

《把握人性，销售成精》

——大客户销售技巧培训

主讲：刘畅

【课程背景】

在过往的销售培训中，你也许无数次尝试各种销售技巧，但发现效果越来越差。更重要的是，客户似乎早就看穿你了，你还没有出招，他就已经猜到你接下来要说什么，用什么招式来“威逼利诱”以往学习的方法之所以无效主要是因为：

- 没有从系统上、结构上解决问题，只是在单个细节上修修补补。
- 方法和技巧不够精细，无法落地，只停留在“有道理”的层面
- 很多方法、技巧是不符合人性的。一味鼓励咬牙坚持，逼单，软磨硬泡，威逼利诱，死缠烂打，以量取胜，讨好客户……这些做法的背后都是对销售人员本身以及对客户“人性”的极大不尊重，最终的结果也是吃力不讨好的。
- 讲师们是以讲课为生的，他几乎不用他自己教的方法去做销售。

本课程要分享给你的是有别于以往听到的任何一套销售理论。它更关注流程、技巧背后的人性，关注客户的动机、驱动力、情绪和心理。这是关于“打破常规”和“销售实操”的课程。

【课程收益】

- 不仅能学会销售技巧，更重要的学会人际关系的技能
- 打破客户对销售人员的认知和偏见
- 让客户感到被尊重、被理解、受保护和安全感
- 协助客户找到、厘清内在的驱动力，而不是强力驱迫。
- 洞见并引领客户发现“新”的领域和方案。
- 让客户对你的销售目标有强烈的认同感、自主感和拥有感
- 最终达到共赢的结果
- 改变你的销售业绩，同时改变你的生活

【课程特色】 干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学之能用；投入，案例精彩

【课程对象】 一线销售人员，销售管理人员

【课程时间】 2天（12小时）

【课程大纲】

一、绩效导向的销售行为管理是什么？

1、销售成交的三重匹配原理

- 人际交往状态成立的必要条件
- C端销售的三重匹配
- B端销售的三重匹配

小组讨论：优秀销售人员需要具备哪些特质？

2、影响业绩的4维因素

3、绩效导向的CAR销售管理模式

- CAR管理模式模型
- 销售活动的方向决定销售员的效能
- 重复弱刺激触发两边到质变
- 销售活动的质量促进业绩的转化

二、大客户销售技巧与流程把控是什么？

1、如何与客户构建信任

- 建立信任的三个正向因素与一个负向因素
工具：麦肯锡的信任公式
- B端销售中关键人物的判断

- 9T 客户画像技巧与应对策略
- 不同销售阶段的关键人物
分组练习：学习性格画像，并做一对一沟通练习

2、专业销售的六大步骤

- 专业的准备 (Professional)
- 销售开启/拜访 (Approach & Opening)
分组练习：：小组每人在即时贴上写出拜访目的，每张上面写 1 个目的。写好后，请先放置在桌上。(5 分钟)
- 发现需求 (Discovering Needs)
- 销售说服与产品展示 (Presentation & Demo)
- 异议处理 (Objection Handling)
- 成功缔结 (Close)

3、大客户销售流程管控

- 客户采购流程
- 销售跟进进度

三、顾问式销售的三个重要工具是什么？

1、USP 竞争优势

2、SPIN 需求挖掘

- 顾问式需求挖掘
分组练习：把提问改成引导式提问

3、FAB 产品推荐

- 产品与服务的事实与属性
- 该特点能为客户提供的实质帮助
- 特点或好处能满足顾客的确切需求

四、客户谈判与博弈的技巧是什么？

1、判断中的博弈

2、忍耐度原理助你探到对方的底线

- 忍耐度取决于对未来正面结果的预期
- 激发对方的欲望，可以加速对方的改变
思考：欲望是什么决定的？

3、销售谈判与讨价还价

- 谈判的策略与筹码
- 条件式销售提案
- 讨价还价与让步的艺术

五、“洗脑”的技巧有哪些？

- 影响他人的三种心态
- “洗脑”原理的应用

六、总结复盘与实战角色演练