

打造无坚不摧的营销精英 ——

“动心式”销售技巧

课程大纲

——成就卓越销售奇迹的秘密法则

主讲：郑时墨老师

特色：郑时墨老师版权课程，版权号：国作登字-2021-A-00298726

【课程背景】

营销领域被称为“没有硝烟的战场”；

没有接受过专业系统训练的销售人员就是“职业杀手”，是公司最大的成本，因为他们每天在得罪客户，让公司损失资源。只有销售的专家才有可能是赢家。在海尔，一名临时的销售人员都要经过 3 个月的培训和 4 次考评后，才能上“战场”；在华为，销售人员要经过魔鬼式训练，层层选拔；在丰田汽车，销售人员每个月都要接受专业的销售训练。销售是企业的生命线，提高销售人员的“市场生存能力”，为销售团队组织有针对性、有实战性的培训，已成为公司的重要工作之一。

本课程从心态到实战，全面提升销售人员的综合素质与销售技能，学员普遍反映这是“最具震撼力和实效性”的销售课，本课程被众多企业客户誉之为“销售冠军”的摇篮。

【授课对象】

针对市场客户开发人员，销售人员，与销售相关的客服人员等。

【课程类型】

销售技巧提升，销售心理学，成交技巧提升，客户关系管理，说服沟通技巧等。

【培训形式】

理论讲授 60%、实战演练 20%、案例讨论、游戏 15%、经验分享、答疑 5%以系统实用训练为目标，精彩案例，感动视频分享、动情小故事，生动演讲，游戏，互动训练等形式；培训现场轻松，活跃。

【培训目的】

- 1、明确销售精英的素质模型
- 2、了解销售成功的七大因素；
- 3、学习“攻心式”销售技巧的方法步骤；
- 4、掌握了解客户消费的心理技巧；
- 5、学习销售中说服客户的技巧；
- 6、训练销售中的沟通策略等。

【授课时间】

完整版：3 天 2 晚时间（9：00—17:00）（本课程可以根据客户需要，改成两天版本）

【课程内容】

第一部分 销售精英的自我认知

一、销售精英的自我认知

- 1、狼与羊的现代寓言说明什么？
- 2、面对激烈竞争你准备好了吗
- 3、为什么顶尖销售人员能成功
- 4、顶尖销售人员的必备要素
- 5、销售成功的对等式
- 6、销售的含义与特性
- 7、销售是一套体系

二、营销精英的必备素质——狼性特质

- 1、认识狼（精神，品性，智慧，团队，行动）
- 2、狼性销售精英的必备素质修炼
 - 1)、狼性的精神：野心，信念，积极主动，自信，坚持到底
 - 2)、狼性的品性：责任，感恩，协作
 - 3)、狼性的智慧：沟通，学习，战术，流程，步骤
 - 4)、狼性的行动：主动出击，大量行动

3、现场营销团队组建：现场分组及精神pk

第二部分 卓越营销精英的素质修炼

一、成功销售者的特质是什么

- 1、成功者的故事说明什么
- 2、从成功者身上所能看到的重要特质
- 3、决定个人成败的重要因素
- 4、能力与态度与方法的关系
- 5、成就事业的过程中态度所占比重
- 6、训练游戏:从A点到B点(全体参与) 时间 15 分钟

二、卓越销售人员的七大修炼

- 1、正确的心态
- 2、职业化特质
- 3、人际理解能力
- 4、人际关系能力
- 5、适应能力
- 6、信息收集能力
- 7、服务精神

训练一、“自信心”特训——“狼王争霸”

训练二、积极主动训练——“抢钱游戏”

训练三、双赢心训练——“谈判”

第三部分 “动心式”销售技巧基本认知

一、“动心式”销售重在“攻心”

- 1、销售不成功的基本原因
- 2、“动心式”销售技巧核心

二、做好“动心式”销售的七大要素

- 1、“动心式”销售有流程
- 2、“动心式”销售与普通销售对比
- 3、信息收集是前提
- 4、动心式产品展示是关键

案例分析：华为业务员如何征服客户的“心”？

第四部分 “动心式”销售成交系统一：售前客户开发系统

一、售前准备的重要性

二、售前准备的内容

- 1、产品知识和行业知识等的准备
- 2、销售技能的准备
- 3、个人情绪的准备
- 4、客户类型了解的准备
- 5、辅助工具的准备
- 6、提前专业演练等

三、售前客户开发系统

- 1、客户模型设计
- 2、分析客户路线
- 3、现代客户开发 18 技法

训练一、产品及行业知识对抗

训练二、个人情绪训练

训练三、结合本公司特质设计适合本公司客户开发策略

第五部分 “动心式”销售成交系统二：建立良好的人际信任系统

一、为什么客户不会购买？

二、信赖度的重要性

三、销售人际关系的四种类型

四、卓有成效建立人际信赖度的有效策略

- 1、人品是基础
- 2、职业形象与微笑
- 3、传递的自信与热情度
- 4、良好的模仿技巧
- 5、良好的倾听（倾听的层次，倾听的方法，训练）
- 6、礼貌而知彼解己沟通
- 7、真诚的关心对方
- 8、展示良好素养的专业话术训练
- 9、充分的准备等

视频分析：“手机”运用了哪几种建立信赖度的方法？

训练一、“微笑”特训

训练二、模仿训练

训练三、倾听训练

第六部分 “动心式”销售成交系统三：了解并确认客户信息与需求系统

一、认识人了解人将无所不能

二、了解客户的内容

- 1、了解客户的价值观
- 2、了解客户购买实力
- 3、了解客户购买习惯
- 4、了解客户的最终需求
- 5、如何区分与过滤顾客
- 6、各型顾客的购买心理分析
- 7、确定顾客的性格特征（顾客的色彩性格分析）
- 8、确定顾客的成交阶段（顾客购买的八大阶段）

