
《市场营销策略与销售技巧》

【课程背景】

随着市场经济的发展，市场竞争越来越激烈，今天的销售，越来越具有挑战性，客户的要求越来越多，客户变得更加精明，采购选择和决策的过程也更为复杂和漫长。销售人员不再是只推销产品，更要有推销解决问题的策略和方案，以便向更高层和更广层面的决策者推销，成为客户眼中值得信赖的业务顾问和咨询者。

可见要达成交易，往往还需要在技术上有所突破。种种原因都使我们达成交易的方法不得与与时俱进，不断革新。今天要完成一桩交易，所付出的时间和资源，远比从前要多，面对的竞争也更加激烈。因此对当今的营销人员来讲，面临着更大的挑战。假如不懂得站在客户的角度上看问题，深入了解客户的具体需要，而是永远站在柜台后做叫卖式的销售，不会很容易拿到定单，达不到公司的业绩和利润的要求。

培训目标

- 掌握市场分析，营销策略的制定与规划，以及营销的管理；
- 实用的销售工具，掌握系统的营销流程、方法；
- 树立专业的销售人员形象，获得客户的好感与尊重；
- 如何维护和深度开发现有客户，上升到大客户、战略合作伙伴；
- 掌握销售的沟通技巧与人际关系维护。

【课程特色】

- **课程内容**：丰富而深刻的实操经验传导+成功的案例分享+核心工作技巧的介绍
- **讲师背景**：企业营销管理实践+系统市场管理专业素质+资深咨询培训行业历练

【培训时间】 2天 12小时

【课程大纲】

第一单元 营销理念及策略解析

- ✓ 营销的本质？
- ✓ 现代交换经济中的流程结构
- ✓ 营销观念的发展及主要趋势
- ✓ 企业营销的理论全图解析
- ✓ 营销的核心是什么？
- ✓ 营销的三个特性
- ✓ 营销购买者行为的 4 个因素
- ✓ 营销竞争全分析
 - ◇ 障碍分析
 - ◇ 产业内现有企业竞争
 - ◇ 购买者议价能力
 - ◇ 替代品威胁
 - ◇ 供应商议价能力

第二单元 市场销售策略与目标市场分解

- ✓ 市场环境的本质
- ✓ 区隔目标市场
- ✓ 产品定位
- ✓ 市场细分化和定位
- ✓ 产品计划和市场销售策略实施
- ✓ 物流业中取得竞争成功的关键因素有哪些？
- ✓ 竞争对手的战略和目标是什么？
- ✓ 竞争对手的优势在何处？弱点在何处？
- ✓ 竞争对手可能采取的行动是什么？
 - 思考与讨论：相对于竞争对手，你的优势在何处？
 - 思考与讨论：你的公司处于什么样的竞争地位？
- ✓ SPT 具体步骤
 - ◇ 识别细分变量并分割市场
 - ◇ 评估子市场吸引力，选择目标市场

-
- ◇ 为目标市场选择市场定位概念，设计沟通策略
 - ✓ 目标市场策略
 - ◇ M/P 产品以及市场专业化分析
 - ✓ 目标客户 3 个测试法则
 - ✓ 角色定位案例分析
 - ✓ 市场定位后的有效传播
 - ✓ 对内传播的 4 个关键步骤

视频分享：三大纪律八项注意

- ✓ 对外传播的 3 个关键步骤
- ✓ 企业组织结构给营销带来的困惑解析
- ✓ 营销组织结构发展的 6 个核心变化
- ✓ 价值链分析
 - ◇ 市场研究、营销战略
 - ◇ 产品、价格、渠道政策
 - ◇ 销售促进、人员推销
 - ◇ 广告、公共关系

