战略

2. 拥有战略思维能力

第二讲 销售人员的自我管理

一、目标管理

1、制定销售计划表

- 1) 工作计划表的制作
- 2) 销售数据汇总表和分析
- 3) 行业报告提交和总结

2、目标和计划视觉化

- 1) 办公室 5S 管理

二、时间管理

1. 时间管理的原则

2. 提高效率，获取成功

三、压力和情绪管理

1. 压力的作用

2. 管理你的情绪

四、打造优秀的执行力

1. 理解执行力

2. 打造执行力

第三讲 销售人员的沟通技能

一、沟通技能

1. 建立你的人际关系

- 1) 4X20 模型
- 2) 你会自我介绍吗？
- 3) 沟通中的同期声

2. 需求调查

思考：对方的关注点

- 1) 客户的潜在需求 VS 明确要求

互动研讨：客户的真正需求

模型：需求模型

- 2) 同理心技巧，管理你的情绪
- 3) 运用你的听和问，引导对方

工具运用：SPIN 提问工具

二、说服能力

1. 说服模型

2. 论证论点

案例分析：说服你的客户

工作坊效果：1、制定你的 BSC

2、情绪管理工具

3、提问技巧

4、说服技巧

模块二 开发并管理市场和客户

第一讲：关键客户的有效定位

一、明确在市场、客户中的定位

1. 市场中的定位

- 1) 市场中的分析
- 2) 波特五力模型

2. 在客户中的定位

- 1) 客户的吸引力
- 2) 供应商的可靠性

3. 自身的定位

- 1) 自身的 SWOT 分析
- 2) 客户的 SWOT 分析
- 3) 客户和我的匹配指数

二、关键客户的战略开发

1. 评价关键客户的绩效指标

2. 关键客户的管理矩阵

3. 不同客户的开发策略

工具运用：关键客户管理矩阵

第二讲：管理关键客户的决策团队并建立关系

一、明确人际关系定位，客户决策架构

1. 关键客户发展人际关系的过程

- 1) 人际关系的层次
- 2) 建立人际关系的步骤

2. 客户的决策架构

- 1) 客户的组织架构
- 2) 客户的决策模型

工具：客户的决策模型图

二、创建客户关系解决方案

1. 客户关系效率分析

- 1) 客户效率分析图
- 2) 客户人员的层级
- 3) 针对不同人员的关系解决方案

工具：决策团队沟通策略

2. 增进信任

- 1) 增进信任的几个层面
- 2) 需要避免的几个方面

工具：客户关系的三要素

第三讲：培养客户忠诚度

一、客户期望值

1. 管理客户的期望值？

- 1) 如何预测客户的期望值
- 2) 如何引导客户的期望值
- 3) 如何管理并满足客户的期望值

2. 客户的感知

- 1) 客户期望值 VS 客户感知
- 2) 你关注客户的感知吗？

二、客户体验和忠诚度

1. 客户购买产品和服务的体验

你打造客户体验了吗？

2. 客户的体验峰终

- 1) 你注重峰值了吗？
- 2) 你有效结尾了吗？

3. 客户体验和忠诚度

- 1) 忠诚客户的特点
- 2) 忠诚客户的利益

工作坊效果：1、客户定位矩阵图

2、客户人际关系分析图

3、客户体验 MOT 点

模块三 销售流程的分析和剖析

第一讲：销售之道的流程

一、销售之道的流程--融入客户

1. 融入客户的重要性

- 1) 什么是融入客户
- 2) 融入客户的重要性
- 3) 小组讨论：你如何融入客户

2. 从个人话题切换到商务话题

- 1) 被动切换话题
- 2) 主动切换话题
- 3) 拨动客户关系罗盘

二、销售之道的流程--了解客户需求

3. 了解客户需求的重要性

- 1) 什么是了解客户
- 2) 了解客户的重要性
- 3) 运用问题技巧

4. 积极的倾听技能

- 1) 积极的倾听方式
- 2) 避免消极的倾听方式

三、销售之道的流程--售卖收益

5. FAB 方法

- 1) FAB 的售卖技能
- 2) FAB 联系

6. 客户需求金字塔

- 1) FOI 的介绍
- 2) FOI 的运用

7. 游戏--一次销售会面过程

- 1) 游戏开始--游戏结束（45 分钟）
- 2) 游戏心得分享
- 3) 游戏点评和探讨

工具运用：客户信息表练习

第二讲：客户驱动因素

一、客户驱动因素

1. 客户驱动因素介绍

- 1) 什么是客户驱动
- 2) 客户驱动模型（FASCAR）
- 3) 理解 FASCAR

2. 客户驱动因素实际案例

- 1) 客户需求实例
- 2) 客户驱动因素
- 3) 如何售卖客户利益

二、客户异议处理

1. 客户异议介绍

- 1) 常见异议
- 2) 各种异议处理分享

2. PLUS 解决方案

- 1) 理解 PLUS
- 2) PLUS 运用案例
- 3) 异议处理游戏演练

三、成交技巧

1. 成交信号分析

- 1) 肢体和表情
- 2) 语言信号

2. 成交技巧运用

- 1) 成交技巧介绍
- 2) 各种成交案例分享

3. 客户满意度检查

- 1) 询问满意度
- 2) 获得购买承诺

工作坊效果：**1、销售流程图**

2、客户利益图/客户驱动模型图

3、成交方法汇总