
终端业绩密码--体验式销售

讲人：王雯楚

课程背景：

你是否在日常销售工作中会有这样的遭遇和困惑？

- ▲ 当你邀请客户：“您可以体验一下效果”，客户直接打断拒绝：“不用了，我再看看”。
- ▲ 当客户质疑：“不管去哪家门店，都是一样的款式，都不知道该相信谁了？你该怎么说？”
- ▲ 当你声情并茂的讲完产品的专业知识，客户却说“你说的不对，我在网上查到的是.....”
- ▲ 当你热情的讲解：“我们品牌的产品无论是口碑还是品质都是非常不错的哦”，客户却说：“是全国口碑还是全球口碑？你们产品的占有率是多少？产品介绍能给我出一份详细参数吗？”

后疫情时代，大部分的终端店铺都会遇到经济萎靡、行业竞争加剧以及各种销售方式的产生，这可能会导致销售额下降，整个销售团队都遇到了前所未有的困难。消费者从 X 世代发展到 Z 世代，从传统的供需关系到情绪价值供给，那么“懂克制的低物欲，有质感的高消费”会成为未来市场的消费趋势而，我们的销售人员真正要“卖”的什么？

课程收益：

- ◆了解体验式销售对应当下市场的重要性
- ◆认识自己销售风格的优劣势，了解不同客户的需求点及反应，从而精准提高成交率
- ◆掌握体验式销售流程 5 步闭环，完成销售技能的升级
- ◆运用情感销售技巧，让客户沉浸消费价值中

课程时间：2 天，6 小时/天

授课对象：优秀导购、店长、督导、加盟商

授课方式：讲师讲授+案例分析+视频互动+行动学习+情景模拟+实操演练

课程强调互动和练习（且练习内容与场景多与实际工作相关），让学员的问题当场可以解决，培训效果当场落地

课程大纲：

第一章：Z 世代消费特征以及消费需求

- 1、Z 世代群体的特征和消费习惯分析
- 2、Z 世代消费的“5 定”原则

现场互动：小组探讨总结消费习惯演变

第二章：体验式销售的概念和重要性

- 1、体验式销售的概念：通过让客户亲身参与、体验产品或服务，从而产生购买意愿和行为的一种销售方式。
- 2、体验式销售的重要性：能够增强客户对产品或服务的认知和信任，提高购买决策的效率和满意度，促进品牌形象的提升和市场份额的扩大。
- 3、体验式销售的定义

视频分析：体验式销售流程

第三章：体验式销售五部曲

1、连接：如何瞬间赢得人心，和客户的 first look 的建立

- 塑造良好的品牌形象
- 你的形象价值决定顾客的脚步

视频分析：形象的重要性

- 问候顾客的 6 种开场方式
- 迎接顾客的语言技巧

现场互动：日常迎宾的方式

- 快速建立信任的三大法宝
- 迎宾声制造热情热销的氛围
- 吸引顾客的 MOT 关键点

2、探询：发现顾客最底层的购买动机，问问题的终极技巧

- 顾客的十个购买动机分析
- 收集顾客信息，挖掘消费潜力
- 分析顾客的显性需求与隐形需求
- 如何打开顾客心门——赞美

现场演练：赞美的技巧和方法

- 望问闻切探寻和引导顾客需求
- 需求引导提问技巧

3、体验：价值>场景>功能

- 多说一句话激发顾客购买兴趣
- 产品介绍的时机和内容
- FABE 销售法则和话术

现场演练：FABE 销售话术和构图话术

- 感官体验：从视觉、听觉、嗅觉、味觉和触觉等方面，为客户提供全方位的感官体验。
- 情感体验：通过引发客户的情感共鸣，增强客户对产品的认同感和依赖感。
- 思考体验：通过启发客户的思考，使客户对产品产生兴趣和好奇心。
- 行动体验：通过引导客户参与产品体验活动，让客户在实践中感受到产品的优点和价值。
- 关联体验：通过建立产品与客户的情感联系，使客户成为产品的忠实拥趸和推荐者。

4、成交：照顾好顾客的情绪心理，就能实现精准成交

- 识别成交的三种心理信号
- 不同职业顾客的行为心理分析
- 不同文化的顾客购买行为
- 不同类型顾客的购买行为

现场演练：角色扮演，模拟销售场景

5、维系：让顾客成为你的追随者

- 及时解决客户问题
- 创新客户互动方式
- 个性化营销与推荐
- 建立持久的客户关系

现场互动：分享自己维系成功案例

第四章：体验式销售的实践案例

- 1、体验式销售的成功案例和失败案例分析（学员互动）
- 2、对课程内容进行复盘