

营销技巧

课程背景：

现代市场经济下，学习已经市场化，营销技巧也需要符合这个背景

- 客户不肯与你沟通，不肯听你多讲？
- 你过多关注于你自身的产品/服务，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，也不知道客户的满意度会怎么样？

课程说明：

《营销技巧》根据目前市场上营销的普遍痛点，针对性设计的学习课纲。

本课程帮你从本质上了解贵司产品的卖点，竞争优势，学习顾问式营销技术，掌握电话邀约和面对面沟通的原则和方法。改变传统的营销思维模式，学会提升销售率与客户忠诚度的方法，从而提高销售业绩。

课程收益：

《营销技巧》可以帮助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。《营销技巧》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《营销技巧》的理念和思维方式，掌握《营销技巧》的步骤和技能，尤其是作为顾问角色发挥的作用。

《营销技巧》培训将有助于您实现以下目标：

- 更正确的营销理念和思路；
- 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，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：1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

第一讲：电话邀约

一、好的开端

1. 做一个受欢迎的销售

- 1) 注重电话沟通和微笑
- 2) 提高声音的感染力
- 3) 适应客户的沟通风格
- 4) 真正关心客户

2. 开场白

- 1) 写出吸引客户的开场白
- 2) 赞美客户的词语
- 3) 激情造就销售

二、专业优势

1、对项目及业务的重点了解

- 1) 用专业打造卓越
- 2) 了解自己产品的 FABE

2、了解竞争对手

- 1) 了解竞争对手的优劣
- 2) 影响客户决策

演练：电话营销技巧开场和产品介绍

1. 开场白（阶段式开场白）
2. 产品介绍（现场 CALL OUT 给客户）

案例：客户有需求的第一个电话

第二讲：运用顾问式营销

一、顾问式营销的会谈

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：客户的需求

- 1) 客户的需求 VS 要求

互动研讨：理解客户的真正需求

模型：客户需求模型 SPICES

2) 同理心技巧

3) 运用你的听和问

工具运用：SPIN 提问工具

第三讲：我们的产品/服务和解决方案

一、产品/服务的卖点

1. 产品/服务呈现

1) 产品/服务的 FAB 分析

工具运用：FAB 练习表

2) 你如何论述 FAB？

3) 你的竞争对手？

案例研讨：我们是一家好平台

2. 找出命中客户的需求的关键

1) FAB 是对应的吗？

2) 正确运用你的 FAB

运用：动态 **VS** 静态

二、我们的解决方案

1. 客户的行动

1) 采取正确的行动

2) 时间、范围、预算

3) 能解决问题吗？

互动：行动方案

2. 客户的反对意见

1) 反对意见好还是坏？

2) 反对意见的背后

工具：处理反对意见的三种方法

三、我们的善意建议

1. 你如何推动客户深入合作？

互动：小组分享

2. 我们的善意建议

我们的建议和客户的购买逻辑

角色扮演：一次顾问式的拜访

总结 回顾与探讨，理解营销技巧的要素

一、回顾营销技巧各种要素

1. 回顾营销技巧的各个方面

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