

旅游景区销售人员营销技巧

讲师：滕佳

解决问题

德鲁克说过：企业只有“营销”和“创新”是创造企业价值的源泉，其他都是成本。

疫情之下企业生存困难，压力巨大。提高营销与创新更是解决问题最关键和渠道，没有之一！

课程特点

紧密围绕当前形势分析问题，解决问题

改变思维，解决现有问题

现场大量模拟训练，学以致用

课程收获

掌握营销战略理念与精髓

把销售方法应用在实战中

授课对象：管理层及销售人員

授课课时：2天

授课方法

讲授法；讨论法；分享法；问答法；演练法；案例分析法、行动学习

课程要求：讲师提前到达景区酒店和销售门店做暗访，将暗访情况调整到课程内容中（暗访不算课时）

课程大纲：

第一节：破冰分析

一、景区营销角色分析

反思：角色认知测评，我工作的角色是什么？

1. 景区产品推销员的表现

案例分析：旅游产品推销的普通销售情景与劣势

2. 景区优秀营销的特征——顾问式、以客户利益为中心、为客户负责

案例分析：三种特征的营销模式正反对比

3. 如何传递旅游顾问的专业与动机

讨论：景区产品需要怎样的营销方式

总结：我今后该如何定位自己的工作角色？

二、如何打破游客进门的提问

1. 客户的终身价值与成交价值

2. 销售暂停或销售终止背后客户的心理分析

讨论：客户需要个人销售带来什么？

讨论：猜猜客户的心里话？

总结：我今后该如何扮演产品销售的角色？

第二节：游客需求画像

客户画像的基本概念和重要性

什么是客户画像？其重要性及目的；

客户画像与市场细分、目标市场定位的区别与联系。

创建客户画像的方法和技巧

客户画像的基本要素；

创建客户画像的数据来源；

客户画像的构建方法和步骤；

客户画像的更新和维护。

客户画像的分析和应用

客户画像的分析方法；

客户画像在营销策略中的应用；

基于客户画像的个性化推荐和定制化服务。

案例练习执行方法：1、讲师讲授相关理论

2、学员根据理论分析游客心理画像

绘制工具：思维导图

角色配合：游客 A、B、C、D 销售 AB.....

课程目标：将游客询问分析后，进行系统分类，将客户画像画出来

第三节：高质量沟通技巧

沟通基础

什么是沟通？

沟通的重要性

沟通的过程与要素

沟通技巧

积极倾听技巧

清晰表达技巧

非语言沟通技巧

提问技巧

沟通挑战与应对策略

面对冲突时的沟通策略

建立共识的技巧

有效处理反对意见和批评

远程沟通和在线沟通技巧

线上沟通与线下沟通

线上与线下的区别与联系。

分析失败的沟通案例，反思问题并学习如何改进。

实践沟通技巧，提高实际应用能力。

小组讨论和角色扮演，模拟真实场景进行沟通练习。

案例执行方法：1、讲师讲授相关理论

2、学员根据理论练习沟通方法

绘制工具：思维导图

角色配合：游客 A、B、销售…….

课程目标：将游客投诉现象分析后，进行系统分类，将客户画像画出

第四节：旅游销售关单技巧

销售关单技巧概述

什么是销售关单技巧？

销售关单技巧的重要性

销售关单技巧的基础原则

识别游客购买信号

购买信号的类型和表现形式

客户反馈和购买信号的解读

及时响应客户购买信号的技巧

关单技巧核心

直接请求法：直接提出购买建议，抓住客户意向

预设条件法：利用优势条件引导客户决策

促销优惠法：利用促销和优惠活动刺激购买欲望

时间限制法：设置时间限制，增加紧迫感

全面解答法：全面解答客户疑问，消除购买障碍

情感引导法：引导客户情感，促进购买决策

共赢思维法：强调双赢，提升客户满意度和忠诚度

关单技巧实战演练

模拟销售场景，进行角色扮演和关单练习。

分析成功和失败案例，提炼关单技巧和策略。

小组成员互评和反馈，共同提升关单能力。

与实际业务场景结合，学习如何在实践中运用关单技巧。

与客户建立长期关系和维护的策略和方法。

处理客户异议和投诉的技巧和流程。

利用社交媒体和数字化工具提升销售效率和关单成功率。

案例执行方法：1、讲师讲授相关理论

2、学员根据理论分析游客关单方法及话术

绘制工具：思维导图

角色配合：游客 A、B、销售人员 A、B.....

课程目标：整理关单流程

整理关单话术（配合线上、线下一起）

第五节 课程复盘

一、课程内容大复盘

二、课程结果输出：

销售流程

销售沟通话术框架

销售关单话术框架