

# 销售拜访培训手册(销售拜访 8 步法)课程大纲

## 【课程目标】

- 1、理解并应用有效的客户拜访步骤
- 2、学会通过有效的客户拜访推动销售
- 3、基于客户思维逻辑制定拜访计划
- 4、提升专业化销售和赢得信任的能力
- 5、提升专业拜访能力，达成销售目标

【课程时间】 1-2 天，6 小时/天

【授课对象】 销售经理、销售主管

【授课方式】 讲授、案例分享、角色演练、小组讨论、场景模拟、游戏体验

## 【课程提纲】

【案例】 入课程：骂人都需要练习

- 1、作为销售我们知道“我们知道什么”吗？
- 2、销售为什么要拜访客户？
- 3、客户为什么百忙之中要见你？

## 第一部分：售前

第一步：准备阶段

- 1、目标的制定：
  - 1) 如何获取客户行动承诺；
  - 2) 行动承诺的标准；

**【案例分析】：用行动承诺检查**

3) 不同阶段的拜访目标；

**【练习】针对某一个客户制定拜访的目标**

2、客户信息的准备

**【分析】小组讨论拜访中我们需要准备哪些信息**

1) 收集相关行业信息；

2) 收集行业内竞争情况；

3) 收集相关行业搜索推广解决方案的成功案例；

3、发展支持论据

预见客户可能的各种反应，并提前做出回复的对策

**【案例分析】涟漪水店**

4、准备所有的工具

提问讨论：按照小组加分制。

制作拜访工具包

5、有效的约见客户的理由

PPP 模型

**【案例讨论】针对自己客户分享下一次拜访客户的约见理由**

**第二部分：售中**

**第二步：销售陈述阶段**

**1、有效开场**

1) 第一印象的 4/20 原则

2) 寒暄拉近距离：视频，寒暄遵循的原则；

### 3) 自我介绍——自我介绍的模板

【角色演练】针对之前选择的客户，面向一个陌生角色制定一段开场白

### 4) 激发兴趣：引入第三方成功故事，第三方成功故事的要素

【练习】编写一个第三方成功故事

## 2、产品呈现

### 1) 有效的倾听

视频分享：面对同一个销售场景，倾听与不倾听的差距

### 2) 有效合理的回应 5 种方式技巧

### 3) 差异化呈现：差异化模型 W-S-H

【案例】：六个核桃的差异化战略

### 4) 优势呈现：基于客户的场景和需求的 spar 呈现法则

【演练】实战演练：小组 pk

### 5) 产品卖点七点归纳法

【演练】实战演练：制定出本公司产品的卖点

## 第三步：信息收集阶段

### 1、制作未知问题清单

【案列】德国女排与日本女排

### 2、客户需求三角模型，深挖客户动机

## 第四步：沟通与说服

### 1、提问的方式

#### 1) 【思考】销售说话的的原因是什么

单一陈述与互动式提问的区别？

## 2) 提问的方式

【案例】视频案列分享

## 3) 问题的种类

## 4) 沟通视窗

## 5) 客户决策的过程：传统销售与合作经营销售模式

## 6) 沟通视窗的沟通技巧

## 7) 合作经营与沟通视窗

## 3、说服

### 1) 理性与情感的说服

### 2)不同学历与不同文化程度的说服技巧

【案例】：乔致庸说服俄罗斯茶商

## 第五步：处理异议

【思考】客户不愿意做出行动承诺的原因？

### 1、顾虑与异议

### 2、处理异议的 LSC 模型

【案例】同样的销售场景不同销售对异议的处理方式

### 3、处理异议的步骤

### 4、理客户冲突管理及维护客情

## 第三部分：售后

## 第六步：总结确认

### 1、总结确认的流程

【案例】结案时多余的谈话

2、总结确认的方式

3、邮件总结确认要素：案例分析

**【实战演练】：**

1、针对之前客户拜访，写出总结确认话术。

2、针对之前客户拜访，完成一封拜访总计邮件。

**第七步：信息处理**

**第八步：行动分析**

1、拜访评估的内容

2、自我分析的

3、回款提升方案

**【案例】** 坚持就是胜利，柔道冠军

**【实战演练】** 完成此次拜访的评估表