

《赢销高手是怎样炼成的》

12 小时助你成为营销高手！

参训对象：有意提升销售面谈及成交技能之个人金融业务从业人员及主管

培训技法：讲师讲演、经验分享、小组讨论、案例分析、情境模拟、游戏与测评、培训视听、……

课程用时：两天（12 小时）

辅导项目：可根据客户具体要求定制

金融业销售现状：

- ④ 产品同质化那么厉害，如何吸引客户？
- ④ 聊过的客户真不少，但就是成交不了！
- ④ 客户一味攀比收益率，怎么都搞不定！
- ④ 客户不愿来网点，怎么都约不到客户见面！
- ④ 谈高质量客户时，感觉自己缺乏底气！

课程目标：

- ④ 树立良好的职业形象和工作习惯；
- ④ 培养积极的销售心态与销售习惯；
- ④ 了解并掌握业务拓展中必备的客户识别与挖掘技能；
- ④ 领略人与人畅快淋漓地沟通核心要领和真谛；
- ④ 成交技能提升——心理暗示、动作引导、高球策略、打包销售、……；
- ④ 激发学员的斗志和潜能，帮助学员建立积极的职业与人生目标，使其与公司目标共进。

课程大纲：

模块一、销售人员的自我准备

一、你喜不喜欢做销售？

- 你的人生/工作/事业目标是什么？
 - ☆ 互动体验：“春江”人生标尺
- 成功 100%=___%目标 + ___%方法
- 哈佛大学关于目标的调研结果（500 个毕业生，跟进了 25 年，把人分成了 4 个大类）
- 个人经验分享：入行之后，我工作上的第一个目标

二、你的准备工作到底做的怎么样？

- 三种形式的深度演绎
 - ✓ 一个经典问题
 - ✓ 个人准备+团队准备
 - ✓ 魔术演绎
- ☆ 一个不做准备的人，就是一个准备失败的人！
- ☆ 很多人自以为准备好了，其实跟没准备也差不多！

三、销售人员的自我准备

- 职业形象及职业素养
- 扎实的内功与外功
- 专家的自信

四、行动计划

模块二、主动·才能创造更多可能

一、优质服务的3个 Excellent

- Excellent Product 好的产品
- Excellent Delivery System 好的交付系统
- Excellent Service Mindset 好的服务意识
- ☆ 我们不仅要有服务的态度，更要有服务的意识！
- ☆ 关于服务意识的系列案例分享

二、服务的6个等级 Service Level

- Unbelievable 难以置信的
- Surprising 惊喜的
- Desired 渴望的
- Expected 期望的
- Basic 基本的
- Unbelievable 难以置信的
- ☆ 不是你做了同样的事情，所有客户给你的评价都是一样的
- ☆ 对于服务的文化和理念，地域之间的有着巨大差异
- ☆ 不要想当然的认为，我们的服务已经做的够好了
- ☆ 系列案例分享与剖析

三、卓越服务三部曲

- 1、基本期望
 - 如果你不做，客户会很生气
 - ☆ 案例分享
- 2、极想要的

- 有可能和你的业务有关系
- ☆ 案例分享
- 也有可能和你的业务没有关系
- ☆ 案例分享

3、惊喜的

- 惊喜不是简单的请客吃饭和送礼
- ✓ 真正有质量的客户，你能请他/她吃什么？你能请他/她喝什么？
- ✓ 行里给了你多少营销经费？
- ✓ 你自己贴钱，又能贴多少钱呢？
- ✓ 真正的高手，要做到是少花钱、甚至是不花钱！
- 如果你不给客户惊喜，客户也不会给你惊喜！
- ☆ 系列案例分享+头脑风暴
- 如果你能帮客户解决工作/生活上的问题，客户就能帮你解决业务上的问题！
- ☆ 系列案例分享+头脑风暴

四、行动计划

模块三、增进与客户的沟通

一、结构化倾听

- 倾听的时候，要把对方的信息按照“事实”、“情绪”和“期待”来做分类处理；
- 当对方信息比较少的时候，要用反向叙述的方式，追问、挖掘出更多信息线索；
- 反向叙述的时候，要严格按照三步骤来走：先响应情绪→再确认事实→最后明确行动；
- 我们追求的：不仅是听懂了对方隐含的信息，还要让对方明白我们确实听懂了。

二、沟通的三大底层技能

1) 开放性

- 开放性检验标准：我有没有从对方那里拿到新的信息，能不能因此帮助我输出一个更好的东西
- 开放性 = 扩大共识 + 消除盲区
- 沟通的意义
 - ✓ 不断地去同步我们双方的信息流
 - ✓ 让我们的共识区慢慢扩大
 - ✓ 让盲区变得越来越小、越来越少
- “乔哈里窗”的具体运用
 - ✓ 先穷尽自己的已知
 - ✓ 再盘点自己的未知
 - ✓ 在跟别人沟通的时候，我要尽可能地探寻对方的已知
 - ✓ 探寻我们双方共同的未知，一起去找答案，进一步扩大共识
- 学会开启对方的开放性

