

顾问式面对面销售技巧

课程背景

传统销售模式在新环境下的挑战:

营销理念升级：促销推销---合作双赢

客户：希望我们从产品提供商---解决方案提供者

潜在需求：只有通过挖掘和引导才能转为现实需求

同质化：建立紧密型合作关系是竞争的新方式

渠道效率：使客户进入我们的模式

课程目标

1. 顾问式销售的基础
2. 顾问式销售的几个阶段
3. 顾问式销售技巧
4. 管理客户关系及忠诚度

课程对象

销售人员

课程时间

2天

课程方式

授课 40% (互动引导) +小组练习 20%+现场模拟演练 40%

课程大纲

前言 销售面临的挑战

一、销售的方向

客户面临的风险

二、销售对话的难点

三、了解客户需求的重要性

四、发掘客户需求的策略

第一部分 认识顾问式销售

一、什么是“顾问式销售”？

二、“顾问式销售”与一般销售的区别

三、“顾问式销售”的特点

四、“顾问式销售”学习方法

五、“顾问式销售”指导方针

六、销售人员五问

1. 顾问式销售人员的正确认识

2. 顾问式销售的适用范围

3. 顾问式销售人员的角色

4. 顾问式销售人员与价值创造

5. 顾问式销售人员应有之心态

第二部分 制定顾问式销售拜访计划

- 一、 关心焦点
- 二、 所关心的业务问题
- 三、 中间商
- 四、 最终用户
- 五、 设定拜访目标的原则
- 六、 有效的开场白
- 七、 成功的开场白
- 八、 强化来访的目的
- 九、 信赖维持的支柱

第三部分 确定客户优先考虑的问题

- 一、 问题的类型
- 二、 开放式及封闭式问题
- 三、 顾问式销售提问策略
- 四、 咨询性的问题
- 五、 何谓 SPIN 模式？
- 六、 如何开发需求

第四部分 阐述并强化产品利益

- 一、 特性及利益

- 二、 强化利益点
- 三、 展现增值利益
- 四、 增值利益
- 五、 四种增值利益
- 六、 增值利益量化法则

第五部分 获得反馈并作出回应

- 一、 取得客户反馈并做出反应
- 二、 取得客户反馈的方式
- 三、 处理负面反馈
- 四、 负面反馈的类型
- 五、 未能赢得客户的四大原因
- 六、 了解客户的障碍
- 七、 顾问式销售方式
- 八、 如何建立信任
- 九、 建立信任的行为
- 十、 如何发掘需求
- 十一、 了解客户动机：任务动机和个人 动机
- 十二、 发掘需求的提问范围
- 十三、 发掘需求的有效聆听

十四、 如何有效提案

(有效提案 SAB、邀请客户参与、提案的关键时刻、积极主动出击、提案中的异议处理-LSCPA 原则)

第六部分 获得承诺

- 一、 何时获得承诺
- 二、 如何获得承诺
- 三、 重述决策者优先考虑的问题
- 四、 获得反馈
- 五、 按客户优先考虑的问题阐述关键的利益
- 六、 要求决策者做出承诺
- 七、 请求决策者做出承诺
- 八、 成交协商
- 九、 等值交换

第七部分 综合运用：(情景演练)

- 一、 运用一天所学，综合演练销售实战

(全文完)