

# 新品营销的四项关键技能

## 课程大纲

### 培训目标：

结合培训师 20 年的营销工作经验，汇聚各个行业进行新产品销售的要点，对新产品销售的方法和技巧进行案例化讲解并现场演练，确保学员能够完全掌握客户需求，条理清晰的有针对性的介绍产品的要点，并且能够恰当回应客户的刁钻提问，同时做好客户追踪提升销售的成交率。

**培训时间：**3 小时

### 培训大纲：

#### 第一部分：全面探测客户需求

客户选择供应商的依据是什么？  
案例分析：DELL 和 SONY 的 PK  
决定客户购买欲望的是什么？  
需要与需求  
客户需求的冰山理论  
案例：客户选择新供应商的心路历程  
如何识别客户的隐藏需求？  
案例分析：美国百货商场里的售货员  
如何将隐藏的需求变成明显需求？  
案例：某品牌热水器的销售策略  
探测客户需求的三大黄金之问  
管控策略：客户需求了解提问清单  
管控策略：客户不同类型需求分析会

#### 第二部分：打动人心的产品介绍

情景演练一：推销我们手中的手机  
情景演练二：本企业产品介绍现场展示  
小组讨论：产品介绍过程中的不足  
三段式的产品解说方式  
如何进行概况介绍  
如何进行产品卖点介绍  
如何进行客户利益介绍  
案例分析：猫与人民币之间的推销  
案例分析：枯燥的 ABS 如何进行介绍  
产品解说的注意事项  
案例分析：大自然地板的产品介绍法  
如何“先卖标准，再卖产品”  
如何控制产品介绍中的“合理信息量”  
产品介绍过程中的语调变化原则  
案例分析：候总卖表  
如何进行互动式产品说明  
案例分析：隆鑫摩托的产品介绍演练技巧  
案例分析：纽崔莱的“情景展示型”销售

如何进行旁证材料的辅助说明  
案例分析：低成本的网络宣传品的运用  
案例分析：重要客户的 DV 证言  
如何控制产品介绍过程中的专业术语  
特性利益转化表的具体运用  
销售高手的产品说明模式——构图销售法  
案例：地产营销高手的“愿景销售法”  
如何与竞争对手进行比较

#### 第三部分：针对客户刁难问题的回应

客户异议的分类  
案例分析：奥迪汽车销售顾问介绍“烧机油”  
如何识别虚假的异议和隐藏的异议  
案例分析：变缺点为优势的电冰箱销售人员  
如何面对消费者的习惯性挑剔  
如何转移客户的刁难问题  
客户异议的应对策略  
客户异议产生的原因  
太极法与延时处理法  
案例分析：直接否定客户导致丢单  
改变直线思维，运用同理心介绍法

#### 第四部分：有效的未成交客户追踪

案例分析：工业品营销的漫长成交之路  
如何适用准客户追踪表  
客户追踪过程中的注意事项  
案例：为什么准客户会愤怒！  
寻找追踪客户的最佳理由  
准客户追踪实用的五大类理由  
案例分析：找客户帮忙增进客情关系  
管控策略：有望客户追踪表