

《金牌顾问之销售实战天龙八部》

主讲：王刚

【课程背景】

总有人会说，什么都不会，那就去干销售。您认同这句话吗？销售真的不需要技术？别急着回答，先来看看以下这些场景是不是很熟悉？

人家门店顾客如过江之鲫，咱们门店门可罗雀

进店的顾客就像遛弯一样，不到三分钟就离开了

花了大量时间招呼的顾客只买了一件商品，没工夫搭理的顾客却去对面门店下了个大单

销售顾问天天背产品手册，真的面对顾客却语无伦次

无论面对什么客户，销售顾问的话术都是一模一样的

销售顾问一直讲，就是不促单，你看着都着急

开发一个客户，就只做一次买卖，从来没见过回头客

.....

您还认为销售不需要技术吗？一个训练有素的销售顾问，远远胜过没有接受过专业培训的一般导购。学艺不精的销售顾问可以换，但本就为数不多的潜在顾客可就丢失一个少一个。所以，了解并掌握销售天龙八部的技巧，是每一个希望成交的老板和销售顾问都应该关注并马上付诸实施的事情。

【课程收益】

1. 改变思维模式，优化销售流程，重新认识以“顾客为中心”的销售理念；
2. 学会如何与客户建立有效的联系，提高对客户需求的判断深度及广度，定义不同阶段的沟通重点；
3. 掌握获取关键信息，挖掘客户的主要价值的方法；
4. 了解如何制定区别化的解决方案，并使用 FABE 等简单易懂，有震撼力的工具，站在客户的角度呈现价值主张；
5. 学会挖掘客户异议背后的真正原因，推动客户做出购买决策。

【课程特色】

1. 内容干货多。课程中涉及的方法论、工具、案例等都是真实发生，经专业萃取验证后获得。
2. 教学手段丰富有效。课程综合使用了多种教学手段，兼顾了不同水平的销售顾问认知能力。
3. 经受了不同地域学员的考验。已授课五十多场，覆盖了中华大地东南西北中各个地域的学员，受众超过 4000 人。

【课程对象】 区域经理、业务经理、经销商、店长、销售顾问等

【课程时间】 1天（6小时/天）

【课程大纲】

引言：什么是销售

- 一、销售工作的优点
- 二、销售工作开展的两大障碍

第一步：售前准备

- 课堂讨论：终端门店需要一个什么样的销售顾问？
- 一、 我们是谁
 - 1. 知己知彼——销售顾问的自我认知
 - 1) 什么是“己”：促销员&导购员&销售顾问
 - 2) 什么是“己”：行业&公司&产品
 - 3) 未来新变化——市场机会、厂家、顾客
 - 2. 知己知彼——顾客、竞品、渠道、联盟
 - 1) 顾客的分类及新时代典型顾客的特征
 - 2) 不同顾客群体的消费习惯
- 二、 我们在做什么？
 - 1. **【销、售、买、卖】与【顾问式销售】**
- 三、 我们为谁服务？
 - 1. 顾客心中永恒不变的六大问句

第二步：寻找潜在顾客

- 一、 什么是消费者？
- 二、 顾客需求
 - 1. 显性需求 Vs. 隐性需求？
 - 2. 顾客的需求的三个典型层面
- 三、 怎样识别消费能力？

第三步：吸引/接近潜在顾客

- 一、 最佳接近顾客的时机
- 二、 接近不同顾客的方法

第四步：探询并引导顾客需求

- 一、 为什么要探询顾客的需求
- 二、 一把钥匙开一把锁-你将面对哪些类型的顾客
- 三、 挖掘需求两类问题-信息类提问 & 创造性提问
 - 课堂案例：站在顾客的角度看问题：神奇的出租车司机
- 四、 Pipeline 最优提问法
- 五、 倾听技巧

第五步：介绍解决方案

- 一、 FAB-E 在销售中的应用
 - 录像案例：相亲
- 二、 延伸：提升生活品质，如何让消费者“买点好的”？

第六步：异议处理

- 一、 什么是顾客的异议
- 二、 顾客异议的目的
- 三、 处理异议的战术
- 四、 终端经常出现的异议
 1. 款式异议
 2. 价格异议
 3. 网购异议
 4. 竞品异议
- 五、 顾客拒绝的后续工作
 - 课堂案例：巧用微信连环击，工夫不负有心人

第七步：促成交易

- 一、 促单的时机
 - 顾客购买意向的积极讯号
- 二、 促成的六种方法
 1. 直接法
 2. 总结利益法
 3. 美景描述法
 4. 假定成交法

5. 选择法

- 课堂案例：老太太买苹果

第八步：建立联系

- 一、 售后服务
- 二、 延展服务
- 三、 客户转介绍
- 四、 投诉处理

番外篇

开辟第二战场：新零售的七十二番变化

1. 直播间：一个优秀的导购员一定是一个合格的网红
2. 做微商：朋友圈营销放大招
3. 搞前置：如何做好小区前置营销