

《SPIN 客户需求激发术》课程大纲

UFC 营销教练：孙邕亭

症
结

- 1、为什么很多客户有潜在需求销售顾问却激发不了购买？
- 2、为什么很多销售在销售沟通中浪费了大量的成交机会？
- 3、为什么很多销售在沟通中没有说服力，常常像“被告”？
- 4、为什么很多顾问在销售中不像顾问更像是生硬的推销？

《SPIN 客户需求激发术》特训解决上述症结

【训练对象】 销售经理、销售顾问、客服代表

【训练目的】

- ◇ 能够用一两个问句就引发客户的强烈关注；
- ◇ 能够用一两个问句就激发客户对产品的兴趣；
- ◇ 能够用一两个问句就锁定客户的需求意向；
- ◇ 能够用一两个问句就解除问题客户的异议；
- ◇ 能够用一两个问句就引导客户成交；
- ◇ 能够通过理性、渐次的探询说服客户达成共识。

“沟通素质”SPIN 训练简介：

销售就是跟客户沟通。一个好的沟通，不仅要问客户问题，更重要的是问客户什么问题。什么问句能问到客户的心坎上，什么问句能令客户站住听你说，什么问句能令客户瞪大眼睛产生兴趣？

煅铸式训练是一种教练式的训练系统，绝非传统的课堂培训，其训练主要体现在销售实战的效果上。煅铸式训练也不是培训后就结束了，为了确保实战效果，训后还需要辅以对参训学员进行作业辅导和实战随岗辅导，大型集团和人海战术的销售团队更需要添加典型标杆训练等实战模式。所以煅铸式训练，不是简单的课程和课时的累加，而是为企业构建一套销售人员的工具化训练系统，并在训练期间为企业培养若干名销售培训师。企业今后可

以依据此煅铸式训练系统，不断渐进、提炼、传承一套快速培养批量销售人才的“销售工具”。

《SPIF 客户需求激发术》训练大纲

阶段	关键任务	主要内容	教学流程（概要）
一	《SPIN 需求激发术》课上训练（第1天）	1、如何通过问客户问题引发客户关注 2、高效销售沟通现状性问题 3、驻足性问题的破冰销售开启 ★ 课后训练： 1、制作《撞式问句》销售工具 2、制定《撞式问句》辅导下属的训练方法	1.1 案例解析：1张DM单 1.2 小组讨论：1个问句就引发客户的强烈注意 2.1 现场讲解：背景、现状性问题 2.2 小组讨论：一句话令客户驻足。 2.2 小组方案：驻足性问题 3.1 学员讲解：驻足性问题设计 3.2 学员PK：驻足性问题“笼中对” 3.3 纠错指导： 问到客户的“疮疤”
二	《SPIN 需求激发术》课上训练（第2天）	4、激发客户诉求的痛苦性问题 5、引导客户成交的假定问题 6、增加客单价的结论性问题 7、如何制作“SPIN”销售工具的操作技能 8、辅导下属员工的训练技能（教练式辅导） ★ 课后训练： 制作《SP型激发客户诉求销售工具》 制作《IN型激引导客户成交销售工具》 制作《学员SPIN”笼中对”对练视频》	4.1 学员讲解：诉求性问题设计 4.2 学员PK：诉求性问题”笼中对”训练 4.3 纠错指导： 问到客户的“心结” 5.1 学员讲解：尝试成交问题设计 5.2 学员PK：引导成交”笼中对”训练 5.3 纠错指导： 问到客户的“购物行为” 6.1 学员讲解：暗示成交问题设计 6.2 学员PK：引导成交”笼中对”训练 6.3 纠错指导： 问到客户的“愿望” 6.1 现场讲解： SPIN 教练辅导方法 6.2 现场讲解：SPIN 销售工具制作技能 6.3 小组讨论：如何对下属进行“UFC”式辅导
三	训后实战辅导（0.5天）	课后训练与辅导： 《SPIN》销售工具制作、传承 《SPIN》实操指导	1.1 UFC 竞赛：部门间横向实战案例竞赛 失经验 训练工具： 制作辅导 ◇ 《客户驻足性问句集成》2套 ◇ 《有效探询客户需求集成》2套 ◇ 《暗示性尝试成交》2套 ◇ 《SPIN 逻辑思维说服术》1套 ◇ 《SPIN 引导问答话术》教材1套 ◇ 《SPIN 技能要点及评测技术》1套

销售关键技能训练科目：

套

- ◇ 客户驻足性探询技能
- ◇ 强势异议处理技能
- ◇ 暗示性尝试成交技能
- ◇ 客户沟通的控场技能
- ◇ SPIN 逻辑思维引导技能
- ◇ SPIN 实战应用散打式训练



训后落地追踪辅导

阶段	特训方法
随岗指导+作业辅导	1、结合企业情况，完成针对关键技能所留的作业
	2、通过邮件、视频指导接受营销教练指导
技能解析+技能“UFC”	1、技能演练（教练指导）
	2、技能展演（教练现场指导）
销售业绩跟踪	1、通过上两关，技能全面提升、业绩明显提升
	2、持续跟踪应用意愿

