

# 展会营销技巧培训

## 课程背景

面对纷至沓来的展会邀请，企业对是否参加展会，参展能给企业带来哪些利益，该如何充分利用会展传播企业的信息，如何与强大的对手同台竞出等一系列问题都心存疑惑。这就涉及到了如何真正让展会发挥作用，本课程的目的就是将展会的作用通过严谨细致的工作发挥到极致，为企业拿下更多订单。

## 课程目标

## 课程对象

销售人员

## 课程时间

1-2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

第一部分 展会活动前的准备

一、客户邀约

思考：找到你的客户线索的方法？

思考：客户邀约你遇到过这样的问题吗？

1. 客户不愿接听你的电话？
2. 客户说忙，来不了？
3. 客户答应说来，结果没到场？

## 二、有效的邀约话术

1. 邀约的开场白
2. 邀约话术的6大核心要点
3. 邀约过程中的异议处理

## 三、邀约信息的整理

1. 展会物料的准备

思考：有哪些对拓展客户的有用物料？

4. 参展人员的准备

## 四、工作职责及分工

## 五、培训计划制定

1. 行业发展趋势培训
2. 企业及产品知识培训
3. 竞争分析培训
4. 运营模式培训
5. 展会政策、制度、分工及工作流程培训

6. 展会特征的培训
7. 展会礼仪礼节培训
8. 展会标准话术培训
9. 展会现场接待技巧培训（以上培训内容只展开此部分内容，如需其他部分的展开，提前告知）

## 第二部分 展会现场的接待

### 一、 展会现场引流的技术

### 二、 现场沟通技巧

#### 1. 判断客户的类型：看客、玩客、潜客

思考：活动销售中你遇到过这样的问题吗？

- (1) 一个看起来意向强烈的客户，跟踪了很久\*\*终没有成交？
- (2) 客户来的太多接待不过来？
- (3) 明明有机会成交的客户，由于照顾不周走掉了？

#### 5. 让客户开口说话，建立客户的信任感

思考：客户接待时你遇到过这样的问题吗？

- (1) 客户一言不发
- (2) 客户说随便看看
- (3) 总是找不到和客户开场合适的话题

#### 6. 客户需求的探询

思考：客户需求探询阶段你有没有遇到过这样的问题？

(1) 不知道该了解客户的哪些信息？

(2) 不知道如何从客户的信息中分析客户的需求？

(3) 客户不愿意告知自己的信息？

思考：需要了解客户的哪些信息？

(1) 基本信息

(2) 需求信息

练习：探询需求技巧现场演练

## 7. 高效的产品及招商政策的介绍

(1) 介绍的 FAB 法

(2) 产品介绍体验篇

对于可以让客户体验的产品进行讲解

## 8. 客户异议的处理

## 9. 促单成交技巧

(1) 从众心理

(2) 短缺效应

(3) 承诺一致

### **第三部分 展会后的客户跟踪技巧**

思考：客户跟踪维护是你有没有遇到这样的问题？

(1) 客户不愿意接听你的电话？

(2) 客户接听了电话说再考虑考虑？

(3) 客户接听了电话说需要的时候联系你？

一、 初次接待后客户离开时的伏笔

二、 客户信息的分析

三、 确定关键决策人

四、 客户跟踪回访的技巧

1. 开场白

2. 谈话过渡

3. 了解情况

4. 提出请求

5. 要求承诺

六、 与客户建立情感关系的手段和方法

七、 合作后的客户转介绍

(全文完)