

# 连锁招商加盟能力与技巧

**授课对象：**销售、招商人员

**课程收益：**内容丰富、详实、落地、提供工具与方法，提升学员的招商知识与技巧,协助企业顺利招商；掌握谈判技巧。

**培训课时：**1-2 天

## 确保效果的培训方式

- 1 采取：理论讲解、提出问题-分组 PK-老师专业点评-理论归纳-转变为学员的实操工具或流程。
- 2 整个培训包括案例分析、现场解答、团队竞争等形式，让学员在紧张、热烈、投入的状态中。讲授的观点简单实用，容易掌握记忆，学员可以系统地学习相关的理念、原则和方法，可以学完就用，而且用之有效。

**课程内容：**

## 第一章：招商的基础知识

### 一、招商的核心与逻辑

1. 招商的核心是成交，
2. 满足客户需求，
3. 价值交换。
4. 帮客户赚钱
5. 招商是双赢思维
6. 招商是合作开始

## 二、招商的主要步骤和流程，

1. 招商前的策划，
2. 客户与市场的定位
3. 目标市场
4. 产品及连锁的特色
5. 销售区域的选择，
6. 客户的选择，
7. 市场的分析，
8. 招商政策的制定，
9. 招商手册的撰写，
10. 招商合作条约的制定定，
11. 招商话术和技巧，
12. 招商谈判。
13. 招生签约

## 三、招商人员需要具备的素质

1. 基本素质先行
2. 传统基本功要扎实
3. 移动互联网思维能力
4. 学习和创新能力
5. 团队建设能力
6. 个人品牌打造能力
7. 优质社交能力

8. 强势的领导能力

#### **四、招商失败的 8 大原因**

1. 缺少诱人模式

2. 贪大求快

3. 急来抱佛脚

4. 未抓住宣传重点

5. 团队不专业

6. 没搞清连锁定位

7. 后期跟踪不足

8. 样板没有可参照性

#### **五、招商成功的 10 个关键**

1. 有效整合招商信息

2. 建立完美的样板市场和客户

3. 良好体验

4. 营造良好的招商氛围

5. 基础过硬是招商的基础

6. 建立有强大执行力的团队

7. 有效规避招商风险

8. 制定切实可行的策划方案

9. 好传播能给招商加分

#### **六、连锁招商的启示**

1. 软服务大于硬件

2. 解决急难愁盼
3. 个性服务产生差异化
4. 融入客户生活
5. 客户信息数据管理

## **第二章：招商体系的搭建**

### **一、招商团队的组建**

1. 如何组建强有力的招商队伍
2. 招商团队的组织架构的建设
3. 要建立一个完善的招商组织体系

### **二、招商团队的培训**

1. 企业内部的固定培训
2. 实战技巧模拟演练
3. 员工需求式的针对性培训

### **三、招商人员的管理制度**

1. 招商人员基本职责
2. 招商人员管理制度
3. 招商人员表格工具

### **四、招商动员会怎么开**

1. 动员会的仪式感
2. 干净利落的一小时会议
3. 参会的 PPT 极简主义
4. 会后的追踪系统

### **第三章：招商的营销与传播**

#### **一、意向客户的会议营销方法**

1. 会议营销的准备前提
2. 实施的步骤和方法
3. 会场的重要细节
4. 营销总监新品上市发布会的发言要点
5. 流程具体内容

#### **二、互联网平台的招商传播方法**

1. 用分类广告吸引经销商
2. 给潜在客户发邀请函式的招商
3. 精心编辑制作宣传文图
4. 行业网络社群的招商
5. 媒体软文招商

#### **三、玩转公众号招商传播**

1. 增加粉丝，粉丝是基础
2. 推广的侵略：让二维码无处不在
3. 给受众一个扫码的理由
4. 优质文案 + 吸引人订阅的广告噱头
5. 员工推广，全员推进
6. 内容营销的有效应用

#### **四、个人微信朋友圈的招商方法**

1. 个人品牌打造的要点

2. 产品卖点的提炼技术
3. 建立个人品牌圈层
4. 朋友圈的工整与规则
5. 交易记录的有效展示
6. 团队气氛的展示

## 五、连锁包装与策划，

1. 说人话听得懂，
2. 不洗脑，是加配，
3. 注意热点题材，
4. 好换角度帮你转搭便车，
5. 造型师包与书包为先。
6. 有样板能证明。
7. 策划活动创意方法与活动方式

