

《产品经理的优势销讲》课程教学大纲

课程名称：《产品经理的优势销讲》

课程性质：公开课/内训

课程学员：售前产品运营经理，

教学时数：学时 6-12 小时（1-2 天）

课程简介：

每个人都是一座沉睡的金矿，如何让你的”小宇宙”爆发?通过销讲的训练，激发出业务人员的潜能。现在企业最大的困惑就是好产品卖不出好价钱，客户开发困难重重；《无敌销讲》是一位有着 20 多年客户拜访与产品销售经验的营销实践家打造的一门专业销讲课程，在众多企业培训中获得好评。通过课程学习，现场演练，迅速提高销讲水平，增加产品附加值，用专业技能征服客户，提高销量。内产品宣讲时，客户需求挖掘，客户异议处理，演讲控场技巧，协助销售拿下单子。

教学目标：

1. 迅速提高产品经理销讲的总体水平；
2. 短时间内掌握销讲的方法及工具使用；
3. 制作出打动客户的 PPT 内容；
4. 优化产品介绍的能力、提高产品价值；
5. 提升优质客户、大客户开发的数量；

教学要求：

采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用大量案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，要求讲师运用电脑多媒体课件和网络技术作为教学辅助工具，同时

配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

教学纲要：

第一章：产品卖点的挖掘

一、用户分析

1. 环境与用户分析
2. 营销环境分析
3. 用户行为分析
4. 调查的关键点
5. 分析和处理数据
6. 定义目标客户
7. 设计产品卖点
8. 分析客户痛点

二、新产品卖点如何提出

1. 新品的概念生成要几步
2. 产品概念设计过程中要注意回避的误区
3. 新产品开发就是研发的事吗？
4. 新产品在产品线中的位置
5. 用户调研怎么做
6. 渠道调研怎么做
7. 新产品卖点如何提出
8. 误区一：新产品选型标新立异挑战新概念
9. 误区二：产品选型过程对成熟产品跟风模仿，
10. 误区三：以产品质量做为竞争核心优势
11. 误区四：目标市场贪大求全新
12. 可行性评估包括四层哪几层关键步骤含义：

三：产品卖点挖掘

- 1、从产品自身属性及特色
- 2、竞品出发
- 3、类目热搜词
- 4、顾客反馈
 - (1) 商品评价
 - (2) 客服咨询
- 5、从营销内容出发
- 6、产品卖点筛选排列，
 - 1) 第一步：全面罗列卖点
 - 2) 第二步：对卖点进行删选分类
 - 3) 第三步：根据买家功能性需求和情感性需求给卖点排序
 - ✓ 我们来看买家的需求：
 - ✓ 我们来看买家痛点：

四、目标客户商机挖掘

1. 用户分析的四个重点
2. 用户开发的十大误区
3. 精准营销目标要明确
4. 获得用户：挖掘潜在用户
5. 留住用户：维护现有用户
6. 激活用户：激活休眠用户
7. 如何让用户主动找我们
8. 案例：这张用户信息表的问题在哪里？
9. 工具：开户开发的十大思维
10. 工具：头头是道的运用
11. 顾问式销售的特点
12. 站在客户的角度制定最佳的解决方案
13. 客户利润增长提案 PIP 数值

14. 客户利润增长提案内容
15. 顾问式销售的要素
16. 顾问式销售操作过程
 - 使买方说得更多
 - 使买方更能理解你
 - 使买方遵循你的逻辑去思考
 - 使买方进行有利于你的决策
17. 解决方案呈现技巧
18. 工具：问话的六大模型
19. 工具：用 SPIN 模式挖掘客户痛点

第二章：客户异议处理

一、客户行为语言的心理分析

1. 眼神的分析与判断
2. 面部表情的分析与判断
3. 肢体语言的解读
4. 语气语调的分析与判断
5. 客户公司地位的判断
6. 客户办公场景的解读
7. 客户服饰的解读
8. 案例：WTO 谈判的启示
9. 案例：邓总的肢体语言

二、不同类型的客户心理分析及对策

1. 犹豫不决型客户
2. 脾气暴躁型的客户
3. 沉默寡言性的客户
4. 节约俭朴型的客户
5. 虚荣心强的客户
6. 贪小便宜型的客户
7. 滔滔不绝型客户
8. 理智好辩型客户

三、如何破解客户的抗拒感

1. 巧说反话，迂回攻心

2. 用一点压力促使客户果断下单
3. 欲擒故纵，表露不情愿心理
4. 小恩小惠好做大买卖
5. 巧对客户的价格异议
6. 让利改变客户的心理
7. 同理心使客户与你走的更近
8. 迎合客户的上流阶层意识
9. 用小话题掀起客户的情感大波澜
10. 案例：啰嗦型的客户影响工作怎么办
11. 案例：如何搞定变卦的客户？
12. 工具：SPIN 销售法的运用

第三章：产品优势销讲

一、如何用 PPT 内容打动客户

1. 大数据时代的 PPT 设计
2. PPT 设计的色彩与风格
3. PPT 素材的来源与选择
4. 销讲 PPT 的四化法则
5. 销讲 PPT 的四种表现法
6. PPT 的结构与内容
 - 1) 如何理解金字塔结构
 - 2) 如何做到：虎头、猪肚、凤尾；
 - 3) 生动化：痛点、痒点、卖点、兴奋点；
 - 4) 好内容：产品旺销、价值体现、能卖货、逻辑性
7. 案例：可口可乐对 PPT 文本的审核
8. 工具：KISS 原则
9. 工具：PPT 模版资料库

二：沟通说服技巧

1. 销售是感性与理性交替的过程
2. 说服性沟通设计
3. 让人顺从的六大心理秘笈
4. 消除沟通障碍的方法
5. 掌握客户的资讯
6. 掌握客户购买程序
7. 如何建立客户信任
8. 产品展示技巧
9. 工具：产品介绍的 FABE 法
10. 案例：如何发挥团队力量
11. 案例：如何化解尴尬气氛

三：产品销讲的专业技能

1. 销讲在成交过程中的重要性
2. 销讲的三个步骤
3. 销讲的设计思路
4. 销讲前的准备
5. 销讲的演练与 PK
6. 产品销讲技能
7. 客户听众分析
8. 如何提高演说能力
9. 如何控制紧张情绪
10. 如何建立王者气场
11. 现场演练环节
 - 1) 口头语言技巧练习
 - 2) 肢体语言技巧练习
 - 3) 眼神的运用及练习
 - 4) 常用手势及练习

- 5) 提高感染力的练习
- 12. 案例：小贾如何克服演讲技巧
- 13. 工具：设计话术的技巧