

## 课程名称：园区营销服务技能培训

- **适用对象**

客户经理

- **课程时长 (天)**

2天，6小时/天

- **课程简介/特色**

本课程以消费者心理学、营销学等理论为基础，结合全业务环境下的园区、商务楼宇和商铺的销售特点，通过深入分析客户购买流程和购买习惯，在深入讲解针对中小微企业的信息化产品的购买和销售特点基础上，以实战模拟的方式教授商企客户经理销售拜访及深度沟通技术，让客户经理掌握通过多次成功的拜访完成信息化产品的销售任务。本课程讲师有着多年园区、商务楼宇及商铺销售的实际工作经历，对通信行业的动态有着自己独到的见解，并且亲自参与课程开发，很多内容让学员感到耳目一新。课程密切联系实际情况，生动活泼、深入浅出，可以助力学员提升实际工作绩效。

- **课程目标/学员收益**

- 通过培训帮助客户经理树立正确销售理念，规范销售流程，梳理销售工作思路；
- 打造职业化的园区、商务楼宇客户经理销售团队，实现客户经理的三个转变（思想转变、行为转变、业绩转变）；
- 梳理客户经理内部工作流程，打造强大的服务支撑团队；

- **课程纲要**

### 一、园区、商务楼宇客户特点与热卖产品分析（时间占比 30%）

#### 1、园区、商务楼宇客户产品的关键特征及需求分析

- 中国电信能力边界分析
- 两线业务分析（宽带、商企专线等）
- 云业务（能力类业务）需求分析（IaaS、SaaS等）
- 延申业务需求分析（视频监控、物联网、平台类业务）

#### 2、园区、商务楼宇客户销售的特殊性

- 园区客户的特点及需求分析
- 商务楼宇客户的特点及需求分析
- 园区物业管理客户特点及需求分析
- 园区政府主管部门的特点及需求分析

### 3、园区、商务楼宇市场客户经理在销售中常见误区

#### 4、园区、商务楼宇市场客户拜访前的准备

- 心态准备
- 业务准备
- 技能准备

## 二、园区、商务楼宇客户顾问式销售技术（时间占比 30%）

### 1、园区、商务楼市场客户开发应该重点考虑的关键环节

- 客户聚类性特征
- 客户的需求与刚需
- 客户的接触和联系

### 2、如何破冰建立客户关系及客户关系的四种类型

### 3、客户需求的深层次挖掘

### 4、如何对园区、商务楼宇市场客户进行细分

### 5、客户经理如何发掘客户的利益点

案例：从交易型销售到顾问式销售

## 三、接近园区、商务楼宇市场客户的基础技能（时间占比 40%）

### 1、中小企业“快微准”实战技能

- 现场快速营销导入
- 陌拜破冰及开场接触技巧
- 需求探讨式：在服务的过程中，巧妙的开始需求切入点
- 角色扮演：三种开场白技巧
- 销售高手素描（实践中客户营销机会把握）

### 2、快速找准客户需求技巧

- 客户在什么情况下有需求？
- 不同群体客户对业务需求
- 三种需求贯穿主线
- 探寻终端需求的“三连环”模型
  - ◆ 练习：30秒内明晰客户需求的实战模拟

### 3、快速推荐与微体验技巧

- 业务介绍三原则

- 业务介绍技巧（FABE）在业务中的运用
- 实战中如何增强业务产品卖点感染力？
- 微体验与“推荐三点造句法”完美结合

#### **4、快速促成与异议处理的技巧**

- 客户指出业务缺点，怎么办？
- 异议处理三部曲：让技巧替代本能
- 常见异议与应对方法
- 何时要促成客户购买
- 促成 4 种技巧运用要领

练习：促成的实战模拟

#### **5、善用销售脚本，快速掌握现场话术技巧及通关练习**

- 什么是“好的销售脚本”？
- 如何写出实用的销售脚本
- 销售脚本怎么用最有效
- 话术通关练习