

引導式銷售技巧

概述

銷售是幫助客戶做決策與行動的過程，而銷售的本質就是改變。不論是客戶自己要改變，還是我們希望客戶改變而進行銷售。經過許多的研究和發展，發現在這些的行為背後都有一個固定的模式和流程，而本課程就是基於這個模式和流程所開發的。

許多銷售人員犯的最大錯誤就是急於推銷自己的產品，而一個成熟的銷售人員懂得使用引導技巧，引導客戶自己去思考如何解決自己的問題，並決定立刻採取行動。「引導式銷售技巧」採取以客戶為中心的方式，引導客戶從認識自己的問題及解決問題的價值，連接銷售產品到客戶的需求，在處理顧慮後，最後達成雙贏的承諾。

在挖掘客戶需求的時候，經常碰到客戶拒絕配合回答，本課程會教導立即有效易學的技巧/步驟，讓客戶進入被引導的狀態，會配合銷售人員的提問而回答，也在這樣的狀態下，銷售人員有辦法去影響客戶對於需求優先級的判定，而增加銷售人員成交的機會。

學習流程

在課程中，學員將通過不同形式學習活動，來學習以下課題：（這些活動將包括小組與全體討論、個人與結隊練習等…）

- 掌握客戶的購買心理及購買階段，對應發展自己的銷售步驟
- 銷售成功的基石是信任，如何有效獲得客戶的信任
- 見到客戶的開啓暖場及開場，對銷售拜訪創造良好的開始
- 透過設計的問題，讓客戶願意配合回答並接受引導的提問，創造客戶的需求優先級
- 在客戶理解自己的需求後，進行產品/服務/方案的特性、優勢、利益
- 預測客戶的顧慮，依照顧慮類型採取不同的處理方法
- 以客戶為中心地制定後續跟進事項，完成有效的銷售拜訪

課程收益

在課程結束後，學員將學會以下技巧及收穫：

- 掌握客戶購買的心理
- 獲得客戶信任的技巧
- 見面後，快速熱和場面的技巧
- 讓客戶態度開放的技巧
- 引導客戶進入狀態，直面問題的技巧

- 改變客戶需求優先級的技巧
- 有效展示產品/服務/方案的特色、優勢、利益，獲得客戶的支持
- 如何有效處理及消除客戶的關鍵顧慮
- 轉換面談的客戶成為客戶公司內部銷售的技巧
- 如何進行以客戶為中心的締結技巧

《引導式銷售技巧》

模塊	課程大綱	時間分	教學方法
課程導入	<ul style="list-style-type: none"> • 開場（客戶方） • 破冰活動 • 研討公約 • 課程介紹 • 討論：學員面臨的挑戰是什麼？ 	20分	<ul style="list-style-type: none"> • 內容講解 • 猜猜看 • 小組討論
第一單元 銷售的基本原理	<ul style="list-style-type: none"> • 單元目的：讓學員瞭解客戶的購買流程就是一個決策流程，而銷售要跟著客戶的韻律而動，才能掌握客戶的需求，提供產品/服務/方案 • 銷售的定義：幫助客戶做出決策與採取行動的過程 • 三種購買的原因：改善、追求、避險 • 傳統和現代銷售模型的比較 • 購買者的關注點變化：階段一、二、三 • 銷售過程管理：銷售步驟對應購買階段 • 活動：客戶可能擁有的問題或客戶的購買流程 	45分	<ul style="list-style-type: none"> • 內容講解 • 技巧演示 • 話術準備 • 小組討論
第二單元 信任圈的建立	<ul style="list-style-type: none"> • 單元目的：獲得客戶的信任是銷售成功的重要基礎，如何使用正確技巧獲得客戶就顯得非常重要。 • 建立信任的方法：經驗、組織、推薦、你 • 聆聽技巧：聆聽和尋問 • 五種助語的使用 • 活動： <ul style="list-style-type: none"> - 讓學員熟悉助語的用法 	30分	<ul style="list-style-type: none"> • 內容講解 • 技巧演示 • 話術準備 • 小組討論 • 二人角色扮演
第三單元 暖場開場	<ul style="list-style-type: none"> • 單元目的：一個好的開場可以讓後續的銷售拜訪更為順利，在這個單元中教導學員如何設定一個清楚和明確的拜訪目的。 • 暖場及轉場：這是獲得客戶信任的第一個接觸，要精心設計以建立連接 • 開場的步驟：如何有效開場對銷售拜訪的結果，有直接及關鍵的影響 • 策略人物：在客戶端，有哪些策略性的人物會影響銷售的過程？ 	30分	<ul style="list-style-type: none"> • 內容講解 • 技巧演示 • 話術準備 • 小組討論 • 三人角色扮演

