

销售沟通与客户谈判

【课程背景】

专业和灵活的销售沟通与谈判能力是优秀营销人所应具备的核心技能之一。是实现销售业绩达成的同时和客户真正意义的长期合作的重要基础。对于营销管理人员更是获得重要客户和大额项目的利器。

【课程课时】 1-2 天 (6-12 学时)

【课程形式】

60%导师讲授+30%案例解析&实战演练+10%研讨式学习

【课程收益】

- 1、销售谈判的计划和策略
- 2、掌握关键的销售沟通技巧
- 3、如何有效地处理与客户的关系
- 4、有效提升终端销售成功率

【课程大纲】

壹、 课前预先分组，将更多的时间用于技巧学习与实战研讨

式、 课程导入模块：

1、再谈最熟悉的销售工作：

这是最矛盾的一个行业，技术含量最低和技术含量最高的相对关系

2、销售发展的四个阶段；

3、销售人员的四个境界；

4、后营销时代，快消销售如何破局？

研讨：达成个人销售业绩持续成长的因素有哪些？

5、销售人员的角色认知

销售力的构成是复合的：产品分析能力、逻辑思维能力、语言表达能力、营造氛围能力、沟通谈判能力、创新思考能力、职业形象、商务礼仪等。

6、沟通力：良好的沟通意识、善用人脉的力量；

1：倾听沟通：要打动人心先倾听人心——如何听

1.1.倾听是沟通的基础

1.2.为什么我们存在倾听问题

2.3.自己多听少说让客户多说少听

1.4.同理心倾听还是同情心倾听

1.5.听出客户的弦外之音

2：语言沟通：你卖产品我卖魅力——如何说

2.1.怎样表达最有效

2.2.以客户喜欢的而不以自己喜欢的方式来讲

2.3.能激情地讲就不平淡地讲

2.4.能幽默地讲就不严肃地讲

2.5.讲顾客爱听的话不讲自己想说的话

2.6.说有用的话不说多余的话

2.7.说真话不说假话

2.8.说细节不说大概

2.9.说关心人的话不说冒犯人的话

2.10.讲肯定的话不讲模糊的话

2.11.讲解决问题的话不讲推卸责任的话

2.12.讲简单的话不讲复杂的话

2.13.能用问的就不用说的

2.14.性别不同，沟通相异

3：肢体沟通：肢体也会说话——如何看

3.1.肢体语言在沟通中的重要性

3.2.读懂顾客的肢体语言

3.3.眼睛，看穿人心的工具

3.4.手势，真正的沟通大师

4：沟通技巧：一招见成效——如何做

4.1.与人沟通前先自我沟通

4.2.你准备好了吗

4.3.如何让你的产品介绍吸引人

4.4.讲道理不如讲故事

4.5.来自环境的力量

- 4.6.顾客分为不同购买类型
- 4.7.顾客心里在想什么
- 4.8.把蛋糕做大
- 4.9.沟通需要保持一定的弹性
- 4.10.控制好自己的情绪
- 4.11.沟通式销售重在各取所需
- 4.12.最好的沟通就是做好服务
- 5：解除异议沟通：无极胜有极——如何成交
- 5.1.意识到沟通就是解决问题
- 5.2.如何说“不”
- 5.3.有效拒绝的几种方式
- 5.4.要开放性沟通，不要防御性沟通
- 5.5.了解人性，巧妙处理异议
- 6.借力打力，打好销售太极拳
- 7.顺水推舟，划好销售这条船

三、销售谈判认知模块

1、认知销售谈判中的定义和要点；

谈判是一个通过不断调整各自需求，最终使谈判双方的需求相互调合，从而相互接近直至相互统一的过程；

谈判具有“合作”和“冲突”的两重性，是“合作”和“冲突”的对立统一；

谈判既是一门科学，又是一门艺术，是科学和艺术的有机结合体；

谈判是“欲望”与“条件”的相互转化；

2、根据工作性质界定主要谈判对象？

小组研讨：根据我们的产品特性和对接职位特点，界定谈判对象

3、主要谈判对象群体的特征有哪些？

小组研讨：利用科学的思维方式分析目标群体的各项特征

4、谈判前的准备工作

心态的准备、形象的准备、资料的准备、了解的准备、沟通的准备

总结：知己知彼、不战不殆的战术要求

5、阻碍销售谈判过程中有效沟通的因素：

- (1) 过多的陈述，不懂得聆听
- (2) 不善于在聆听中发现潜在的需求和问题
- (3) 只关注我想要的，而不关注对方要表达的

6、谈判的要求及技巧

- (1) 形象要求：穿着、谈吐、行为；
- (2) 自信力的要求：两军相遇勇者胜；

一个通俗的事例：为什么赌钱带钱多的人更易赢？是牌技好还是自信大强大呢？

- (3) 面对突发事件应变能力的要求：两军相遇智者胜；
- 说“不”的技巧，委婉式回答；分析原因，逐个击破；对问题进行适当分流；用提问来进行被动与主动的转化。

6、谈判的流程分析

- (1) . 谈判的准备阶段
- (2) . 谈判的开局阶段：重视谈判前的闲聊，充分获取有效信息
- (3) . 谈判的磋商阶段
- (4) . 谈判的僵局处理：如何处理异议的技巧
- (5) . 谈判协议的促成