第三单元 客户数据细分与营销的核心流程

- ✓ 锁定目标客户
 - ◇ 目标客户的细分及量化方式
 - ◇ 目标客户的资料来源及分析
 - ◇ 目标客户深度挖掘的方法技巧
- ✓ 目标客户的管理及维护
 - ◇ 如何理清客户的管理架构及选择自己的战略盟友？
 - ◇ 如何划分重点客户？
 - ◇ 客户分组与服务目标管理
- ✓ 选择客户 (Select Customers)
 - ◇ 按照特性与喜好，将市场划分成区块
 - ◇ 目标对准高价值的顾客
 - ◇ 确认投资在最能获利的机会中

-
- ◇ 增加每位顾客的收入
 - ◇ 增加顾客的获利率
 - ✓ 争取客户 (Acquire Customers)
 - ◇ 客户开发
 - ◇ 顾问式销售
 - ◇ 强化产品或服务解决问题方式的特殊性
 - ◇ 增购公司的其它产品或服务，产生升级效果
 - ✓ 保有客户 (Retain Customers)
 - ◇ 持续传送基本的价值主张
 - ◇ 服务质量保证
 - ◇ 提供顶级顾客服务
 - ◇ 创造增值效果的伙伴关系
 - ◇ 快速响应顾客的需求
 - ◇ 创造高忠诚度的顾客
 - ✓ 发展客户关系 (Grow relationships with customer)
 - ◇ 提供加值的特色及服务。
 - ◇ 针对目标顾客的需求发展 specific solutions。
 - ◇ 顾客关系管理
 - ◇ 了解顾客的组织、行业、特殊工作，提供优秀的咨询顾问服务、解决顾客问题
 - 如何维护和深度开发现有客户，上升到大客户、战略合作伙伴**
 - ◇ 客户档案的建立、完善和维护

第四单元 客户深度开拓技巧

- ✓ 销售的关键
 - ◇ 发展关系、建立信任
 - ◇ 引导需求、解决问题
- ✓ 不同客户购买环境下的销售策略
- ✓ 客户的选择与开发
 - ◇ 什么是销售漏斗

-
- ◇ 如何管理好漏斗
 - ◇ 如何选择您的理想客户
 - ✓ 开发客户的技巧
 - ◇ 数量是第一个决胜点
 - ◇ 使用多种方法去开发新客户
 - ◇ 设定新客户开发的目标，并制定计划
 - ◇ 获得见面机会
 - ◇ 如何与陌生客户保持关系
 - ✓ 以客户为中心的业务开发流程
 - ◇ 充分的准备
 - ◇ 人性化的开场白和问候语
 - ◇ 探询客户的真正需求
 - ◇ 产品陈述技巧
 - ◇ 常见的五种拒绝方式及应对技巧
 - ✓ 准成交机会的确立
 - ✓ SPIN 模型与运用
 - ◇ SPIN 与传统销售模式解析
 - ◇ 问题与对话设计
 - ◇ 进入推销主题的时机及技巧
 - ✓ 客户销售心理与行为分析
 - 客户为什么会购买？**
 - ◇ 如何发觉客户的问题，揭开他们真正的需求
 - ◇ 如何抓着「关键性的理由」来促成交易
 - ◇ 了解客户采购的考虑因素和决策心理

第五单元 销售过程的方法与技巧

- ✓ 看透客户的需求
 - ◇ 客户的四维需求
 - ◇ 客户的真实需求
 - ◇ 如何挖掘客户潜在需求

-
-
- ✓ 向多级别决策者销售
 - ◇ 明确决策者和影响者
 - ◇ 找出拦路虎，并向其销售
 - ◇ 战术和战略相结合，全方位立体销售
 - ◇ 制定向多级别决策者销售的计划访案
 - ✓ 制定客户拜访计划
 - ◇ 讨论决策者关注的优先问题
 - ◇ 准备拜访计划
 - ✓ 获得竞争优势
 - ◇ 对“所有产品和服务”进行全方位竞争力分析
 - ◇ 制定竞争展示方案
 - ◇ 确定贵公司的长处与不足并做到扬长避短
 - ◇ 巧妙地将自己与竞争对手进行比较
 - ◇ 用投资回报率、存货周转率及库存管理等工具来
 - ◇ 客户异议处理（分享与讨论）
 - ✓ 购买影响力识别与处理技巧
 - ✓ 阐述并强化客户购买欲望
 - ◇ 获得竞争优势
 - ◇ 对“产品和服务”进行竞争力分析
 - ◇ 制定竞争展示方案
 - ◇ 确定长处与不足并做到扬长避短
 - ◇ 克服竞争威胁
 - ◇ 巧妙地将自己与竞争对手进行比较

