

# 《用价值成交客户》

## 摆脱低价竞争泥沼的训练体系

主讲：许婷婷

### 【课程背景】

对于销售人员来讲，他们总共需要解决四个问题：

- ◇ 找到客户
- ◇ 让客户买东西
- ◇ 让客户买我的东西
- ◇ 让客户总买我的东西

大订单销售的特点是：销售周期长，单笔金额大，决策人物多，灰色地带多，变化难以预测。因此，大订单销售的公司更需要有完整的销售方法论做好整个支撑，保证销售业绩并逐步提高。

假如一个公司的业绩建立在那些经验丰富的销售人员上，或者紧靠老大的个人社会关系和魅力，就必然会影响到公司的生死存亡。

所以一个公司最应该建设的是一套完整的销售方法论，实际上就好像是一份销售和销售管理者的工作指导书，说明我们公司的销售应该是怎么干的。

一整套销售方法论包含：本公司的销售哲学思想，销售原则，销售信念，销售流程、方法策略、销售技巧和销售工具。

Tina 教练根据多年的一线实战销售辅导，将她所学所用的销售理论逐步形成一整套完整的销售方法论，对那些 TO B 型的大订单销售企业更加适用，不仅可以通过训练辅导企业建立完善的销售体系，还可以让销售人员扩大视角，实际练习，边学边用，极大地提高了大订单的销售周期、销售组织的大概率成功、减少资源投入。

### 【课程收益】

- 掌握大订单销售的客户成交公式；
- 掌握用价值成交客户的成家 5 大阶段；
- 理解潜在客户、线索和商机的区别
- 掌握获得有效线索的 3 个步骤；
- 掌握转化商机的 3 个主要步骤；
- 约访客户的 5 个原则和 20 个技巧；
- 学会激发客户兴趣的提问技巧；
- 掌握建立信任的 5 个技巧；
- 区分客户的需求、期望和动机；
- 学会倾听、提问和反馈 3 大技巧；
- 掌握价值创造器的使用；

### 【课程特色】

**理论实操：**干货，实操，科学，逻辑清晰；

**边学边练：**互动，提问，案例，实战练习；

**针对性强：**针对业务定制训练。

**【课程对象】** 总经理、销售副总、销售总监、资深销售人员、大客户销售人员，B2B 销售人员，项目型销售人员等等

**【课程时间】** 2 天（6 小时/天）

### 【课程大纲】

一、 大客户销售场景都有哪些挑战？

## 1. 大客户销售的难题：

- ✓ 客户信息不好找
- ✓ 无法分析关键人和决策人
- ✓ 怎么进行初步接触，产生信任？
- ✓ 客户需求不好挖掘，没有专业的客户诊断模型
- ✓ 很难进展到下一步销售
- ✓ 提交方案后无疾而终
- ✓ 销售工具不完善

## 二、 大多数公司销售方法有什么问题？

1. 关系型销售：大订单商机都来自核心人物的关系；
2. 产品型销售：关注产品本身的研发和功能特点，不关注客户的需求；
3. 没有数据检测，无法衡量销售的有效性
4. 即使有销售流程和销售工具，但是绝大多数销售还是按照经验进展。

## 三、 用价值成交的方法论

1. 什么是用价值成交的方法论？
2. 价值成交的公式；
3. 认识用价值成交的销售 5 大阶段；

## 四、 用价值成交阶段一：如何匹配有效线索

1. 理解潜在客户、线索和商机的区别；
2. 如何才能匹配到精准线索、高效出击？
  - 1) 收集信息阶段的 3 大核心工作：
    - i. 如何进行行业细分？
    - ii. 如何进行客户筛选？
    - iii. 如何进行客户的特性分析？
  - 2) 如何确定触达客户的路径？
    - i. 设计触达客户钱的工具：《客户问题关注表》《成功案例库》《独特的价值主张》；
    - ii. 典型的触达客户路径分析。
  - 3) 如何判断客户状态？
    - i. 判断客户认知状态，就是判断客户当前对问题的认识发展阶段；
    - ii. 判断线索状态，分为：问题型线索、痛苦型线索、商机型线索、竞争型线索、排斥型线索。
3. 匹配线索阶段常见的问题有哪些？

## 五、 用价值成交阶段二：如何有效转化商机

1. 如何约访客户？（约不约？是个难题）
  - 1) 跨过约访客户的 5 座大山；
  - 2) 坚持约访客户的 5 个原则；
  - 3) 实践约访客户的 20 个技巧。
2. 如何激发客户兴趣？
  - 1) 激发客户兴趣的 3 个目的；
  - 2) 分析客户产生兴趣的 4 种心理状态。
3. 如何与客户建立初步信任？  
与客户建立信任的 5 种技巧

## 六、 用价值成交阶段三：如何正确引导客户期望？

1. 面谈阶段的 4 个基本原则；

2. 认识客户的期望、需求和动机，学会如何区分；
3. 期望、需求和动机的沟通模型；
4. 正确引导客户期望的沟通技巧；
- 1) 提问技巧：设计探索类问题、控制类问题和确认类问题，小组设计和 3 人练习；
- 2) 倾听技巧：倾听的 3 个原则，3F 倾听，小组 3 人练习。

#### 七、 用价值成交阶段四：如何用价值成交客户？（核心）

1. 三种价值导入：产品价值、顾问价值和绩效价值；
2. 销售人员的转型 4 大要点；
3. 给客户增加软价值，列出软价值的清单列表；
4. 用价值成交的 4 个参照系要素；
- 1) 关注客户的战略目标；
- 2) 分解客户的关键问题；
- 3) 提出符合客户的高绩效方案；
- 4) 得出提高客户绩效的具体衡量标准。

#### 八、 用价值成交客户阶段五：如何推进采购流程？

1. 分析客户采购流程；
2. 基于客户采购流程分析阶段特点；
3. 基于特点设定每个阶段的解决方案。

#### 九、 总结复盘，分享