
概述

销售是帮助客户做决策与行动的过程，而销售的本质就是改变。不论是客户自己要改变，还是我们希望客户改变而进行销售。经过许多的研究和发展，发现在这些的行为背后都有一个固定的模式和流程，而本课程就是基于这个模式和流程所开发的。

许多销售人员犯的最大错误就是急于推销自己的产品，而一个成熟的销售人员懂得使用引导技巧，引导客户自己去思考如何解决自己的问题，并决定立刻采取行动。“引导式销售技巧”采取以客户为中心的方式，引导客户从认识自己的问题及解决问题的价值，连接销售产品到客户的需求，在处理顾虑后，最后达成双赢的承诺。

在挖掘客户需求的时候，经常碰到客户拒绝配合回答，本课程会教导立即有效易学的技巧/步骤，让客户进入被引导的状态，会配合销售人员的提问而回答，也在这样的状态下，销售人员有办法去影响客户对于需求优先级的判定，而增加销售人员成交的机会。

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，对应发展自己的销售步骤
- 销售成功的基石是信任，如何有效获得客户的信任
- 见到客户的开启暖场及开场，对销售拜访创造良好的开始
- 透过设计的问句，让客户愿意配合回答并接受引导的提问，创造客户的需求优先级
- 在客户理解自己的需求后，进行产品/服务/方案的特性、优势、利益
- 预测客户的顾虑，依照顾虑类型采取不同的处理方法
- 以客户为中心地制定后续跟进事项，完成有效的销售拜访

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
- 快速处理客户初期对价格的谈判要求
- 获得客户信任的技巧
- 见面后，快速热和场面的技巧
- 让客户态度开放的技巧
- 引导客户进入状态，直面问题的技巧
- 改变客户需求优先级的技巧
- 如何有效进行陌生拜访，并有效处理客户的拒绝
- 陌生拜访与熟悉拜访的差异
- 有效展示产品/服务/方案的特色、优势、利益，获得客户的支持
- 如何有效处理及消除客户的关键顾虑
- 转换面谈的客户成为客户公司内部销售的技巧
- 如何进行以客户为中心的缔结技巧

《引导式销售及陌生拜访》

教学方法	时间分	课程大纲	模块
<ul style="list-style-type: none"> 内容讲解 · 猜猜看 · 小组讨论 · 	30分	<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 · 	课程导入
<ul style="list-style-type: none"> 内容讲解 · 技巧演示 · 话术准备 · 小组讨论 · 	90分	<ul style="list-style-type: none"> 单元目的：让学员了解客户的购买流程就是一个决策流程，而销售要跟着客户的韵律而动，才能掌握客户的需求，提供产品/服务/方案 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比较 · 购买者的关注点变化：阶段一、二、三 · 如何快速处理客户的价格谈判 · 销售过程管理：销售步骤对应购买阶段 · 活动：客户可能拥有的问题或客户的购买流程 · 	<ul style="list-style-type: none"> · 第一单元 · 客户购买心理学
<ul style="list-style-type: none"> 内容讲解 · 技巧演示 · 话术准备 · 小组讨论 · 二人角色扮演 · 	45分	<ul style="list-style-type: none"> 单元目的：获得客户的信任是销售成功的重要基础，如何使用正确技巧获得客户就显得非常重要。 重要 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 · : 活动 · 让学员熟悉助语的用法 - 	<ul style="list-style-type: none"> · 第二单元 · 信任圈的建立
<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 · 	75分	<ul style="list-style-type: none"> 单元目的：陌生拜访及成功约见客户 · 不同国家文化的比较 · 陌生拜访与熟悉拜访的差异 · 陌生拜访的目的 · 心态的准备 · 陌生拜访的开场 · 回应拒绝 · 成为个人营销中心 · 活动：角色扮演 · 	<ul style="list-style-type: none"> · 第三单元 · 陌生拜访

<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 • 	60分	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> 设定拜访的目的 • 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 • 策略人物：在客户端，有哪些策略性的人物会影响销售的过程 • 	• 第四单元 暖场开场
<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 • 	150分	<p>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，到我们的独特能力</p> <ul style="list-style-type: none"> 明确关键能力：关键能力就是独特并有效解决客户问题的能力，这就是引导寻问的方向 • 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 • 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 • 引导式提问：开放型、控制型、确认型 • 活动：前导式及引导式提问的脚本设计 • 	• 第五单元 引导寻问
<ul style="list-style-type: none"> 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 三人小组讨论 • 	120分	<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> 展示方案的时机：大部分销售人员反的错误就是太早于介绍自己的产品。这是一个致命伤。所以，要有方法地判断，何时介绍自己是一个关键 • 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 • 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 • 活动：话术的设计及角色扮演 • 	• 第六单元 展示方案

<ul style="list-style-type: none"> 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 工具：SCP、 • 便利贴 三人角色扮演 • 	150分	<p>单元目的：客户不会只接触我们一个供应商，也在事前做过研究，所以对于我们必定有些既有的概念，所以要做出观点统合的动作。通常客户接受我们的程度越高，对于顾虑的提出也越踊跃</p> <p>竞争分析，预见负面反馈：预期客户可能提出的顾虑，有许多是来自于竞争者的信息，而我们如何成功处理</p> <p>活动：收集客户的顾虑顾虑 - 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。行下一步，如果不行，那就要重新开始</p> <ul style="list-style-type: none"> 明确反馈背后的利益 • 明确反馈类型并回应 • <p>活动：反馈类型处理练习 •</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 第七单元 处理顾虑
<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 • 	60分	<p>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</p> <p>转移到达成协议：转移到最后阶段的时机及方式</p> <p>总结客户整体价值：销售拜访的最后一个有力的价值推动</p> <p>提出承诺建议：如何引导客户成为我们在客户公司的内部销售</p> <p>活动：单一技巧的角色扮演或全套的角色扮演</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 第八单元 赢得承诺
13小时 0分	总课时长度		