

# 《专业销售技巧：销售流程关键与成交技法》

标准课时：2 天

## 【课程概览】



专业销售的概念始于美国心理学家 E. K. Strong 撰写的《销售心理学》，其核心发展至今即为人们熟知的专业销售技巧（PSS）。专业销售技巧的内涵本身一直在变，始终与市场的发展同步，使得这一经典的销售模式靡久不衰，成为销售人员的进阶教案或有经验销售人员的强化课程，从而减少不必要的弯路和失误，促使销售行为更为专业并发挥最大效益，做到“进门之前有目的，出门之后有结果”，持续稳定地获得客户承诺，缩短销售周期，提高成交几率。

本课程详解专业销售的流程、技巧和多种实操工具。这包括做最充分的销售准备并设定务实的访谈目标；在接近客户中获得好感，建立信任；通过有效的提问获取客户的关键信息、需求及关注；站在客户的角度陈述产品性能及带给客户的利益；销售演示和提案制作；预防及专业应对客户的反对意见；以及识别购买信号进而及时地提出购买建议，达成交易。课程还总结了成功销售人员的特质，即值得信赖，易于相处，自我恢复，同理心以及自我驱策。

## 【培训对象】

一线销售代表、主管，区域经理，业务发展经理，市场营销经理等；用于专业销售人士的技能提高和强化训练，以及需要提升对销售体系认知的各类营销从业人员和职业经理人。

## 【学习收获】

- 解析销售流程的七个阶段——准备与接近，调查与说明，演示、提案与缔结
- 设定客户访谈的双重目标——收集信息和取得承诺，寻求销售的阶段性进展
- 分析信任建立的关键要素——职业化，专业度，主动性，亲和力等
- 把握需求调查的四种手段——观察，提问，倾听，分析，深度理解购买动机
- 学习产品说明的专业话术——基于客户的购买理由陈述产品带来的利益
- 掌握销售缔结的三个步骤——处理客户异议，识别购买信号，提出购买建议

## 【授课方式】

- 引进英国 Video Arts 影视教材，生动形象，帮助学员在销售技能领域快速起步和拓展
- 定制的课程内容与专题讨论确保培训与学员的实际工作密切相关，学以致用
- 提供多个实用的销售工具表单供训后使用，指导学员在一线实践中找到专业销售路径

## 【内容纲要】

### 01 流程关键与核心

- 专业销售流程的七个阶段与关键行为
- 销售核心——发现、引导和满足客户的需求

### 02 销售准备与目标

- 线索获取、目标发现、访谈预约三步骤解析
- 销售三项准备——客户信息、竞争情报、

- 行为法则——问比说重要，需求比产品重要
- 成功销售人员 AGREE 特征模型

### 03 客户接近与开场

- 如何销售自己：卡耐基人际关系法则应用
- 建立信任的五大要素——从职业化到亲和力
- 切入正题的五种方式——从提问题到讲案例
- 专业销售工具表单：访谈开场设计表

### 05 产品说明与利益

- FAB 模型——产品说明的特征利益转化法则
- 基于客户既有需求，精准呈现产品利益
- 利益证明——案例、权威报告、获奖荣誉等
- 专业销售工具表单：产品利益陈述表

### 07 异议分析与处理

- 客户异议的六大真相分析——问题就是机会
- 走出异议处理误区（插话打断、争辩等）
- 异议处理实操技巧（忽视法、补偿法等）
- 专业销售工具表单：异议处理五步法

公司资源

- 访谈两类目标——行为目标与承诺目标
- 专业销售工具表单：销售准备检查表

### 04 需求发现与识别

- 四种关键行为——观察、提问、倾听、分析
- 三类提问模型——调查性、探究性和确认性提问
- 如何发现有“质量”的需求：与企业自身优势切合
- 专业销售工具表单：需求调查提问表

### 06 销售演示与提案

- 销售演示——为激发客户欲望开展的体验式营销
- 促成演示机会，使客户离购买更近一步
- 销售提案——为促成交易而提交给客户的建议书
- 专业销售工具表单：客户心理十五条

### 08 销售缔结与成交

- 识别购买信号——十大语言与行为购买信号解读
- 提出成交建议——五种常用签单手法与应用
- 尽快落实合同，确保交易执行
- 课程总结：没有客户的八个原因