

顾问式销售技巧

概述

有些客户并不清楚自己的问题是什么，不知道解决这个问题所带给公司的价值，甚至找不到现成的产品/服务能够满足需求的。也就是说，客户需要购买的不是产品，也不是服务，而是一个需要开发的解决方案，一个能够解决客户问题的方案。

顾问式销售技巧所应用的场景如下：

- 客户对现况是满足的
- 客户不知道有其他更好的方式可以满足他的需求
- 客户知道问题的所在，却不知道改变后的价值
- 客户知道问题所在，也知道改变后的价值，但不知道要怎么解决
- 客户的需求比较独特，需要定制化服务

针对这群客户的情况，所需要的销售技巧与传统的销售技巧是不同的！顾问式销售技巧，先是要能够获得客户的信任，让后挖掘客户的隐性需求为显性需求，最后与客户共同创造解决方案。

很多人认为销售代表要扮演顾问，要能够成为产业的专家，能够提供建议给客户以创造价值，这样可以顺利推动业务完成销售的目标。然而，现在客户的信息来源很多，竞争者也不断地提供资料给客户，这就是销售代表越来越困难能够成功扮演顾问专家角色的原因。大多数的公司所采取的策略，要么就从技术单位转调技术专家，要么就要去销售代表努力提升技术能力，但这两个策略都需要时间，总是缓不济急。因此，我们需要另外一种不同的策略。

新的策略就是从技术的专家顾问转为问题解决的专家，也就是能够引导客户共同解决问题的顾问。顾问式销售技巧的关键能力：

- 能够快速获得客户的信任
- 能够转换客户的隐性需求到显性需求
- 能够与客户创造对话，共同找到解决方案
- 快速推动业务的进行

学习流程

在课程中，学员将通过不同形式学习活动，来学习以下课题：（这些活动将包括小组与全体讨论、个人与结队练习等...）

- 掌握客户的购买心理及购买阶段，了解顾问式销售的特点
- 透过技巧和公司介绍，建立客户的信任
- 有效开启暖场及开场，清楚定位拜访目的，建立开放氛围
- 透过四步引导问句，转换客户的隐性需求到显性需求
- 与客户共同发展解决方案的流程和原则
- 与客户共同发展解决方案的步骤和技巧
- 制定后续跟进事项，约定下次拜访的计划

课程收益

在课程结束后，学员将学会以下技巧及收获：

- 掌握客户购买的心理
- 建立信任的公司介绍
- 暖场和开场的技巧
- 四阶段挖掘客户需求的引导问句
- 共同发展解决方案的流程
- 引导者的心态
- 客户不同风格的应对方式
- 讨论工具的使用
- 量化客户的投资回报
- 处理客户的挑战和质疑
- 指定后续跟进计划的工具和技巧

《顾问式销售技巧》

模块	课程大纲	时间分	教学方法
课程导入	<ul style="list-style-type: none"> • 开场（客户方） • 破冰活动 • 研讨公约 • 课程介绍 • 讨论：学员面临的挑战是什么？ 	30分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 猜猜看 • 小组讨论
第一单元 销售的基本原理	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：顾问式销售和一般销售的差异，和销售的基本原理 • 销售的定义：帮助客户做出决策与采取行动的过程 • 三种购买的原因：改善、追求、避险 • 传统和现代销售模型的比较 • 购买者的关注点变化：阶段一、二、三 • 销售过程管理：销售步骤对应购买阶段 • 成功销售拜访的特性 • 活动：客户可能 	90分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论
第二单元 获得客户的信任	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：快速获得客户信任，并介绍公司 • 建立信任的方法：经验、组织、推荐、你 • 聆听技巧：聆听和寻问 • 五种助语的使用 • 建立信任的公司介绍 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 让学员熟悉助语的用法 - 公司介绍的角色扮演 	45分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 二人练习 • 角色扮演
第三单元 开场白	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：能够正确地启动讨论的氛围和目标 • 需求、机会、现象、成本的分辨 • 暖场及转场：这是获得客户信任的第一个接触，要精心设计以建立连接 • 开场的步骤：如何有效开场对销售拜访的结果，有直接及关键的影响 	60分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 三人角色扮演

<p>第四单元 四步引导问句</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：无论客户是否清楚知道自己的需求，但总是高度自信地表现要求销售人员介绍产品，但销售应该采取不同的方式来回应。 • 问题的类型：开放式及限制式，这是最广为了解，却最难以掌握的技巧，但在引导客户的运用是非常重要的。 • 四步引导问句： <ul style="list-style-type: none"> - 确认现况 - 探寻痛点 - 持续存在的痛苦 - 解决后的价值 • 活动：设计脚本及角色扮演 	<p>180分</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 三人角色扮演
<p>第五单元 开启问题解决的讨论</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：客户已经明确必须要解决的问题，接下来就是要开始共同解决问题 • 共同解决问题的信念 • 三种不同的问题类型 • 问题解决讨论的流程 • 主持问题解决讨论的核心技术 • 问题解决讨论的四个阶段 • 引导参与的方法及工具 • 活动：体验各种方法和工具 	<p>150分</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 工具模拟使用
<p>第六单元 进行问题解决的讨论</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：能够依据客户不同的类型进行合适的回应，并引导讨论 • 选择讨论的模型，推动讨论 • 了解个人的社交风格 • 依照客户的社交风格进行回应 • 活动：引导问题解决的讨论 • 量化问题解决的价值 	<p>180分</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 社交风格测试
<p>第七单元 结束销售拜访</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：销售拜访的结束，才是工作的开始 • 进行工作的分配 • 了解客户的决策流程 • 约定后续跟进工作 	<p>45分</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论
	<p>总课时长度</p>	<p>13小时0分</p>	
<p>休息时间：上下午各一场 15 分钟休息 中饭休息时间：1 个小时</p>			