

# 家庭宽带推销技巧

## 【培训课时】

2天( 12 小时)

## 【授课方式】

实例讲解、头脑风暴、案例研讨、小组讨论、角色扮演

## 【课程大纲】

### 第一讲、拓客---联通天地

#### 一、拓客计划

- 1、分析目标客群
- 2、客户 DISC 性格分析
- 3、客户需求分析

#### 二、外拓地点选择

1、单核

2、多核

3、主商圈

4、场地布置与陈列

工具：《客户分级档案表》、《拜访计划表》、《客户区域分布图》

#### 三、外拓八式

- 1、低门槛策略
- 2、微信点评法
- 3、微信分享拓客法
- 4、异业联盟拓客法
- 5、问答卷拓客法
- 6、透支法
- 7、抽奖法
- 8、体验法

### 第二讲、面对面推销技巧

#### 一、消费行为分析

- 1、5 种类型消费者
- 2、影响消费的因素

#### 二、个人形象塑造

- 1、职业装
- 2、专业度
- 3、压力分散模型

#### 三、朋友式介绍法

- 1、亲和力
- 2、互惠原理

演练：学员对练

#### 四、专家式产品介绍法

- 1、AIDAM 技巧

演练：学员做方案

#### 五、富兰克林产品介绍法

- 1、知己知彼
- 2、T形图
- 3、太阳图

#### **六、快速成交**

- 1、二选一法则
- 2、假设成交法
- 3、直接要求法
- 4、总结利益成交法

#### **七、附加推销**

- 1、补零法
- 2、配搭法

### **第三讲、促销——业绩促动**

#### **一、促销流程**

- 1、促销市场研究
- 2、确定促销要素
- 3、实施促销
- 4、执行和评估促销结果

#### **二、实效促销方式及操作要点**

- 1、特价促销
- 2、赠品促销
- 3、联合促销
- 4、抽奖促销
- 5、活动促销
- 6、路演促销
- 7、现场演示

#### **三、洞察顾客的消费心理**

- 1、顾客购物动机与识别技巧
- 2、常见顾客组合及需求把握
- 3、顾客个性类型分析及接待技巧
- 4、顾客购买的准备阶段心理特点

#### **四、完美执行的促销管理工作**

- 1、明确促销活动的分工和责任人
- 2、活动礼品或奖品的采购原则
- 3、促销活动的全员培训和动员
- 4、促销活动的现场控制与应急
- 5、促销活动的考核与评估

### **第四讲、粉丝——客户关系维护，业绩的保障**

#### **案例分析：粉丝管理能带来多少效益**

#### **一、粉丝管理对零售的意义**

- 1、什么是粉丝
- 2、粉丝的作用

#### **二、粉丝流失的原因分析**

- 1、品牌粉丝现状
- 2、品牌方关注度

3、客户方的选择性

### **三、粉丝的开发**

1、进店率

2、户外开拓

3、VIP 维护

### **四、粉丝营销的七大流程**

1、明确实行粉丝的目标是什么

2、粉丝的目标客户群

3、为会员选择正确的利益

4、做好财务预算

5、为会员构建一个沟通的平台

6、粉丝的组织与管理

7、数据库的建立与管理

### **五、粉丝顾客的有效维护步骤**

1、粉丝大数据登记表

2、三个短信一个电话

3、微信新工具的使用