

《成交为王-金牌门店销售（经理）销售技巧提升》

【课程背景】

门店从古至今在商业交往中都有着非常重要的地位,从消费者行为和购买偏好来看,很多消费者是在门店里看到商品以后才做出购买的决定。根据一份市场调查报告可知,很多人进商场只是随便逛逛,其中 83.6%的消费者是非计划性购买,而 91.6%的消费者是到了门店才决定购买商品的。

员工是门店最重要的资源,门店必须要对员工进行系统的培训,让其有成长的空间,只有这样员工才愿意和门店一起并肩作战。如何才能让员工有效地进行门店营销,提高门店的销售额呢?

本课程从专业的角度来讲述销售人员如何运用专业销售技巧去有效提升销售业绩。培训导师有着近 10 年的销售实战经验,从基层业务做起一直到总经理,非常熟知每个阶段销售人员在想什么、做什么、困惑在哪里,在培训过程中能够对具体实务提供操作性极强的解决之道,让学员在培训结束后感到专业销售是高标准的,但也是可操作的,是能够切实帮助企业解决实际问题的!

【课程特色】

讲授、游戏、研讨、案例分析等互动方式，课程引入了最新的教练技术、建构主义、引导技术、行动学习等新式教学方法！

【课程对象】 一线店员，销售主管，销售经理

【课程时长】 1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、开场破冰定向

1、你为什么而来？

2、梦想-目标-未来

3、销售素养提升的核心公式

1) 倒三角模型（信念、行为、成果、我是一切的根源）

2) 成为-行动-拥有，我是家居顾问专家--宣誓

4、开篇

1) 完整销售需要一个平衡

2) 顾客的期望值是多少？

3) 建材销售的特点

4) 销售的要求以及最高境界

5、一切尽在掌握的销售“秘诀”

二、如何让客户进店与顾客快速建立“信任”

1、专业销售新模式，销售人员成长三角形

2、分析：我们的顾客为什么不进来？

3、客户在观望阶段看什么？进店顾客心理分析，解决思路。

4、为什么销售员的行为对销售成功起到举足轻重的作用？

1) 创造良好的第一印象，是什么在影响你对客户的印象？

2) 令客户反感的行为汇总

5、客户进店阶段标准动作、注意事项、要领分解

6、与顾客“通电”时机的把握。

7、NLP 感官分类及应对技巧

8、NLP 深度沟通五步法及说服策略

9、如何与客户做好寒暄，并建立信任感。

10、迎宾接待--终端实战情景训练

三、如何准确抓住顾客需求

1、消费者常见消费心理分类

2、常见建材顾客消费特点心理分析

3、客户购买的需求有哪些？

4、了解需求阶段标动动作、注意事项、要领分解

5、需求分析秘诀之望、闻、问、切

1) 望——正面了解顾客，常见进店三种顾客分析

2) 闻——侧面了解顾客

3) 问——问个水落石出

4) 切——对顾客定位，对销售定位

6、与顾客沟通 FABE 话术设计

7、顾客购买心理模式剖析-五类十模式

四、如何做好有效逼单与后续跟进

1、分析逼单失败的原因

1) 为什么客户不签单？

2) 什么情况下进行逼单

3) 如何逼单

4) 逼单的过程及细节要求

2、逼单之如何解除客户异议

1) 异议产生的原因？

2) 未成交客户异议处理

3) 如何排除顾客十大异议

3、逼单之成功选择成交的恰当时机

1) 哪些信号是客户发出的成交暗示？

2) 语言、表情、行为信号

4、成交技巧

5、如何留下意向与后续跟进

1) 如何面对拒绝

2) 如何留下意向

五、学习分享，课程结束