

《金牌顾问之突破大订单》

主讲：王刚

【课程背景】

众所周知，当今市场开发一个新客户的成本已经非常之高，并且还有逐步提升的趋势。然而，企业或门店费劲九牛二虎之力获得了一个顾客之后，如若只是基础消费，未免实在可惜。如何让顾客愿意接纳我们更多的产品，更高价值的产品，成为高净值客户，是每个老板都需要思考的问题。

客单价的提升来源于“高端化”产品的推荐和“多品类”系列的成交，让每一个进店的顾客了解到高端更好的产品如何帮助他提升生活品质，系列产品如何解决他的全面需求，成全顾客的同时，也让品牌和终端获得了更好的收益。学会做一个能成交“大订单”的精英销售，本课程不容错过。

【课程收益】

1. 树立了解突破大订单的正确思路和两大手段；
2. 掌握提升客单价和多品化销售的知识、方法和工具；
3. 学会综合使用多种销售手段完成大订单的识别、获取、跟进、打单及促成，增强销售顾问信心，着实提高终端销售业绩

【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. 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】

前言：突破大订单的两大关键密码：高端化与多品化

密码一：卖好高端化产品

一、 什么是高端产品——大品牌、好体验、优服务

1. 提供理由，让消费者自我奖赏

- 权力类理由
 - 性价比类理由
 - 2. 利用群体，让消费者克服阻碍
 - 3. 绑定目标，让消费者更挑剔
 - 4. 重新定义产品，切换消费者的“心理账户”
- 二、 优质服务的四个基本需求
- 1. 受欢迎
 - 2. 被重视
 - 3. 感觉舒适
 - 4. 被理解
 - 5. 期望与惊喜
- 知识链接：星巴克服务五原则

密码二：引爆多品化销售

- 三、 什么是多品化销售？
- 1. 为什么要进行多品化销售？
 - 2. “多品化”遇到的问题
 - 我们的担忧
 - 顾客内心的想法
 - 3. 销售就是信心的传递
 - 愿卖、敢卖、会卖
- 四、 多品化销售的五大法门
- 1. 望：观察判断
 - 如何辨别顾客的需求层次？
 - 如何辨别顾客的消费能力？
 - 2. 闻：了解需求
 - 顾客典型需求的三个层面
 - 3. 问：挖掘需求
 - 信息类提问：鼓励+提问+总结
 - 创造性提问
 - 如何提问
 - 倾听技巧
- 案例分析：站在顾客的角度看问题：神奇的出租车司机
- 4. 切：诊断推荐
 - FAB-E 在销售中的应用
 - 5. 促：促成大单

- 处理异议的战术
 - 原则一：有得有失
 - 原则二：对焦问题，排除隔离
 - 原则三：“挤牙膏”
- 促成的六种方法

五、 连带销售

1. 连带销售的基本条件
2. 连带销售的原则
3. 连带销售的三板斧

六、 整合销售

1. 整合销售的先决条件
2. 整合销售的方法
 - 样式整合
 - 功能整合