

# 金牌销售之六脉神剑

## 【课程背景】：

您是否在营销实际工作中遇到如下“拦路虎”...

- 见到客户时羞羞答答，不敢勇敢讲出你销售本意；
- 无法突破传统的营销思维；
- 找不到更有效的营销渠道和模式；
- 无法与客户进行有效的沟通，不能有效掌握客户的心理底线；
- 不知如何诉求产品的特殊利益，进一步激发客户购买欲望；
- 不懂如何促成成交的技巧；
- 无法服务好已经成交的客户；

## 【课程收益】：

- 1、简单易懂，操作性强，学员可以学以致用。
- 2、掌握推销的技能提升方法；
- 3、了解谁是决定购买的人？
- 4、深知“找对人”的重要性；

【授课时间】：2天(6小时/天)

## 【授课对象】

设计师、销售经理、营销总监、市场策划人员、销售员等

【授课方式】：讲授式+互动讨论+案例研究+实际模拟

## 【课程大纲】：

### 第一步、客户邀约

讨论：如何提升客户电话邀约？

#### 一、消费行为sor模型

- 1、sor模型原理
- 2、影响因素

#### 二、消费行为特征分析

- 1、追求试用
- 2、追求新奇
- 3、追求美感
- 4、追求名望
- 5、追求廉价
- 6、追求便利
- 7、追求安全
- 8、追求荣耀

#### 三、客户邀约五大关键

- 1、品牌因素
- 2、产品因素
- 3、营销因素
- 4、服务因素
- 5、价格因素

#### 四、电话开场白

- 1、开场白应解决的三个心理问题
- 2、开场白应达到三个目的
- 3、6大开场方式

学员演练：开场白话术。

## 第二步、量房

视频：成龙销售健身器材

### 一、了解客户需求

- 1、对商品基本功能的需要
- 2、对商品质量性能的需要
- 3、对商品安全性能的需要
- 4、对商品审美功能的需要
- 5、对商品情感功能的需要
- 6、对商品社会象征性的需要
- 7、对享受良好服务的需要

### 二、四种类型客户分析

- 1、D型
- 2、I型
- 3、S型
- 4、C型

游戏：依葫芦画瓢

### 三、沟通的形式

- 1、正式和非正式
- 2、语言和非语言
- 3、单向和双向
- 4、上行下行和平行

### 四、如何运用沟通的三种表达语言

- 1、文字语言
- 2、声音语言
- 3、肢体语言

### 五、无缝沟通管理系统

- 1、团队沟通 3 层面
- 2、沟通回应 4 风格
- 3、团队沟通 5 有效
- 4、有效倾听 5 层次
- 5、积极倾听 7 部位
- 6、团队沟通 6 步骤

游戏：雪花片片

## 第三步、出图

讨论：小米米聊的启示

### 一、ABC 谈单模式

- 1、主讲 A 的塑造
- 2、客户 B 的了解
- 3、C 的配合

### 二、产品推销技巧

- 1、视觉销售法
- 2、FAB 法
- 3、富兰克林产品介绍法

## 练习：产品推销

### 案例：海底捞的惊喜

#### 三、没有永远的拒绝，只有不懂变化的推销

- 1、叩开心门：交流情感
- 2、旁敲侧击：人们都不喜欢口若悬河的推销
- 3、以问代答：他说你听比你说他听更有效
- 4、投其所好：千言万语不如心坎上一个词
- 5、脑洞大开：梳子未卖，“镜子”先行
- 6、一笑千金：面带三分笑，订单跑不掉

#### 第四步、报价技巧

##### 一、果断报价

##### 二、对比报价

##### 三、利益报价

##### 四、细分报价

##### 五、价值转化法

##### 六、探寻客户底线

#### 第五步、一次（二次）到店

##### 一、客户不到店的原因及基本的类别

- 1、不明白你的讲解
- 2、顾客需要不被了解
- 3、害怕“被出卖”
- 4、没有说服
- 5、主要购买动机没有得到满足

##### 二、客户异议类型

- 1、“我没时间！”
- 2、我现在没空！
- 3、我没兴趣。
- 4、“请你把资料寄过来给我？”
- 5、“抱歉，我没有钱！”
- 6、“目前还无法确定会如何。”
- 7、我得先跟家人谈谈！
- 8、“我们会再跟你联络！”

##### 三、言谈失败的六种原因

- 1、表情不清
- 2、未加糖衣
- 3、戳人痛处
- 4、力度不够
- 5、弄巧成拙
- 6、时机不当

##### 四、如何把话说到别人心坎上“四要”

- 1、根据别人的兴趣爱好说话
- 2、根据别人的性格特点说话
- 3、根据别人的潜在心理说话
- 4、根据别人的不同身份说话

## 五、战无不胜---电话营销技巧

### 1、让客户感兴趣的开场白

- 1) 开心法
- 2) 信任法
- 3) 困惑法
- 4) 想象法

### 2、发掘需求——提问

- 1) 请示层提问
- 2) 信息层问题
- 3) 问题层提问
- 4) 解决问题层提问

### 练习：提问话术

## 第六步、下订签约---促单技巧

### 讨论：消费者购买决策步骤是怎样的？

#### 一、客户的成交心理

- 1、羊群效应：抓住人人都有的从众心理
- 2、权威效应：名人光环的诱惑与威力
- 3、排除干扰：擒贼先擒王，找准“关键人物”
- 4、贪婪原则：让客户占便宜总是好过降低价位
- 5、饥饿心理：得不到的才是最好的

#### 二、成交的关键点

- 1、设计客户购买的理由
- 2、设计好成交的所需要的“勾”
- 3、产品的价值塑造
- 4、你的“托”在哪里
- 5、成交单证的准备

#### 三、快速成交技巧

- 1、二选一法则
- 2、假设成交法
- 3、直接要求法
- 4、惜失成交法
- 5、他人见证法
- 6、总结利益成交法

#### 四、没有看不懂的人心，只有不会看的眼睛

- 1、察言观色：解读客户的购买心思
- 2、声东击西“好胳膊好腿不如一张好嘴”
- 3、洞秋毫：找准客户中的“当家人”
- 4、醉翁之意：读懂客户的言外之意