

## 《金牌顾问之销售五大法宝》

### 法宝一：新时代的顾客众生相

1. 什么是消费者？
  - 1) 什么是需求？如何辨别需求？
  - 2) 什么是消费能力？如何辨别消费能力？
  - 3) 一些可能颠覆你认知的数据
2. 传统客户画像及买点
  - 1) 线下卖场类客户的画像及买点（大包装、性价比、大众化）
  - 2) 线下专卖店客户的画像及买点（精致性、差异性、服务好）
3. 新兴客户画像及买点
  - 1) 新中产的画像及买点
    - 思想行为“西化”的一代
    - 个性喜好（饮食、运动、悦己）
    - 购物习惯
    - 商品特点
    - 哪些要素能牵动“新中产”的幸福“神经”呢？（家、爱、健康）
  - 2) 90后、95后的画像及买点
    - 拒绝完美和假面，喜欢真实和接地气
    - 消费欲望强，消费需求多元
    - 标榜自我的价值观和嘻哈的自黑精神

### 法宝二：如何识别客户的真实需求

1. 顾客需求的三个典型层次
  - 显性需求 Vs. 隐性需求？
  - 从外观、功能、用途、价格去区隔商品
  - 买点？卖点？
2. 挖掘需求两类问题——信息类提问&创造性提问
3. Pipeline 最优提问法
  - 灵活使用“封闭式”和“开放式提问”

#### 4. 倾听技巧

### 法宝三：知己知彼-盘点影响门店销售要素

#### 1. 自身分析（懂自己）

- 销售顾问综合素质模型
- 销售顾问成长三阶段

#### 2. 顾客分析

##### 1) 现有顾客、潜在顾客、未来顾客

##### 2) 四种典型顾客群体的消费习惯

- 驾驭型客户沟通原则与购买行为
- 表现型客户沟通原则与购买行为
- 平易型客户沟通原则与购买行为
- 分析型客户沟通原则与购买行为

#### 3. 竞品分析

#### 4. 活动分析

##### 1) 如何做一场有效的促销活动？（邀约、场控、促单）

##### 2) 顾客心中永恒不变的六大问句

- 你是谁？
- 你要跟我说什么？
- 你说的事情对我有什么好处？
- 如何证明你讲的是事实？
- 为什么我要听你的（跟你买）？
- 为什么我要现在跟你买？

### 法宝四：双管齐下，挖掘客户的潜力

#### 1. “连带销售”的三板斧

- 连带销售的基本条件
- 连带销售的原则
- 连带销售的三板斧

#### 2. 活用“整合销售”

- 整合销售的先决条件

- 整合销售的方法
- 3. 与会员建立联系
  - 购后服务与售后服务
  - 四大延伸服务（售后、延展、转介绍、投诉处理）

### 法宝五：从异议到成交

1. 终端经常出现的异议
  - 价格异议
  - 货品异议
2. 处理异议的原则和战术
3. 促单的时机
  - 顾客心理变化过程
  - 注意、兴趣、联想、欲望、比较、异议
4. 顾客购买意向的积极讯号
5. 促成的六种方法
  - 直接法
  - 总结利益法
  - 美景描述法
  - 假定成交法
  - 选择法
  - T字法