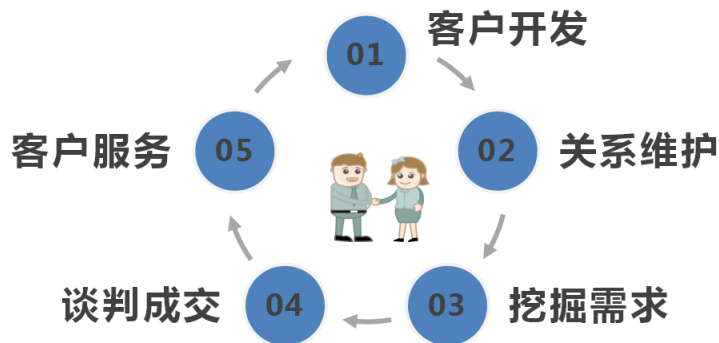


销售全流程系统训练营

—客户开拓、关系维护、需求挖掘、谈判成交、客户服务五大模块—

【课程时长】

3-5天（每天6小时 培训+练习+角色扮演+情景练习）



【课程大纲】

暖身破冰

分组：报数分组、选出小组组长

两天课程以小组为单位进行PK 最终选出优胜小组

第一章、客户画像与大客户开发

本章收益：

- 1、大客户定位，学习客户画像技巧，让销售有的放矢；
- 2、学习鱼塘式营销技巧，小成本获取更精准的有效流量
- 3、学习微信、电话等新拓客技巧，并如何与客户快速建立信任。

一、大客户画像

大客户分类依据：二八定律+聚焦法则

大客户画像的6个原则

案例：某企业的大客户定位

课堂练习：给自己的目标客户“画像”



二、大客户开发

(一) 三个新思维

- 1、流量思维
- 2、利他思维
- 3、买客户思维

(二) 体验感营销

营销关键词：流量+体验感

客户的终身价值

课堂互动：推广一个客户要多少钱？

(三) 鱼塘式营销

通过鱼塘式营销理念，轻松开发潜在大客户资源

鱼儿：精准大客户 鱼塘：大客户的聚集地 塘主：鱼塘负责人 养鱼：客户关系维护 钓鱼：

谈判成交

课堂练习：制定一个适合自己产品的鱼塘式营销计划

(四) 微信营销

- 1、朋友圈互推
- 2、微信群互换
- 3、朋友圈维护 微信沟通技巧

(五) 电话邀约

- 1、开场技巧 开场错误示范
- 2、电话破冰技巧 寒暄技巧
- 3、电话中快速加微信技巧
- 4、邀约见面话术

课堂练习：设计一个从开场到邀约缔结的全流程话术

第二章、客户关系维护与管理

本章收益：

- 1、学习如何与陌生客户破冰，快速与客户建立信任关系；
- 2、如何通过心理学沟通技巧与客户拉近关系。
- 3、对大客户的信息进行有效管理，达到投其所好的目的。

销售成交的四大要素：需求、购买力、决策人、信任

一、聊天技巧

跟大客户聊什么？——他们感兴趣的话题

聊天技巧的核心：听故事

听客户成功创业的故事、事业成功的故事

二、套关系技巧（关系营销）

与客户快速拉近距离的方法——套关系（套近乎）

没有关系创造关系

套近乎的 20 个关键词：老乡、本家、抽烟、喝酒……

三、赞美技巧——让客户飘飘然

赞美是世界上最廉价却又最珍贵的礼物。

PMP 法则

夸赞的六个关键技巧

如何找到赞美点

课堂练习：快速找出同事的赞美点

四、客户建档——投其所好

案例：一个泡脚桶带来的两百万生意

给大客户建档

了解客户需求以外的需求

故事：麦凯 66 问

课堂互动：制作自己的档案表

第三章、挖掘客户精准需求

本章收益：

- 1、学会有效发问，充分关注客户的产品需求和非产品需求；
- 2、通过认真聆听，让客户说得更多，我们了解得更清晰；
- 3、如何运用调研了解更多的需求细节。

一、有效发问技巧

1) 选择式提问技巧——选择式开场、选择式邀约、选择式成交

课程互动：美国华侨买房子

2) 反问技巧

故事：拂晓就撤退

案例：尚层装饰的金鸡湖别墅案例

3) 给答案技巧

想要一个正确的答案，先给一个错误的让客户否定。

案例：接待客户开场

现场互动：给答案练习

4) 以问收尾技巧

课堂模拟练习 角色扮演

经典案例分享：卖李子

课堂讨论：四个小贩的区别

二、聆听技巧——获取客户最准确的产品需求

30/70 法则

案例：乔·吉拉德的失策

成为客户的私人心理咨询师

成为良好倾听者的 8 项秘诀

微笑倾听的力量

三秒钟法则

第四章、商务谈判与成交策略

本章收益：

- 1、学习阐述产品给客户带去的价值；
- 2、如何应对客户抗拒；
- 3、如何用设计好的让步策略谈判；
- 4、捕捉成交信息，达成交易。

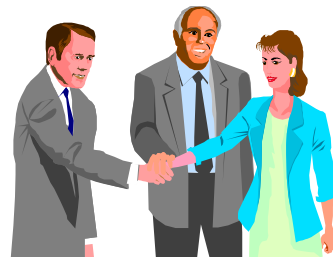
谈判得来的都是净利润！

一、FBI 产品价值说明技巧

- (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 2 款产品的介绍流程

二、报价技巧

- 1、三不报价
- 2、不报裸价
- 3、三明治报价法

课堂互动：运用“三明治报价法”做报价练习

三、解除客户抗拒

客户的任何抗拒都等于在问我们一个问题。

重新框视法

“太贵了”=？

解除抗拒的核心技巧：平行架构法

平行架构法的流程 案例分析

课堂互动：分组演练如何解除客户抗拒

四、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

五、杀单技巧

又称为“逼单法”

逼单的目的——逼出抗拒

用合同逼单

轮杀技巧——成交必杀技（用团队协作签单）

六、短缺策略

得不到的就是最好的

短缺策略的流程

课堂互动：练习短缺话术

七、“起死回生法”

又称“门把销售法”

起死回生的流程

课堂互动：A/B 角色扮演

课堂练习：门把策略

八、谈判后的复盘

复盘的重要性

复盘的案例和流程

课堂练习：分组做谈判后的复盘

第四章、客户服务与维护

1、客户维护

成交才是销售真正的开始

案例：四年的维护得到六年的大订单

提升客户的黏性得到持续的大订单

2、服务营销

互联网思维模式：流量+体验感

服务营销的核心：客户满意度放在首位

3、售后服务

售后服务的责任人——销售员

如何实现超越预期的售后服务

超越客户期望的满意度带来三大收获：

- 1) 回头客
- 2) 转介绍
- 3) 减少客户投诉
- 4、应对客户投诉

销售真理：有意见的客户才是真正的“好客户”

- 1) 降低前期的客户期望值
- 2) 提高服务质量减少投诉
- 3) 客户投诉的应对技巧：太极推手法

课堂练习：解除客户的投诉技巧

5、提升客户的黏性

打造“客户生态圈”

与客户成为好朋友

做客户满意度调查

课后预留 10 分钟学员提问。