

精准客户开发与成交技巧

【课程时长】

2天

【课程大纲】

第一章、精准客户开发与维护

一、客户画像

客户是谁？

给客户画像（定位）的六大要素

做精准客户营销

二、鱼塘式营销

案例：《我不是药神》

抓住“塘主”巧妙获取精准客户

鱼塘思维：什么是鱼？什么是鱼塘？谁是塘主？如何与塘主合作？

课堂互动：用鱼塘营销做客户开发练习

三、如何获取精准客户资源

1) “买客户思维”

案例：100个美的电水壶

2) 把异业的销售冠军当作自己的大客户

3) 参加客户行业活动——一米法则

四、微营销开发客户

微营销时代，人人都是自媒体

微营销倍增大客户流量的三大绝招：

1) 朋友圈互推

互推的关键三步法

2) 微信群互换

进入微信群后的四个步骤

3) 朋友圈转介绍

课堂实战：通过朋友圈推荐，立刻获取精准客户

五、客户管理与维护

1、客户分级和归类

如何给客户分级 A\B\C\D

给大客户分类、分级别《选对池塘钓大鱼》

2、重点客户信息搜集

客户导入渠道（客户来源）

客户信息的获取

小人物法则

案例分享：扫地阿姨的关键信息

3、给重要客户建档

获取信任的技巧——投其所好

对客户的信息越准确，越容易获得客户好感

案例分析：哈维麦凯的礼物

客户档案：麦凯 66

销售工具：曹氏客户信息搜集表

第二章、电话邀约技巧

电话销售的第二春

一、电话（现场）的沟通技巧

（一）、提问技巧

提问是销售沟通中最核心的技巧！

封闭式\选择式\开放式

销售中提问的目的是什么？

提问 → 倾听 → 得到需求

1、给答案式提问—封闭

人就是一台强大的“纠错机器”

案例分析

给答案演练：A/B 角色扮演

还有哪些地方可以用给答案式提问的？

2、反问式提问

注意：不要马上回答客户问题！

故事：拂晓就撤退

案例：连锁店

6个标准反问话术

反问练习：

客户：你们的价格好高啊！

3、以问收尾

销售高手养成用问题收尾的习惯。

经典案例

案例分析：卖李子的故事

课堂讨论：从故事中你发现了什么？

（二）、聆听技巧

沟通法则：30/70 法则

好的聆听者必将受人欢迎。

案例：低调的商场冠军

为什么要耐心倾听？

良好倾听的八大准则

（三）、共情技巧

电话（现场）如何快速与客户达成共鸣

1、情绪共鸣

2、感受共鸣

课堂互动：找到彼此的5个共同点

二、邀约流程与话术

案例：三碗面的故事

邀约的核心：给理由+选择式缔结

第一步、给理由

案例：王老吉，搞营销就是找理由！

为何客户不肯到店？因为没有给充分的到店理由！

课堂互动：理由编写

第二步、选择式邀约

选择式邀约核心：跳过了“要不要”

案例：“猫？狗？鱼？”

选择式提问实战运用



第三步、加微信技巧

如何提高加微信成功率

话术示范+课堂角色扮演 邀约练习

二次邀约技巧

第三章、现场接待与成交策略

谈判得来的都是净利润！

1、开场破冰技巧

1)、聊天技巧

核心：聊客户感兴趣的话题

听故事技巧

2)、夸赞技巧

PMP 法则 PMP——MPMP——PMPMP

夸赞的六个法则

如何夸赞不同性别客户

如何夸赞不同年龄的客户

电话里如何夸赞

课堂练习：找出学员的赞美点

3)、套关系技巧（20个套关系关键词）

课堂互动：快速找到对方的共同点

2、FBI 产品价值塑造（FABE 的升级版）

——谈判谈的是价值而不仅仅是价格

(1) 特点(Feature)：“因为……”



(2) 好处(Benefit)：“从而有……？”

(3) 证据 (Illustrate)：“举例来说……”

销售不是卖产品本身，而是卖产品可以给客户带去的“好处”。——乔吉拉德

天平法则

课堂练习：用 FBI 策略设计 1 款产品的介绍流程

3、报价策略（谈判技巧）

1) 三不报价

2) 三明治报价法

课堂互动：角色扮演做报价练习

3) 转移策略

4、解除客户抗拒

为什么不成交？因为还有抗拒和顾虑没有被解除。

抗拒解决的终极武器——平行架构法

解除抗拒的基本流程

案例分享：太贵了！

课堂分组练习 应对“讨价还价”

分享与点评

5、成交前的信息捕捉

没有最好的成交技巧，却有最好的成交时机！——世界第一销售冠军汤姆霍普金斯

通过客户语言捕捉成交时机

通过客户沟通中的提问捕捉成交时机

通过客户肢体语言捕捉成交时机

6、杀单技巧

又称为“逼单法”

逼单的目的——逼出抗拒

轮杀技巧

一杀、二杀、三杀……

团队协作成交成功率是单兵作战成功率的 2.5 倍！

课堂练习：轮杀练习

7、“将军”成交法

解决客户的反悔

8、短缺策略

短缺策略的三个步骤

课堂角色扮演

9、“起死回生法”或“门把销售法”

课程结束，曹老师将预留 10 分钟的课堂提问。