

# 招生技巧

## 课程背景：

现代市场经济下，学习已经市场化，招生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课程，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：

《招生技巧》根据目前市场上招生的普遍痛点，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：

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

《招生技巧》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：**1-2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

### 第一讲：理解招生的相关知识

#### 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、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

##### 2、商务礼仪

- 1) 尊重礼仪的必要性
- 2) 普遍常见的礼仪行为

### 第二讲：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：电话销售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

## 第三讲：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

## 第四讲：我们的产品/服务和解决方案

### 一、产品/服务的卖点

#### 1. 产品呈现

- 1) 产品的 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：我们是一家好公司

#### 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

## 第五讲：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

## 第五讲 回顾与探讨，理解招生技巧的要素

### 一、回顾招生技巧各种要素

1. 回顾招生技巧的各个方面

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