

《酒水销售技巧与商务谈判》课程教学大纲

课程名称：《酒水销售技巧与商务谈判》

课程性质：公开课

教学时数：两天

讲师介绍：喻国庆老师从事营销 20 多年，咨询、培训的酒水行业：中国劲酒、北京龙凤酒业、五粮夜金谷春、天音控股章贡酒业、古井贡酒、茅台酒广州公司、郎酒集团、贵州酒中酒。熟悉酒水行业：大客户开发的酒水消费者盘中盘、直分销、等系列操作手法；②从事零售管理多年：分管全国零售门店、店中店、专柜等。

③从一线业务做起做到企业高管有实战经验；④从事咨询培训近 10 年，多家院校的 MBA 营销讲师理论素养高。⑤对新零售有研究，运用社群营销带动店面销量

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，同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

课程收获：

1、理论知识方面

- 1、 客户开发十大思维
- 2、 直分销、盘中盘、团购、酒水终端、酒水新营销
- 3、 SPIN 模式的运用
- 4、 高端产品销售的 FBAE 法则
- 5、 谈判心理学谈判
- 6、 中常用的工具
- ①多因素评分法
- ②谈判的解题模型
- ③关键路径法

2、能力技巧方面

- 1、 深入挖掘客户的潜在需求
- 2、 增加客户重复购买率和转介绍
- 2、 如何唱白脸红脸
- 4、 报价的五个前提
- 5、 谈判中的压价方法
- 6、 签约成交的 4321 法
- 7、 解除客户抗拒的十种方式
- 8、 客户成交的 22 种方法

。。。。。

第一章：客户与终端拜访

一、终端拜访八步骤

1. 终端拜访的意义是什么？
2. 销量—流量与转化
3. 开场很重要-30 秒决定成败
4. 终端拜访准备对照表
5. 终端拜访七定
- ✓ 定 点：客户资料卡/区域汇总表

- ✓ 定期：设定客户拜访频率
- ✓ 定时：设定客户停留时间
- ✓ 定人：客户人员分配表
- ✓ 定线：客户巡访路线表
- ✓ 定销量：销售目标分解
- ✓ 定标准：终端拜访八步骤
- 6. 客户拜访八步骤
- 7. 终端拜访三字经
- 8. 终端拜访 12 看
- 9. 提高拜访效率-客户的分类管理
- ✓ 寻找机会店
- ✓ 机会店集中拜访
- ✓ 自由拜访-加抽查
- ✓ 优化终端拜访线路
- ✓ 打拜访时间差
- ✓ 集中 N 因素团队拜访
- ✓ 同类问题拜访
- ✓ 精准拜访：线路、时间、交通、问题

二、终端生动化-销量发发发

1. 案例：劲牌终端八达标
 - ✓ 档案准确率
 - ✓ 产品覆盖率
 - ✓ 陈列达标率
 - ✓ 价格规范率
 - ✓ 产品知晓率
 - ✓ 包装合格率
 - ✓ 终端拜访率
 - ✓ 氛围布置率
2. 出轨异常管理
3. 门店 CRM 数据分析的内容
4. 产品陈列标准
5. 第一时间能找到销量一定有回报
6. P O P 的种类
7. 门店增加人气的方法

三、经销与分销客户的优势拜访

1. 销售拜访的常见错误
2. 拜访前的准备
3. 业务人员的精神面貌
4. 如何自我介绍

5. 邀约障碍排除

6. 随时小心我们的“雷”