第六单元 销售中的商务谈判与人际关系

- ✓ 做好与客户沟通前的准备工作
 - ◇ 对产品保持足够的热情
 - ◇ 充分了解产品特性
 - ◇ 掌握介绍自己和产品的艺术
 - ◇ 准备好你的销售道具

-
- ◇ 明确每次销售的目标
 - ✓ 销售人员人际交往技巧
 - ✓ 有效应对客户的技巧
 - ◇ 巧妙应对客户的不同反应
 - ◇ 不要阻止客户说出拒绝理由
 - ◇ 应对客户拒绝购买的妙招
 - ◇ 分散客户注意力
 - ◇ 告诉顾客事实真相
 - ✓ 与客户保持良好互动
 - ◇ 锤炼向客户提问的技巧
 - ◇ 向客户展示购买产品的好处
 - ◇ 使用精确的数据说服客户
 - ◇ 寻找共同话题
 - ✓ 准确捕捉客户的心思
 - ◇ 真诚了解客户的需求
 - ◇ 把握客户的折中心理
 - ◇ 准确分析客户的决定过程
 - ◇ 对症下药地解决客户疑虑
 - ◇ 了解客户内心的负面因素
 - ✓ 培养顾客的信赖感：
 - ✓ 客户的感知模式
 - ◇ 不同感知模式的特点
 - ◇ 不同知感模式的对应方法
 - ✓ 客户的个性模式分类与沟通

第七单元 销售中的人性解读

- ✓ 投射与认同
 - ◇ 投射和认同的定义
 - ◇ 在与人相处的过程中，心理是怎么运作的？
 - ◇ 员工和领导的真正内在需求是什么？

-
- ◇ 如何不受别人投射的影响
 - ◇ 如何做一个能量强的人，影响他人
 - ✓ 意识与潜意识
 - ◇ 如何去影响一个人的行为？
 - ◇ 人的行为究竟是由什么控制的？
 - ◇ 为什么人会有一些不理性的行为？
 - ◇ 怎样控制自己的情绪？
 - ◇ 怎样影响别人的情绪？
 - ◇ 管理是控制下属吗？
 - ❖ 现场演示：潜意识究竟有多强大
 - ✓ 四种气质表现形式
 - ◇ 气质是什么
 - ◇ 你自己是什么气质？
 - ◇ 怎样接纳自己的气质？
 - ◇ 你的员工属于什么气质？
 - ◇ 怎样与不同气质的人相处和沟通？
 - ◇ 怎样看待每个人的气质？气质有优劣之分吗？
 - ◇ 气质测试解读
 - ◇ 与什么气质的搭档一起工作
 - ❖ 故事分析：帽子的故事
 - ❖ 气质测试：测量自己的气质

第八单元 销售人员心态修炼

- ✓ 销售人员要面临的挑战
 - ◇ 客户的要求变化
 - ◇ 竞争对手的策略变化
 - ◇ 新产品的推出变化
- ✓ 认识心态，并学会管理自己的心态
 - ◇ 心态的定义及心态分类（消极、积极）
 - ◇ 销售人员的现实定位及未来职业生涯规划

-
- ◇ 多位压力的来源及对压力的管理
 - ✓ 销售人员应该锻炼的心态有哪些？
 - ◇ 积极心态的定义及培养积极心态的方法
 - ◇ 责任心态的定义及培养责任心态的方法
 - ◇ 坚韧心态的定义及培养坚韧心态的方法
 - ◇ 感恩心态的四个层次意识分享

一个职业化的销售人员必须拥有这四种心态才能使自己在营销中控制自己的情绪，应对挑战，保证公司战略目标的实现与大成。