2) 目标感

- 目标感的本质，其实是三个字：方案力
- 我们有一个目标要达成，对此我有一个建议方案

- 认真就是竞争力，在你来我往过招的时候，谁更坚决，谁就赢了
- 我马上要做的事，和我最终想要的那个目标，是同一件事吗
- 目标的模糊，会导致行为的混乱
- “6个月之后法”

3) 建设性

- 建设性就是怎样把沟通导向行动
- 创造性与建设性的区别
 - ✓ 创造性追求的是“新鲜”
 - ✓ 建设性追求的是“落地”
- 建设性=最小化行动+行动阶梯+即时反馈
- 两个小技巧
 - ✓ 来，我们抓抓落实
 - ✓ 请您再给我提点需求
- 建设性反馈

4) 综合练习

- 开放性：让我们获得了尽可能多的信息
- 目标感：帮我们从信息中找到通往行动的方案
- 建设性：把沟通落实为行动

三、行动计划

模块四、客户识别与需求挖掘

一、客户来了

- 见到客户你会做什么？说什么？
- 上柜台？or 进房间？
- ☆ 场景化模拟实战演练

二、关于聊天

- 一上来你会和客户聊什么？
 - ✓ 很多人往往3句话、5句话离不开卖产品
- 聊天的主要目的是什么？
 - ✓ KYC--Know Your Customer
- 不要问敏感的问题！
 - ✓ 激发客户的防御心理，把自己的路全堵死
- 不要问难以回答的问题！
 - ✓ 在客户胸口插把刀，或伤口撒把盐的问题
 - ✓ 问题不难，但客户瞬间答不出来，答不上又会让客户觉得没面子或显得无知
- ☆ 场景化模拟实战演练

三、职业敏感度提升训练

- 一流的销售，不用问问题，就能找到自己要的答案

- 二流的销售，通过问问题，才能找到自己要的答案
- 三流的销售，反复问问题，都找不到自己要的答案
- ☆ 案例分析及实战训练

四、如何激发，甚至创造客户需求？

- 提问获取客户的基本信息；
- 通过纵深提问找出深层次需求和需求背后的原因；
- 激发需求的提问；
- 引导客户解决问题，抛出有针对性的解决方案。
- ☆ 生意是靠自己做出来的！—— 激发、但不能过头
- ☆ 生意是靠自己做大做强的！—— 创造、学会打包销售

五、学会倾听与巧问

- 探询客户需求的两大要素
 - ✓ 聆听（问题剖析）
 - ✓ 巧问（问题剖析）
 - ✓ 测试 —— ANY QUESTIONS
- SPIN 提问技巧
 - ✓ Situation Question 现状问题
 - ✓ Problem Question 难点问题
 - ✓ Implication Question 暗示问题
 - ✓ Need-Pay off Question 需求 - 效益问题
- ☆ SPIN 在实战中的运用
- 倾听
 - ✓ 什么是倾听
 - ✓ 倾听的五个层次
 - ✓ 如何提升倾听能力？

六、行动计划

模块五、成功说服三要素

一、专业的感觉

- 大脑喜欢的不是专业，它真正想要的是——“专业的感觉”
- 当你听不懂的时候，就是专家最有说服力的时候
- 触发与导航——让客户自己找到答案，自己说服自己
- 专业感来自于：头衔·外表·口碑
- 专业感还来自于：细节·数字·习惯
- 没有细节、数字和习惯怎么办，你可以诉诸时间和代价

二、诚实的感觉

- 因为你是“好人”，所以客户愿意听你的话

- 跳出立场 | 跳出立场的发言，会让人有诚实的感觉
- 坦诚缺陷 | 太完美（自吹自擂）反而让人觉得不可信
- 共同利益 | 信任的关键不在于谁对谁错，而在于让对方看到彼此的共同利益
- 采取攻势 | 防守只能不被扣分，不能加分 / 主动承诺并达成
- 创造“高光时刻”

三、讨喜的感觉

- Roger Ailes：只要民众喜欢你，他们几乎会原谅你犯的每一个错；相反的，如果他们不喜欢你，那你做的再好也是枉然。
- Warren Bennis：其实我并不是个有趣的人，但我能让对方成为一个有趣的人。
- 对别人感兴趣是一种能力，不是让你成为一个有趣的人，是让对方觉得他是个有趣的人
- 感兴趣 | 成年人的世界里，最珍贵的礼物其实就是我们的注意力
- 聊失败 | 最有亲切感的话题，就是你曾经发生过的一些糗事
- 找相似 | 人和人的差异，只要层次一拉高就能化解
- 镜像式回应

四、行动计划

结束语

- 做销售不是百米赛跑！而是马拉松！
- 视频赏析——马拉松！

此课程，可根据客户具体要求，定制成线上线下结合的辅导项目。