7. 提问的常见类型

① 暖场类问题 ② 确认类问题 ③ 信息类问题

④ 态度类问题 ⑤ 承诺类问题 ⑥ 顾虑类问题

8. 我们会听吗？

9. 我们会说吗？

10. 我们会问吗？

11. 工具：介绍产品的 FABE 模式

12. 工具：spin 销售法

13. 案例：如何建立产品的信任状

第二章：客户的心理与行为判断

壹、 客户行为与心理

1. 客户需求理论

2. 购买场景与心理

3. 客户的购买动机

4. 客户购买的兴趣点

5. 购买的一般心理过程

6. 需求性购买动机和心理性购买动机

7. 购买动机的可诱导性

8. 购买决策心理

9. 知觉在营销活动中的作用

10. 感觉：视、听、嗅、味、触觉等。

贰、 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

三、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

第三章：销售工具运用

1. 酒水直分销
2. 酒水盘中盘
3. 酒水消费者盘中盘
4. 销售漏斗
5. 市场考察的头头是道
6. 样板客户打造
7. 终端动销十法
8. Spin 销售法
9. FBADE 法
10. 客户转介绍法
11. 客户逼单 8 法
12. 如何判断客户撒谎
13. 客户关系程度判断
14. 解除客户抗拒感的方法

第四章：商务谈判的准备

一、谈判的要领

1. 什么是双赢谈判
2. 谈判的两大误区
3. 谈判的本质
4. 衡量谈判的标准
5. 谈判的基本原则
6. 谈判心理学

7. 商务谈判中常用的工具

① 关键路径法 ② 多因素评分法 ③ 鱼刺骨分析法

8. 谈判的解题模型

9. 谈判中易犯的错误

二、谈判的准备阶段

1. 确定谈判的目标

2. 团队角色的分配

3. 如何唱白脸红脸

4. 谈判中的三策

5. 如何拟定谈判议程

6. 如何评估谈判对手

7. 谈判者的核心技能

8. 如何营造良好的谈判氛围

第五章：商务谈判的过程控制

一、谈判的开始阶段

1. 专业形象取得谈判优势

2. 谈判开始注意的问题

3. 如何判别谈判气氛

4. 怎样提出建议

5. 怎样回复对方的提议

6. 如何建立个人信任感

7. 如何寻找契合点

8. 样板客户的展示

二、谈判的展开阶段

1. 谈判遇到的障碍及对策

2. 如何破解对方的战术

3. 如何谈价

① 定价与报价 ② 报价可以狮子大开口吗？③ 报价的五个前提

④ 询价方式与忌讳 ⑤ 询价后的反应及应对措施 ⑥ 谈判中的压价方法

⑦ 让价的注意事项

4. 如何强化自身优势
5. 面对的难题及其解决方法
6. 如何强化自身的优势
7. 解除客户抗拒的十种方式
8. 卖产品不如卖方案
9. 如何弱化对方的优势
10. 握适当的让步策略

第六章 商务谈判的成交阶段

一、谈判的协议阶段

1. 达成协议应该注意的问题
2. 如何谈判结束应该注意的事项
3. 如何帮客户下决定
4. 合同文本的规范
5. 签约成交的 4321

二、商务谈判的成交阶段

1. 搞定大客户的四项基本原则
2. 大客户成交预测五步法
3. 大客户成交的“六脉神剑”
4. 成交的七大信号
5. 成交的二十二种方法
 - ① 直接要求成交法
 - ② 非此即彼成交法
 - ③ 最后机会成交法
 - ④ 激将成交法
 - ⑤ 假设成交法
 - ⑥ 小点成交法
 - ⑦ 保证成交法
9. 案例：“倔唐总”是如何突破的
10. 工具：客户企业关键的两张图

第七章：酒水、快消类产品创新性营销方法及运用

1. 案例：如何理解江小白的新营销
2. 案例：牛二为什么不“牛”了
3. 案例：李渡酒的体验营销
4. 案例：劲牌 25 亿到 120 亿的渠道变革，对渠道商和零售商进行改造，打造厂商一体化区域市场格局，带来销量的高速增长（喻老师操作的咨询项目）
5. 案例：五粮液邯酒新零售+O2O+涟漪活动策划
从 300 万到 5000 万的区域业绩增长

- 6、从汾酒看高端光瓶酒的销售
- 7、优布劳啤酒 1990 粉丝运营的启示
- 8、中兴粮食的社区团购
- 9、案例：可口可乐数字化营销
- 10.案例：从航天专用产品到“高考押题奶”蒙牛的借势营销