

# 长期期交销售技巧培训

主讲：金玉成

## 课程背景：

体验式营销给客户带来最大的好处是帮助大客户在收集信息、评估选择和购买决定这三个过程中得到一个专业顾问，从而做出准确的决策；同时，通过面对面的感情直接接触，给客户带来金钱收益和情感收益，能够最大程度的的激发消费需求，增加产品的销售机会；同时让客户自发产生良好的口碑扩散，产生连锁销售反应。一个满意的客户就是公司最好的流动广告，可以为公司的长期发展提供巨大的助力。将体验式营销贯穿于产品销售活动的整个过程中，可以使公司与客户之间建立稳定双赢的长期合作关系。

**课时安排：**1天、6小时 / 天

## 课程收益：

- 1、帮助学员转变营销基础的行为模式；
- 2、向帮助客户解决问题为出发点的咨询服务型进行转变；
- 3、从促成单笔交易，转化为促成一系列的交易；
- 4、帮助学员了解体验式营销技术，掌握体验式营销的关键和方法；
- 5、学会提高销售成功率、提高客户忠诚度、强化信任的方法；

## 授课方式：

专题讲授、场景模拟、工具分享、小组研讨、案例分享、互动提问、启发教学

## 课程对象：

## 课程大纲：

## 一、互通：理念与心态

- 1、体验式营销的概念
- 2、营销员的价值和意义所在
- 3、你在做什么——如何传递价值、创造价值
- 4、我是谁——如何精准自我定位
- 5、专业顾问应该具备的素质

## 二、明心：如何做到知彼

- 1、我们的目标在哪里
- 2、传统销售对客户认知的误区
- 3、购买需求细分
- 4、如何认识并了解不同的需求
- 5、客户的购买特点分析
- 6、慧眼识珠——快速判断购买阶段

## 三、初识：体验式营销精讲

- 1、四个特点
- 2、六步分析
- 3、销售和购买流程的比较
- 4、三个模式

## 四、细致：精准客户开拓

- 1、客户定位的三个纬度
- 2、七问精准定位目标客户
- 3、判断销售机会的五大问题

4、客户开拓的十种方法

## 五、同理：建立信任

1、客户关系发展的四个阶段

2、快速打造信任核心

3、建立信任的五种方法

4、客户四种沟通类型与应对策略

## 六、因势：挖掘需求

1、学会设身处地

2、客户的七大需求

3、绘制客户需求树

4、Spin 的需求开发过程

## 七、利导：呈现价值

1、FABE 法

2、如何介绍产品才有吸引力

3、如何让产品最具竞争优势

4、如何让客户自己深刻了解产品优势

5、迅速消除异议的三种方法

## 八、分享：客户转介

1、转介绍的三个优势

2、转介绍的两个前提

A、提升专业水平的三个方法

B、专业培养客户理念两步走

### 3、实际案例分享

## 九、课程总结回顾