## 六、策划的误区

1. 毫不知情出方案、
2. 提供信息有偏差
3. 只看创意和费用
4. 一味追求低成本
5. 策划就是修鞋匠
6. 策划法力无边

## 七、创意方法

7. 头脑风暴法

- 1.信息交合法
- 2.强制联想法
- 3.设问法
- 4.创意马拉松法

## **第四章：招商加盟谈判的实操**

### **一、招商沟通的基本步骤**

1. 步骤一：事前准备
2. 步骤二：确认需求
3. 步骤三：阐述观点
4. 步骤四：处理异议
5. 步骤五：达成目标
6. 步骤六：落地实施
7. PPT制作的主要原则
  - 1) 每片最好6~8行
  - 2) 每行最好6~8个字
  - 3) 合适美观的字体和字号
  - 4) 美观的页面设计
  - 5) 每片最好一个主题
  - 6) 内容设计合理，有针对性
  - 7) 工具：卖点提炼技巧

### **二、招商演讲过程**

#### **壹、开场白**

1. 称呼
2. 问好
3. 感谢
4. 自我介绍
5. 气氛调节

## **式、 演讲内容**

1. 阐明意图
2. 明确观点
3. 以符合逻辑的顺序演讲
4. 核心内容展示

## **参、 总结部分**

1. 如何结尾
2. 结束时要集中听众的注意力— 收缩性语句
3. 总结：回顾内容、强调重点、得出结论
4. 启发性问题
5. 工具：FBAE 介绍法
6. 工具：SPIN 介绍法
7. 案例：邦迪的产品故事化

## **四、招商会的过程控制**

### **(一) “编”**

1. 活动策划
2. 主题确定

3. 专业讲解内容
4. 工作流程
5. 人员分工
6. 话术

## **(二) “导”**

1. 会场控制
2. 主持人
3. 对应服务
4. 会场布置
5. 吸引人的方法

## **(三)、 “演”**

1. 事前准备
2. 专业评审
3. 现场演练
4. 会议控制
5. 合作者

## **五、招商宣传谈判四个要点**

1. 引起注意
2. 激发兴趣
3. 增强欲望
4. 适时结束

## **六、谈判说服技巧**

1. 说话的艺术
2. 说服的法则
3. 说服能力演练

## **七、谈判的筹码与让步技巧**

1. 什么是谈判筹码
2. 让步的艺术
3. 筹码与让步的关系
4. 如何拉高自己的谈判筹码

## **八、谈判中的筹码**

1. 价格，
2. 专业知识、
3. 空间资源，
4. 信息人力资本、
5. 品牌
6. 行为。

## **九、价格策略成本五大障眼法，**

1. 最小单位法，
2. 时间细化法，
3. 比例演示法，
4. 采购成本使用成本法，
5. 价格公开法

## **第六章、客户的成交**

## 一、客户成交前提条件

1. 样板市场与样板客户
2. 如何建立个人信任感
3. 如何寻找契合点
4. 如何营造成交氛围？
5. 卖产品不如卖方案
6. 业务费用不够怎么办
7. 搞定大客户的四项基本原则
8. 大客户成交预测五步法
9. 大客户成交的“六脉神剑”
10. 成交的七大信号

## 二、解除客户抗拒感的十大步骤

1. 先发制人以防为主，
2. 塑造形象生意红火
3. 客户忘记不要再提
4. 转移话题，，
5. 巧将异议变卖点，
6. 用产品的其他利益对客户进行补偿，
7. 提供适当的资料以及他反对理由，
8. 让客户回答自己的反对理由，
9. 承认对方的反对理由，
10. 使反对具体化。

### 三、成交的 N 种方法

1. □ 直接要求成交法
2. □ 非此即彼成交法
3. □ 特殊让步成交法
4. □ 最后机会成交法
5. □ 激将成交法
6. □ 假设成交法
7. □ 小点成交法
8. □ 保证成交法

。 。 。 。 。 。