

场景化专业化销售能力提升实战

--- 《集团成员营销场景》课程

课程背景：

随着通讯技术的不断发展和国家对通讯业的持续整合，运营商在技术运用和资源支持等方面的能力日趋同质化。销售人员拿着几乎相同的产品和差不多价格的产品在进行着销售。竞争中，很难与对手拉开差距。

在同质化的市场中，面对不同的销售场景，如何运用专业化的销售技巧，提高成交率，融合推广更多的业务呢？

本课程，我们将聚焦“集团成员销售”这个实战场景。通过课堂培训深入研究探讨有效沟通引导客户的专业销售方法，并在实战中检验运用从客户接触、产品展示到快速成交等环节的关键技巧，进一步提升学员的场景化专业销售技能。

课程收益：

- 1、同质化竞争下，专业销售的关键作用；
- 2、专业化销售的基本流程和实现目标
- 3、专业化销售的场景化应用方法技巧
- 4、场景化的实战销售脚本及话术脚本

课程安排：

- 1、 技能培训：营销方法、工具学习、营销话术研讨（1天）
- 2、 实战准备：营销话术过关（0.5天，培训完成当晚）
- 3、 陪同辅导：陪同拜访及现场辅导（3-5天）
- 4、 中途加油：解决实战问题，鼓舞实战士气（实战时每晚1小时）
- 5、 复盘及战术总结：总结实战经验，成型实战战术（0.5天）

培训课程大纲

授课方式：讲师讲授+案例分析+学员讨论+学员分享

导言 专业化销售技巧

一、 专业化销售的一般流程和技巧目标

- 1、 好感接触-好感联系，需求挖掘
- 2、 优势展示-引发兴趣，比算利益
- 3、 快速成交-消除异议，促成成交

第一节 好感的客户接触

一、 从客户接触阶段的目标，思考需要的技巧

- 1、 讨论：为什么要好感接触？我们要达成什么目标，采取什么样的行动？
- 2、 客户接触，我们要达成的目标和应有的行动：
 - 1) 建立有好感的联系：建立有利于沟通和了解情况的好感气氛
 - 2) 挖掘到客户的需求：了解到客户需求的情况以利于针对推荐

二、 建立好感联系的技巧

- 1、 好感开始于良好的印象
 - 1) 适当的接触时机
 - 2) 良好的仪容态度
 - 3) 简单善意的自我介绍
 - 4) 恰如其分的寒暄恭维
 - 5) 友善积极的情绪引导
 - 6) 主动有意的关系拉近

7) 探讨：集团成员营销场景下，如何良好印象？

2、 好感来自于非对抗的来意事由

1) 服务是最好的非对抗来意事由

2) 预见的冲突处理

3) 销售话术输出：集团成员营销场景下，获取集团进入的是由话术？

4) 营销脚本探讨：集团通知脚本

三、 了解客户需求的技巧

1、 有技巧的问题沟通，了解客户需求相关的情况

1) 客户需求的基础：客户的问题探询

2) 策划问题的技巧：封闭式与开放式提问的运用

3) 探讨：集团成员销售场景下，客户需求的问题问询？

4) 销售话术输出：针对智慧家庭产品营销，一问一答的快速需求锁定

第二节 优势的产品展示

一、 从展示产品阶段的目标，思考我们的行动

1、 讨论：为什么要优势展示？优势展示要达成什么目标，采取什么样的行动？

2、 产品展示，我们要达成的目标和应有的行动：

1) 引发兴趣：针对客户问题，引发解决的兴趣

2) 比算利益：比算利益优势，赢得客户的认同

二、 引发客户兴趣的技巧

1、 客户兴趣的核心是利益的获得

2、 降低费用，提升性能是最常见的利益兴趣点

3、 探讨：集团成员营销的利益兴趣点

1) 基于个人及家庭的移动产品

2) 基于个人及家庭的宽带产品

3) 基于个人及家庭的融合产品

4) 基于个人及家庭的智慧产品

4、 销售话术输出：集团成员营销场景下，针对利益点的引发兴趣话术

三、 比算利益优势的技巧

1、 展示要针对认知能力

2、 展示要围绕客观实际

3、 展示要策划比算脚本

4、 销售话术输出：集团成员营销场景下，针对利益优势的比算话术

第三节 快速的成交促成

一、 从成交促成阶段的目标，思考我们的行动

1、 讨论：促成成交阶段，我们要达成什么目标，采取什么样的行动？

2、 促成成交阶段，我们要达成的目标和应有的行动：

1) 消除异议：化解客户异议反对，才能进一步达成销售

2) 促成成交：抓住机会引导成交，快速赢得销售的成功

二、 消除化解异议的技巧

1、 客户异议的认识：异议是有兴趣的表示

2、 分清客户异议类型，针对方法化解客户反对

1) 化解异议的四步法

2) 销售话术输出：集团成员营销场景下，常见异议应对话术

三、 引导客户成交的技巧

- 1、 成交的时机
- 2、 察言观色，辨别成交的信号
 - 1) 正面肢体信号和负面肢体信号的识别方法
- 3、 肢体信号处理的沟通方法
 - 1) 化解负面影响的开放式沟通
 - 2) 锁定沟通成果的封闭式问题
- 4、 引导客户，促成成交的技巧
 - 1) 引导客户成交的方法及案例
 - 2) 销售话术输出：集团成员营销场景下，常用促成话术应用

话术脚本及营销工具准备

第一步 搭讪接触

营销工具准备：

- ✓ 仪容态度的准备
- ✓ 搭讪工具的准备
- ✓ 客户筛选的条件
- ✓ 搭讪时机的选择

话术脚本准备：不同类型客户

- ✓ 开场话术的脚本
- ✓ 寒暄话题的脚本
- ✓ 拒绝处理的脚本

第二步 客户识别

营销工具准备：

- ✓ 宣传物料的准备
- ✓ 客户识别的标准

话术脚本准备：不同类型客户

- ✓ 询问问题的脚本
- ✓ 客户验证的脚本
- ✓ 拒绝处理的脚本

第三步 引发兴趣

营销工具准备：

- ✓ 宣传布置的准备
- ✓ 人气氛围的准备
- ✓ 礼品道具的准备

话术脚本准备：不同类型客户

- ✓ 引发兴趣的脚本
- ✓ 拒绝处理的脚本

第四步 了解产品

营销工具准备：

- ✓ 产品资料的准备
- ✓ 利益重点的梳理

话术脚本准备：不同类型客户

- ✓ 产品说明的脚本
- ✓ 优势对比的脚本
- ✓ 激发利益的脚本
- ✓ 拒绝处理的脚本

第五步 示范体验

营销工具准备：

- ✓ 体验道具的准备
- ✓ 体验步骤的梳理
- ✓ 优势问题的预案

话术脚本准备：不同类型客户

- ✓ 优势示范的脚本
- ✓ 对比感受的脚本
- ✓ 拒绝处理的脚本

第六步 促成成交

营销工具准备：

- ✓ 礼品道具的准备
- ✓ 表格单据的梳理

话术脚本准备：不同类型客户

- ✓ 促成话术的脚本
- ✓ 拒绝处理的脚本

第七步 建立关系

营销工具准备：

- ✓ 名片道具的准备

话术脚本准备：不同类型客户

- ✓ 加微信的话术脚本
- ✓ 拒绝处理的脚本