

销售之道

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：

《销售之道》着眼于客户开发与销售，如何提升终端对合作的意愿，愿意购买和使用公司产品，并能够积极进行推广；如何营销自身的产品和服务，使得客户更青睐于该产品，形成良性的循环，最终为企业赢得市场和口碑。

本课程帮你从本质上了解销售艺术，学习客户的合作驱动模式，以及后续的服务和支持模式。最终能够赢得客户合作，并最终赢得客户的偏好。

课程收益：

《销售之道》可以使营销人员发挥真正的“顾问”功能，改变他们提出问题，谈论产品(服务)的方式。《销售之道》能够让营销人员真正成为客户的朋友，是提供信息、分析需求、引导资源，推动项目的达成者。

在本课程中，学员将会学习和掌握销售的理念和思维方式，掌握客户和消费者驱动模式，尤其是作为销售顾问角色发挥应有的作用。

《销售之道》将有助于您实现以下目标：

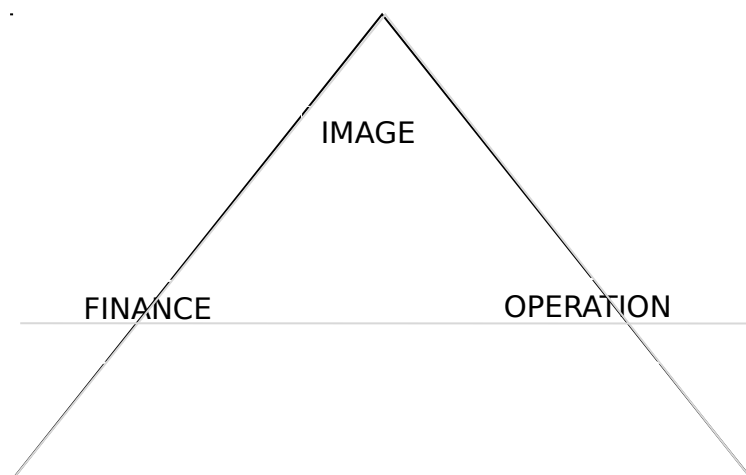
- 更正确的销售理念和思路；
- 学会理解客户，分析客户；
- 掌握客户心理学和影响购买决策的因素；
- 挖掘客户需求，提供适合的解决方案；
- 根据客户的实际，提出给予下游客户的售卖点；
- 以市场为导向，获得客户口碑和品牌形象

课程时间：2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

第一部分 营销策略和销售素养

第一讲：现代营销策略

一、明确在市场、客户中的定位

1. 在客户中的定位

- 1) 客户的吸引力
- 2) 供应商的可靠性

2. 市场中的定位

- 1) 市场中的分析
- 2) 波特五力模型

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、寻找目标客户群

1. 行业特色

- 1) 产品的运用范畴
- 2) 产品的运用特点

2. 收集你的市场信息

3. 熟练运用各种渠道

第二讲：销售人员的必备素养

一、优秀销售人员必备的职业素养

1. ASK 素质模型

- 1) 你的能力素养模型
- 2) 提升你的总体能力

二、基本商务礼仪

1. 尊重礼仪的必要性

2. 普遍常见的礼仪行为

三、目标管理

1. 建立你的目标管理能力

2. 分解你的销售目标

第二部分 实战销售之道

第一讲：销售之道的总体概念

一、正确理解销售之道的概念

1. 关于销售之道

- 1) 销售目标？
- 2) 销售之道的内涵？

2. 销售之道的流程

- 1) 各流程之间的相关性

二、客户关系的罗盘指针

- 1) 客户关系的积极性和消极性
- 2) 客户关系的罗盘指针

第二讲：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

第三讲：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) 应对成本、价格、交期、质量等压力
- 3) 其他各种异议处理分享

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

3. 运用你的谈判筹码

- 1) 你的谈判力量
- 2) 创造性地建立筹码
- 3) 处于劣势地位时的谈判技巧

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

第四讲：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

总结 回顾与探讨，理解销售之道的要素

一、回顾《销售之道》各种要素

- 1. 回顾《销售之道》的各个方面**
- 2. 制定个人行动计划**

二、行动计划交流

- 1. 行动计划交流**
- 2. Q&A**