三、了解客户信息及需求的有效策略与方法

- 1、问（问的内容，问的话术，问的语调）
- 2、听（听的层次，听的内容，听的技巧）
- 3、说（说的内容，说的技巧，说的注意）
- 4、调研法
- 5、反馈法
- 6、裙带法等

四、了解和挖掘客户销售中的痛点

- 1、没有痛点就没有销售成交
- 2、客户痛点种类
- 3、如何找到客户痛点
- 4、如何激发客户痛点
- 5、客户痛点的真假判断

视频分析：“闻香识女人”如何做到了解他人？

训练一、问价值观技巧特训

训练二、“问二选一等”问话技巧特训

第七部分“动心式”销售成交系统四：塑造产品的独特价值系统

一、塑造产品价值的含义

二、为何要塑造产品的独特价值

三、如何有效提炼和塑造产品的独特价值

- 1、产品塑造的六大要素
- 2、产品塑造介绍的流程
- 3、塑造产品的 FABE 技巧
- 4、产品塑造介绍的注意方面

四、如何对本公司产品进行提炼和塑造

- 1、本公司产品的六大特性提炼
- 2、本公司产品带给顾客的好处分析
- 3、本公司产品的 FABE 呈现技巧
- 4、已使用顾客的良好反馈及案例
- 5、本公司产品介绍的话术及练习

视频分析 1：如何把冰卖给爱斯基摩人？

视频分析 2：电信手机的三大卖点？

训练一、FABE 技巧训练

训练二、现场产品塑造 PK 大赛

第八部分 “动心式”销售成交系统五：了解并解除客户的最终抗拒点系统

一、对客户抗拒点的全面认知

- 1、什么是抗拒点
- 2、抗拒点产生的六大原因
- 3、抗拒点常见类型
- 4、抗拒点的行业特性

二、抗拒点产生如何解决

- 1、对待抗拒点必须态度
- 2、抗拒点解决的流程和技巧
- 3、解决抗拒点注意事项

三、客户常见抗拒点的针对性解决策略

- 1、价格抗拒点
- 2、服务抗拒点
- 3、效果抗拒点
- 4、时间抗拒点
- 5、考虑抗拒点
- 6、商量抗拒点
- 7、预算抗拒点
- 8、竞争对手抗拒点
- 9、决策人抗拒点等

训练一、找到客户真正抗拒点

训练二、话术解决抗拒点

第九部分 “动心式”销售成交系统的流程六：卓越缔结成交系统

一、什么是缔结成交

二、缔结成交为什么这么难

- 1、如何踢好临门一脚
- 2、不能成交的原因分析
- 3、如何克服临门“崴脚”

三、如何识别顾客的成交信号

1. 顾客成交的心理因素
2. 学会识别顾客成交的五大信号

四、缔结成交的流程步骤

五、缔结成交有效技巧

- 1、有效缔结的八大技巧训练
- 2、有效成交的话术训练

训练一、成交信号识别技巧训练

训练二、成交话术对抗训练

第十部分 “动心式”销售成交系统的流程七：高品质客户服务管理系统

一、对客户服务管理的基础认知

- 1、客户 VS 顾客
- 2、优质客户服务

- 3、客户服务的四个层次
- 4、客户服务管理起源
- 5、现实生活中的客户关系管理
- 6、销售人员在客户服务管理工作中的失误

二、客户服务管理的意义

1、了解客户服务管理

2、客户服务管理原则

- 1) 变被动服务为主动关怀
- 2) 变推销产品为双赢合作

3、客户服务管理步骤

- 1) 客户关系的建立
- 2) 客户关系的维系
- 3) 客户关系的巩固
- 4) 客户关系的发展

三、客户服务管理的有效方法

- 1、客户的关怀技巧
- 2、客户个性化服务
- 3、客户的有效走访
- 4、有效管理客户档案
- 5、客户关系管理的特点

四、促使客户重复购买及转介绍的有效方法

- 1、客户重复购买的有效条件
- 2、客户重复购买的策略
- 3、让客户转介绍的条件及策略

互动及训练：结合工具结合本公司产品及特性，设计符合的服务及转介绍策略

第十一部分“动心式”销售成交系统的流程八：运用新媒体进行客户开发营销

一、新媒体营销概述

- 1、新媒体营销整体策略
- 2、抖音，FM, 微信，论坛、微博、SNS、博客、EDM 推广
- 3、硬广、广告联盟、网盟、视频、百科
- 4、分类信息、目录、地图、团购
- 5、产品如何植入
- 6、粉丝运营管理

二、微信营销

1. 微信公众平台建立（订阅&服务号区别开）
2. 自媒体：微信订阅号推广
3. 基于微信的推广——粉丝营销
4. 通过微信开放接口——升级自定义功能
5. 微信互动——提升粉丝爆炸式增长、
6. 微信电商&案例分享
7. 微信服务&案例剖析

三、抖音营销

- 1、抖音风口中的风口

- 1.1、抖音用户趋势
- 1.2、抖音人群画像
- 2.3、抖音变现能力
- 2、抖音的规则
 - 2.1、新号养号规则
 - 2.3、抖音热门推荐机制
 - 2.3、抖音关小黑屋高压线
- 3、账号的权重规则
 - 3.1、初始权重
 - 3.2、播放量与权重的关系
- 4、上热门的 12 大技巧
大数据打造垂直领域 IP
- 5、内容策划
- 6、五大变现技巧

第十二部分、课程回顾总结与结束：

- 1、重点知识回顾
- 2、互动：问与答
- 3、学员：学习总结与行动计划
- 4、企业领导：颁奖
- 5、企业领导：总结发言
- 6、合影：集体合影