

---

## 概述

传统的销售人员拜访，是将公司的政策传递给客户，和把客户的意见反馈给公司。公司会强制命令给销售人员推动，而客户也会抵制和抗议，最后销售人员在中间来回协调和说服。随着产品同质化和严重内卷的冲击下，越来越难以实现。销售人员的工作方式和定位，也必须随之调整。

销售人员的定位必须从传统邮差的信息传递，转换为业务推动的商业教练。也就是说，对客户进行商业教练的互动，进而引导客户到公司想要的方向和政策。然而，比起传统的邮差来说，商业教练需要更高的技巧和能力。因此，本课程的设计就专注于学员在销售拜访中的商业教练技巧和行为转化。

维护客户关系及教练技巧			
教学方法	时间分	课程大纲	模块
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容讲解</li> <li>• 猜猜看</li> <li>• 小组讨论</li> </ul>	15分	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 开场（客户方）</li> <li>• 破冰活动</li> <li>• 研讨公约</li> <li>• 课程介绍</li> <li>• 讨论：学员面临的挑战是什么？</li> </ul>	课程导入
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容讲解</li> <li>• 技巧演示</li> <li>• 话术准备</li> <li>• 小组讨论</li> </ul>	90分	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：商业教练的相关理论</li> <li>• 新解马斯洛需求架构</li> <li>• 三种改变的原因：改善、追求、避险</li> <li>• 决策过程：阶段一、二、三</li> <li>• 大客户的关系维护（KA）</li> <li>• 渠道的关系维护（渠道）</li> <li>• 商业教练的定位和流程</li> </ul>	第一单元 客户关系基础概念
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容讲解</li> <li>• 技巧演示</li> <li>• 话术准备</li> <li>• 小组讨论</li> <li>• 二人角色扮演</li> </ul>	60分	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：获得客户的信任是维护客户的重要基础，如何使用正确技巧获得客户就显得非常重要。</li> <li>• 获得初步信任的策略</li> <li>• 获得长期信任的原则</li> <li>• 获得快速信任的方式</li> </ul>	第二单元 维护信任关系
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容讲解</li> <li>• 技巧演示</li> <li>• 话术准备</li> <li>• 小组讨论</li> <li>• 三人角色扮演</li> </ul>	60分	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：一个好的开场可以让后续的销售拜访更为顺利，在这个单元中教导学员如何设定一个清楚和明确的拜访目的，以方便后续的商业教练流程</li> <li>• 拜访前，确认拜访目标</li> <li>• 阶段性目标的确定（KA）</li> <li>• 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</li> <li>• 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</li> </ul>	第三单元 打开客户态度

<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容讲解</li> <li>• 技巧演示</li> <li>• 话术准备</li> <li>• 小组讨论</li> <li>• 三人角色扮演</li> </ul>	180分	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：只是了解客户说的需求，这是不够的！我们还需要知道客户为什么有这个需求，在需求满足后的感觉/价值。更重要的是我们要能够引导客户的需求，到我们的方案</li> <li>• 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。</li> <li>• 前导式提问：透过三个简单回答的问题，让客户进入被引导状态，而进行后续的引导</li> <li>• 三步教练/引导提问，让客户准备接受方案的说服</li> </ul>	第四单元 引导客户需求
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容讲解</li> <li>• 技巧演示</li> <li>• 话术准备</li> <li>• 小组讨论</li> <li>• 三人小组讨论</li> </ul>	150分	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：在客户挖掘出自己的需求后，销售人员就开始进行展示自己的产品/服务/方案是如何满足客户的需求，展示的时间不能过长，但必须清楚和完整</li> <li>• 找出方案的亮点</li> <li>• 展示方案的方式和说词</li> <li>• 连接方案到价值：这是一个搭桥的活动，搭得漂亮，就可以一次到位。</li> <li>• 展示方案的步骤：如何有效展示特色及利益，让客户顺利接受？</li> </ul>	第五单元 说服客户接受方案
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容讲解</li> <li>• 技巧演示</li> <li>• 话术准备</li> <li>• 小组讨论</li> <li>• 三人角色扮演</li> </ul>	180分	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：客户在聆听我们的方案后，一定会提出反对的意见和想法，就要使用谈判技巧来处理，和推动客户的支持</li> <li>• 活动：收集客户的反馈意见</li> <li>• 获取反馈清单：如何能够顺利处理客户的顾虑，就在这里发生的！处理好，就可以顺利进行下一步，如果不行，那就要重新开始。</li> <li>• 明确反馈背后的利益</li> <li>• 明确反馈类型并回应</li> </ul>	第六单元 进行谈判
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内容讲解</li> <li>• 技巧演示</li> <li>• 话术准备</li> <li>• 小组讨论</li> <li>• 三人角色扮演</li> </ul>	45分	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 单元目的：应该以客户为中心地制定后续跟进事项。让客户为我们在他们的公司内部，推动我们的业务</li> <li>• 转移到达成协议：转移到最后阶段的时机及方式</li> <li>• 总结客户整体价值：销售拜访的最后一个有力的价值推动</li> <li>• 提出承诺建议： <ul style="list-style-type: none"> <li>- 如何引导客户主动推动方案（KA）</li> <li>- 接受方案，并推动执行（渠道）</li> </ul> </li> </ul>	第七单元 推动方案的进行
13小时0分		总课时长度	

