

聚类及家客市场类实战组织通用课程

(上门及面对面销售类实战)

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。

如何在同质化的产品销售中，提高成交率，融合推广更多的业务？

通过本课程，我们在实战中学习“聚类及家客”市场（家庭社区、沿街商铺、商务楼宇、专业市场、中小企业等）有效引导客户的方法和技巧，掌握接触客户、展示产品、促成成交的关键技能，为赢得销售储备技能。

课程收益：

- 1、同质化竞争下，专业销售的关键作用；
- 2、销售的基本流程和实现目标
- 3、销售流程的方法技巧要求
- 4、接触阶段的方法和技巧
- 5、展示阶段的方法和技巧
- 6、促成阶段的方法和技巧
- 7、面对面销售、上门推销等场景的实战技巧

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 专业销售技巧

一、 专业销售的一般流程和技巧目标

- 1、 接触-好感接触，了解情况
- 2、 展示-针对需求，展示利益
- 3、 促成-消除异议，促成成交
- 4、 销售技巧解读：好感的客户接触、优势的产品展示、快速的成交促成

第一节 高效的客户接触

一、 从客户接触阶段的目标，思考需要的技巧

- 1、 讨论：接触客户，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) 好感氛围：营造有利于沟通和了解情况的融洽气氛
 - 2) 了解情况：了解到客户需求的情况以利于针对推荐

二、 营造融洽气氛的技巧

- 1、 融洽的好感气氛开始于良好的印象
 - 1) 适当的接触时机
 - 2) 良好的仪容态度
 - 3) 适当的是由话术
 - 4) 预见的冲突处理

- 5) 面对面、上门场景的接触技巧和案例分享
 - 6) 模拟演示：电话接触
- 2、 融洽的气氛来自于愉快的交流
 - 1) 简单善意的自我介绍
 - 2) 恰如其分的寒暄恭维
 - 3) 友善积极的情绪引导
 - 4) 主动有意的关系拉近
 - 5) 模拟练习：针对对象的寒暄恭维
- 三、 了解客户需求的技巧
 - 1、 有技巧的沟通，了解客户需求相关的情况
 - 1) 策划问题的技巧：封闭式与开放式提问的运用
 - 2) 示范案例：面对面的客户需求问询、
 - 2、 通过需求相关情况，分析主推产品
 - 1) 面对面销售：一问一答的快速锁定
 - 2) 上门销售：需求锁定的简单步骤

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：展示阶段，我们要达成什么目标，采取什么样的行动？
 - 2、 展示阶段，我们要达成的目标和应有的行动：
 - 1) 针对需求：明确客户需求，才能针对性强调优势
 - 2) 展示优势：展示优势利益，才能赢得客户的认同
- 二、 针对需求展示的技巧

案例：最便宜的套餐

案例总结：没有最好的产品，只有最适合的产品

- 1、 客户核心利益的解读
- 2、 举例分析：不同客户的核心利益
- 3、 基于核心利益的针对性优势展示
 - 1) 基于核心利益的卖点提炼
 - 2) 模拟练习：XX 产品的卖点提炼
 - 3) 基于核心利益的针对展示：FAB
- 4、 模拟练习：不同场景下针对对象的展示重点

三、 展示优势利益的技巧

案例：“最安全的宽带”

案例总结：主观认知决定了利益最大化

- 1、 展示要针对认知能力
- 2、 展示要围绕客观实际
- 3、 展示要策划行动脚本
 - 1) 引发兴趣的脚本：紧扣核心利益，引发客户对产品的兴趣
 - 2) 引导了解的脚本：针对核心利益，强化客户对产品优势的了解
 - 3) 激发共鸣的脚本：聚焦核心利益，激发客户对产品利益得的共鸣
- 4、 案例讲解及模拟练习：不同场景下，针对产品的行动脚本

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) 不同场景下，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) 不同销售场景下，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