

展会销售技巧

概述

展会的销售方式和一般的有所不同。展会销售有几个特性：

- 人潮是一阵子一阵子的来到摊位
- 来到摊位的人潮有不同的属性，不见得都是购买者
- 有潜力的访客，有各种不同的个性及风格

本课程是针对展会的特性所设计的销售技巧。课程的目的是以实操为主，发展销售话术，及在课堂上模拟现场的环境进行销售活动。期望在课程结束后，学员就可以使用学习到的技巧。

课前需要提供：

1. 访客的类型、特征及处理的策略
2. 公司/产品独特的优势
3. 访客可能提出的顾虑（怀疑、误解、缺点）

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...）

- 客户的购买心理及购买阶段
- 判断客户的类别，选择不同的处理策略
- 判断客户的社交风格，采取不同的应对风格
- 销售成功的基石是信任，如何有效获得客户的信任
- 有效开启谈话，进行销售
- 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
- 了解如何依照不同客户的类型，采取不同的处理策略
- 快速分析访客的社交风格，采取适合的应对风格

- 快速获得客户信任的技巧
- 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
- 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：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 • 访客的类型，处理策略 • 角色扮演：客户类型及处理 	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 了解社交风格	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：判断社交风格，进行有效应对 • 学习社交风格 • 社交风格的快速判定 • 依照社交风格快速调整应对的方式 • 活动： <ul style="list-style-type: none"> - 社交风格的测试 - 角色扮演：客户问题的处理 	120分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论
第三单元 信任圈的建立	<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。 • 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：熟悉助语的用法 	45分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 二人角色扮演

<p>第四单元 开场</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 单元目的：有效开场进行销售 • 开场的方法 • 活动：开场的练习 	<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 • 三人角色扮演
<p>第五单元 引导寻问</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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。 • 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 • 创见问题解决的价值 • 互动：创见价值提问的脚本设计 • 活动：角色扮演 	<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 • 三人角色扮演
<p>第六单元 展示方案</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 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 	<p>120分</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 三人小组讨论

<p>第七单元 处理顾虑</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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。 • 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，而我们要如何成功处理？ <ul style="list-style-type: none"> - 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，就可以顺利进行下一步，如果不行，那就要重新开始。 • 明确反馈背后的利益 • 明确反馈类型并回应 • 活动：反馈类型处理练习 	135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>第八单元 赢得承诺</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 转移到达成协议：转移到最后阶段的时机及方式 • 总结客户整体价值：销售拜访的最后一个有力的价值推动 • 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 • 活动：单一技巧的角色扮演或全套的角色扮演 	45分	<ul style="list-style-type: none"> • 内容讲解 • 技巧演示 • 话术准备 • 小组讨论 • 三人角色扮演
	<p>总课时长度</p>	13小时 0分	
<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>			