

《高效客户拜访与成交技巧》

(标准版：12课时)

【课程概述】

本课程详解顾问式销售的概念、步骤、技巧和案例。这包括做最充分的销售思维分析和成交逻辑步骤；成功开场，引起并维持买家的注意，赢得客户对你产品的兴趣；通过技巧性提问获取客户关键信息，并进而审视对方肢体语言，发掘他们的真正需求、关注重点及购买动机；专业应对客户的反对意见，理解应对的基本原理和有效方法；识别购买信号并懂得适时主动出击，达成协议。

【课程对象】 营销精英、营销管理者

【课程目标】 注重顾问式营销思维训练与实战训练，打造具有咨询能力与谈判能力结合的专业销售团队。

【授课方式】 现场讲授、互动分享、演示讨论。

引言：产品、系统、模式

第一章、洞察客户购买动机与聚焦关键人员

一、产品、质量、服务三要素

- 1、如何塑造产品的价值与带来的效益
- 2、产品销售成功的核心要素
- 4、产品与服务常见问题的专业对策

课程研讨，快速收集、发掘顾客使用产品时有哪些效益

二、客户采购心理需求的层次

- 1、表面需求—潜在客户的应对方法。
- 2、实际需求—采购指标的方法。
- 3、本质需求—解决方案的提供策略。
- 4、混合需求—判断重点，从点开始。

三、客户切入—聚焦三类关键人员

- 1、接纳者—采购执行者、信息提供者
- 2、影响者—技术把关者、产品使用者
- 3、权力者—有决策权但不易接近者
- 4、定客户切入路径—目标与策略

第二章、接近目标客户的方法与策略

一、介绍接近法

二、预先传递信息法

三、利益接近法

四、赠送礼品接近法

五、调查接近法

六、电话邀约拜访的五项要素

- 1、尊重对方前提的开场白
- 2、如何感染客户与传递热情
 - 2.1、谈话内容的感觉比谈话内容更重要
 - 2.2、分享热情比传递知识更容易
- 3、准确赞美顾客的方法与技巧
 - 3.1、让客户留下深刻的印象
 - 3.2、真正引起顾客的重视
 - 3.3、赞美客户的六大误区
- 4、欲擒故纵-给客户留有余地
 - 4.1、你越是推销，越把你拒之门外
 - 4.2、让客户打开心门的方法
 - 4.3、轻松地让客户给你见面的技巧
- 5、邀约结束话题的专业技巧
 - 5.1、假定是客户所需要的
 - 5.2、让客户知道你未来要做的事
 - 5.3、同理心、框式与二选一的应用技巧

七、成功邀约的综合示范

第三章、提升销售人员信任能力与商务沟通

一、成功开场并引起顾客的注意的技巧

- 1、开场表现感激与喜爱对方的技巧
- 2、如何做倾听，而非高谈论阔的方式
- 3、让顾客感觉轻松的方法-镜子反映法

二、让客户打开心门的关键要素-交谈的语言习惯

- 1、视觉型为主顾客的表现方式与应对技巧
- 2、听觉型为主的顾客表现方式与应对技巧
- 3、情绪化为主的顾客表现方式与应对技巧
- 4、聪明顾客表现方式与应对技巧
- 5、让客户多讲，你成为专注倾听者的方法

三、与客户沟通注意避免的五项行为

四、客户沟通的三个三原则

第四章、准确判定客户需求与挖掘客户关注点

一、多谈谈这方面事的法则

二、描述项目（产品）的目标

- 1、控制表述时间的方法
- 2、假设顾客有兴趣的未来描述技巧
- 3、描述目标时三项重点

三、运用实体产品、简报手册、电脑 PPT 的成交工具的技巧

- 1、FABE 法则
- 2、卖点评估法
- 3、简报手册的重要制作技巧
- 4、教你成为一个讲产品故事的专家

第五章、创造客户购买欲望并消除顾客疑虑

一、提供产品或解决方案，取得客户认同

- 1、公司的可信度与专业度的讲解技巧
- 2、如何增强销售人员售卖中的可信度
- 3、如何让客户认可产品与服务的具体效果

二、整体解决方案的六步系统讲解法

- 1、竞争优势
- 2、现状的分析
- 3、问题的原点
- 4、不解决的痛苦
- 5、解决的快乐
- 6、提供产品或解决方案

案例分析与模拟演练

第六章、临门一脚-“让客户行使决定权”

一、顾客准备购买时给客户提供的选择范围的技巧

二、面对面顾问式终极谈判促单技巧

- 1、谈判的角色扮演策略
- 2、蚕食策略与让步策略

3、销售说服五步法（顺）

* 需求-计划-实施-结果-行动

4、客户成交四步提问法（逆）

* 植入期-成长期-再生期-结果期

* 分组竞赛，掌握提问法的逻辑精髓

三、如何快速解除顾客的反对意见

1、异议产生的原因分析

2、异议处理技巧

四、逻辑推理与假设成交法应用

五、促销方式攻破最后防线的方式

第七章、别忘恭喜“你做了一个正确的决定”

一、如何赞美并肯定客户的独特之处

二、如何维系所属公司与顾客的良好关系