

# 没有卖不掉 只有不会卖

## 【课程对象】

销售精英

## 【课程目的】

情景销售与终端销售技巧

## 【课程课时】

2天(6小时/天)

## 【课程大纲】

### 第一章、没有找不到需求的市场，只有标错标签的商品

- 一、思路决定销路：把梳子卖给方丈
- 二、客户的差异性心理：像卖日用品一样卖感快贴
- 三、幸运是怎么来的：你若会把握，成交就在哪里
- 四、“锚锭”原理：找对人，做对事，说对话
- 五、正视拒绝：爬起来，客户在原地等你
- 六、成交的切入点：你的客户是谁？

### 第二章、没有不好卖的东西，只有不会卖的人

- 一、愿者上钩：怎样让方丈对梳子感兴趣
- 二、摸清需求：地球人都是潜在客户
- 三、认同法则：卖东西，也许只因为卖东西的人
- 四、圆心法则：圈子越大，销售越好做
- 五、诚信法则：客户，比产品更重要

六、锲而不舍：打破“谢绝推销”的咒语

七、最优法则：客户往往青睐最好的

### **第三章、没有天生的高手，只有不会做人的销售**

一、首因效应：先交朋友后做销售

二、平等原则：别让自卑困住你的舌头

三、知己知彼：话不在多，“攻心”最重要

四、退让原则：客户发火，我们灭火

五、幽默营销：有本事就把客户逗笑

六、豁达原则：积极心创造好业绩

七、“厚脸皮”原则：坚持到让客户绝望

### **第四章、没有签不下来的订单，只有错过了的商机**

一、换位思考：你能像方丈一样思考吗？

二、羊群效应：抓住人人都有的从众心理

三、权威效应：名人光环的诱惑与威力

四、排除干扰：擒贼先擒王，找准“关键人物”

五、贪婪原则：让客户占便宜总是好过降低价位

六、饥饿心理：得不到的才是最好的

七、恐惧心理：击溃客户的心理防线

### **第五章、没有看不懂的人心，只有不会看的眼睛**

一、成交讯息：嗅出你的第一桶金

- 二、察言观色：解读客户的购买心思
- 三、火眼金睛：看准客户的眼色
- 四、洞秋毫：找准客户中的“当家人”
- 五、醉翁之意：读懂客户的言外之意
- 六、声东击西“好胳膊好腿不如一张好嘴”

## **第六章、没有永远的拒绝，只有不懂变化的推销**

- 一、叩开心门：方丈为什么会拒绝梳子
- 二、旁敲侧击：人们都不喜欢口若悬河的推销
- 三、以问代答：他说你听比你说他听更有效
- 四、投其所好：千言万语不如心坎上一个词
- 五、拉近距离：“我们”比“我”更有效
- 六、脑洞大开：梳子未卖，“镜子”先行
- 七、一笑千金：面带三分笑，订单跑不掉

## **第七章、没有做不成的买卖，只有不管用的计策**

- 一、唯利是图心理：客户在乎的只是自己的利益
- 二、利益营销：吊起客户的胃口来
- 三、卖点营销：最特别的就是最好的
- 四、体育营销：说一千道一万，不如眼见为实
- 五、侥幸心理：一点“好处”，让客户产生亏欠感

## **第八章、没有攻不破的心理防线，只有还没下足功夫**

- 一、关怀策略：消费，不只是花钱

- 二、满足策略：给客户“面子”，客户就会给你钱
- 三、大王效应：80%的订单来自 20%的客户
- 四、沉默是金：倾听的艺术
- 五、以心换心：设身处地替客户考虑，客户会感激你
- 六、互悦机制：你够真诚，客户才会信任你
- 七、取悦策略：最甜一点，买卖就成了
- 八、服务式营销：买你的东西，也许只是为了优质的服务
- 九、保持耐心：心急保不住大单
- 十、推销自己：给客户钟情于我们的理由
- 十一、关注回款：订单下了，销售还没有结束

## **第九章、没有钓不到的“鱼”，只有不对路的饵**

- 一、“梳理”客户：一眼看穿客户的性格
- 二、理智型客户：关键词——实用
- 三、计较型客户：关键词——实惠
- 四、虚荣型客户：关键词——赞美
- 五、犹豫型客户：关键词——选择
- 六、沉默型客户：关键词——真诚
- 七、谨慎型客户：关键词——细节
- 八、暴躁型客户：关键词——顺从

## **第十章、没有百分百的满意，只有仍不够好的服务**

- 一、结下“销售缘”：成交之后，才是销售真正的开始

- 二、遵守承诺：不给客户开“空头支票”
- 三、售后服务：积极回应客户的反馈
- 四、反省改善：将客户投诉当做成交机会
- 五、贴心回馈：用热忱拴住客户的心
- 六、保持联系：让老客户心甘情愿替你推销产品
- 七、随时积累：搭建你自己的销售网络