

《市场意识与销售话术》课程教学大纲

课程名称：《市场意识与销售话术》

课程性质：内训

教学时数：学时:6 小时（一天）

课程对象：管理干部

【教学方式】

整个培训包括案例分析、现场解答、讲授的观点具有理论高度，详略得当，简单实用，容易掌握，通过学习可以提高学员的市场意识与市场思维。

【教学纲要】

第一部分：市场意识

一、以客户需求为导向的市场意识

1. 客户意识

□ 客户的分类与分层

□ 订单与交付

2. 服务意识

3. 信息意识

4. 口碑意识

5. 利润意识

6. 爆品意识

□ 定制化与企业规模

7. 案例：华为的客户关系维护

8. 案例：海底捞的服务意识

二、商战中的常用手法

1 守正出奇法

2 正面进攻法

3 侧翼进攻法

4 涟漪运营法

5 样板客户法

6 重点突破法

7 市场分层法

第二部分：市场营销的创新思维

1. 首创思维

2. 横向思维

3. 逆向思维

4. 非线性思维

5. 时空思维

6. 结构思维

7. 合分思维

8. 扩展思维

9. 差异思维

10. 共赢思维

11. 复利思维

第三部分：客户的需求挖掘

1. 客户重复购买的思维框架
2. 交易的关系变关系的交易
3. 初级沟通在嘴上、中级沟通在心上、高级沟通在魂上
4. 沟通的三场“磁场、气场、转场”
5. 如何锁定关键人
- ✓ 如何搞清客户的业务流程图
- ✓ 如何在客户方编织关系网
- ✓ 如何快速建立信赖感
- ✓ 关键人和你的关系程度如何判断
- ✓ 如何保护关键人
- ✓ 客户的购买动机
- ✓ 客户购买的兴趣点
- ✓ 购买的一般心理过程
- ✓ 购买决策心理
- ✓ 案列：碎片的信息的判断价值
- 6. 如何抓住客户的痛点**
- ✓ 什么是 SPIN 销售法
- ✓ 痛点与需求的区别
- ✓ 不同级别人的痛点
- ✓ 痛点的挖掘
- ✓ 案例：360 公司 CEO 谈“痛点”
- ✓ 案例：打动人的 KISS 原则
- ✓ 案例：“倔唐总”是如何突破的
- 7. “撩”字诀：如吸引客户**
- ✓ 保持粘性的方法
- ✓ 促销种类、时机、方式
- ✓ 样板客户的力量
- ✓ 新的套餐和解决方案
- ✓ 案例：微信维护客户关系
- 8. 如何给客户带来价值**
- ✓ 顾问式销售 VS 传统销售
- ✓ 客户为什么不满足
- ✓ 巧对客户的价格异议
- ✓ PIP 利润增长提案
- ✓ PIP 利益增长提案数值的提取
- ✓ “额外”利益的力量
- ✓ 要求转介绍的时机
- ✓ 转介绍在客户关系中的位置
- ✓ 客户转介绍的注意事项
- ✓ 客户社会资源的挖掘的方法
- ✓ 案例：华为公司的转介绍
- ✓ 案例：太平洋集团如何创造客户
- ✓ 案例：售后客服的转介绍
- ✓ 案例：邦迪的产品故事化

- ✓ 案列：产品介绍的编、导、演

第四部分：销售话术

一、销售话术类型

1. 开场白销售话术，
2. 话术应用原理
3. 主客户开拓话术，
4. 销售异议处理话术，
5. 销售成交话术，
6. 故事销售话术，
7. 情景销售话术，
8. 销售大师话术。

二、客户话术流程

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
 - ✓ 口头语言技巧练习
 - ✓ 肢体语言技巧练习
 - ✓ 眼神的运用及练习
 - ✓ 常用手势及练习

✓ 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 FABE 模式

三、成交技巧与逼单

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. 搞定大客户的四项基本原则
6. 大客户成交预测五步法
7. 成交的七大信号
8. 产品不如卖方案
9. 业务费用不够怎么

四、逼单的主要方法

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
9. 案例：“倔处长”是如何突破的
10. 工具：客户企业的两张图