<p>第四單元 引導尋問</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 單元目的：只是瞭解客戶說的需求，這是不夠的！我們還需要知道客戶為什麼有這個需求，在需求滿足後的感覺/價值。更重要的是我們要能夠引導客戶的需求，到我們的獨特能力。 • 明確關鍵能力：關鍵能力就是獨特並有效解決客戶問題的能力，這就是引導尋問的方向。 • 問題的類型：開放式及限制式，這是最廣為瞭解，卻最難以掌握的技巧，但在引導客戶的運用是非常重要的。 • 前導式提問：透過三個簡單回答的問題，讓客戶進入被引導狀態 • 引導式提問：開放型、控制型、確認型 • 活動：前導式及引導式提問的腳本設計 	<p>105分</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 內容講解 • 技巧演示 • 話術準備 • 小組討論 • 三人角色扮演
<p>第五單元 展示方案</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 單元目的：在客戶挖掘出自己的需求後，銷售人員就開始進行展示自己的產品/服務/方案是如何滿足客戶的需求，展示的時間不能過長，但必須清楚和完整 • 展示方案的時機：大部分銷售人員犯的錯誤就是太早於介紹自己的產品。這是一個致命傷。所以，要有方法地判斷，何時介紹自己是一個關鍵。 • 連接方案到價值：這是一個搭橋的活動，搭得漂亮，就可以一次到位。 • 展示方案的步驟：如何有效展示特色及利益，讓客戶順利接受？ • 活動：話術的設計及角色扮演 	<p>75分</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 內容講解 • 技巧演示 • 話術準備 • 小組討論 • 三人小組討論

<p>第六單元 處理顧慮</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 單元目的：客戶不會只接觸我們一個供應商，也在事前做過研究，所以對於我們也必定有些既有的概念，所以要做出觀點統合的動作。通常客戶接受我們的程度越高，對於顧慮的提出也越踴躍。 • 競爭分析，預見負面反饋：預期客戶可能提出的顧慮，有許多是來自於競爭者的信息，而我們要如何成功處理？ <ul style="list-style-type: none"> - 活動：收集客戶的顧慮顧慮 • 獲取反饋清單：如何能夠順利處理客戶的顧慮，就在這裡發生的！處理好，就可以順利進行下一步，如果不行，那就要重新開始。 • 明確反饋背後的利益 • 明確反饋類型並回應 • 活動：反饋類型處理練習 	60分	<ul style="list-style-type: none"> • 內容講解 • 技巧演示 • 話術準備 • 小組討論 • 三人角色扮演
<p>第七單元 贏得承諾</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 單元目的：應該以客戶為中心地制定後續跟進事項。讓客戶為我們在他們的公司內部，推動我們的業務 • 轉移到達成協議：轉移到最後階段的時機及方式 • 總結客戶整體價值：銷售拜訪的最後一個有力的價值推動 • 提出承諾建議：如何引導客戶成為我們在客戶公司的內部銷售 • 活動：單一技巧的角色扮演或全套的角色扮演 	25分	<ul style="list-style-type: none"> • 內容講解 • 技巧演示 • 話術準備 • 小組討論 • 三人角色扮演
	<p>總課時長度</p>		6.5 小時
<p>休息時間：上下午各一場 15 分鐘休息 中飯休息時間：1 個小時</p>			