四、谈判实战研讨模块

1、从销售谈判的个人感受区别中寻找突破：

2、谈判法则与行动纲领

A、谈判行动纲领之十要

- (1)、要紧紧盯住实质性问题
- (2)、要坚定你的谈判决心
- (3)、要敢于设定高期望
- (4)、要不断提问和确认
- (5)、要有耐心、韧劲
- (6)、要做好退出谈判的准备
- (7)、要把重要的细节谈妥，勿留尾巴

- (8)、要做好团队内部沟通协调
- (9)、要策略性地说“不”
- (10)、要尽可能由自己起草合同

B、谈判行动纲领之十不要

- (1)、不要轻意接受对方第一次出价
- (2)、勿过早出价，更勿让步太快太大
- (3)、不要对荒谬的价格做回应
- (4)、不要忽略各议题间的关联性
- (5)、不要透露底牌
- (6)、未得到对方回应，切勿再让步
- (7)、不要让谈判桌上只剩一个议题
- (8)、不要反驳对手，更勿与之争辩
- (9)、不要让领导过早介入谈判
- (10)、不要只关注立场而忽视利益

3、谈判战略制定与节奏控制

- (1)、双方谈判实力的评估分析
- (2)、谈判战略制定之四步曲
- (3)、谈判目标的细分（必达/底线/期望）
- (4)、交易双方合作关系矩阵
- (5)、谈判战略选择模型
- (6)、谈判中的沟通和应对技术
- (7)、如何优先掌控谈判节奏
- (8)、销售谈判中应当懂得的博弈心理学和肢体语言信息
- (9)、如何处理谈判双方的敌对情绪：警惕中国对手的黑白思维

五、谈判技巧催化

1、谈判中可以应用的技巧：

- (1)、重视谈判前的闲聊：
- (2)、要有感染力：
- (3)、适当的提出权利有限：

- (4)、各个击破：
- (5)、中断谈判赢得时间：
- (6)、面无表情，沉着应对：
- (7)、缩小分歧：
- (8)、当一回老练的心理咨询师：
- (9)、合理利用对方阵营中的伙伴：
- (10)、找一个威望较高的合作伙伴：

2、谈判中容易出现的错误：

- (1)、争吵代替说服；
- (2)、对人不对事；
- (3)、进入谈判却没特定目标和底线；
- (4)、逐步退让到底线却又沾沾自喜；
- (5)、让步却没有要求对方回报；
- (6)、让步太容易太快；
- (7)、逐步退让到底线却又沾沾自喜；
- (8)、没找出对方真正的需求；
- (9)、接受对方第一次的开价；
- (10)、自以为对方知道你的弱点；
- (11)、为了赶快解决问题而创下恶例；
- (12)、从最难的问题切入谈判；
- (13)、把话说死了；

3、三分钟确认对手的人际风格及对手的分类及应对办法

忠厚老实型、冷淡严肃型、自我吹嘘型、冷静思考型、内向含蓄型 先入为主型

豪爽干脆型、滔滔不绝型、圆滑难缠型、感情冲动型、吹毛求疵型、生性多疑型

强化：要学习强大的技巧，但不要被技巧蒙蔽了双眼。过度使用技巧的谈判人员并不能成为真正的高手。

谈判的最高要求：目的谈判+技巧谈判+情感谈判+心理谈判

六、如何提升终端营销成功率

1、进行有效的销售组织

1.1 销售组织的要素：人、资源、信息、方法、技巧

1.2 销售组织的设计原则

顾客导向原则\精简与高效原则\管理幅度合理原则\稳定而有弹性原则

2 提升门店营销沟通效率

2.1 客户是如何流失的

2.2 问题到底出在哪里

2.3 我们需要做些什么

3、五力专家管门店

3.1 情商专家：员工如何建立销售的热情

3.2 系统专家：思想、品牌、陈列、促销

3.3 督导专家：如何实施监督和指导的职能

3.4 数据专家：如何进行门店数据分析

3.5 激励专家：合理的激励策略提升门店销售效能