

专业化销售流程十大步骤

课程背景：

未经训练的销售员直接送上战场等于是自杀、为企业增加负债。因为销售是一门科学严谨的学问，销售员在市场上想要获得好的业绩，企业想要创造更高的利润，就必须有一套行之有效的销售体系。本课程将为企业和团队建立一套完善的销售流程体系，提升业绩和利润。

课程主讲：萧金城老师

课程时间：1-2 天（6 小时/天）

课程对象：销售管理干部、销售精英、客服专员

课程收益：

- 1、帮助销售人员掌握销售的基本流程，成为专业的销售顾问。
- 2、帮助销售人员熟练销售流程每个环节，提升销售业绩。
- 3、增强销售团队的执行力和战斗力，提升企业业绩。

课程大纲：

第一节 不打无准备之仗--销售前的准备工作

一、好状态才有好业绩

- 1、复习公司产品的优点
- 2、复习竞争对手产品的缺点
- 3、回想一下最近去拜方顾客的一些好的画面
- 4、想像即见到的顾客好的画面
- 5、爱上自己的公司、产品、工作、客户

二、专业知识决定成败

- 1、对自己的产品了如指掌，沟通、谈判、客服、人际关系、产品、行业、相关专业知
识.....
- 2、对竞争对手的产品如数家珍
- 3、一个顶尖推销员是一个杂学家，什么都要懂一点才能和客户有共同话题

三、做好客户的相关背景调查

客户档案管理。麦凯 66 客户档案建立

四、详细罗列销售物资清单

训练：冥想

第二节 选对池塘钓大鱼--找到黄金客户

一、筛选出 **3A** 级优质客户：有权、有钱、有需求

二、我的准客户在哪里？

1、我们的客户群体，按学历、财富、成就、行业、年龄分类，在这些群体当中，我们的客户处在哪个层面？

2、一个企业或个人，永远只服务一小部分的客户，我们的客户是哪部分客户？

三、优质黄金客户 VS 非优质客户

1、优质黄金客户的七大特点：

A 凡事持否定态度，负面太多

B 很难向他展示产品或服务的价值

C 即使做成了也是一桩小生意。

D 没有后续的销售机会。

E 没有产品见证或推荐的价值

F 他的生意做得很不好

G 客户地点离你太远

四、开发客户的五个方法

1、陌生拜访法：直接走进企业，寻找有影响力的人

2、熟人介绍法：寻求现有的客户作你的介绍人，推荐他们的客户关系做你的准客户

3、目标市场法：在某一行业，或某个区域，以及具有关联的单位中开展业务

4、信函开拓法：制作经过特别创意设计的、具有吸引力和感染力的短信、宣传资料，大量发送寄发给潜在的客户，或者为一些特定的准客户亲笔书写促销信函

5、人际资源法：通过个人长期积累的人际关系，同学、战友、兴趣、宗教、邻居、同事等

五、收集客户名单的 22 种方法

第三节 建立信赖感--让客户把你当成好朋友

一、让客户第一次见到你就喜欢你

1、客户永远不会给你第二次建立信赖感的机会

2、个人形象：为胜利而穿着，为成功而打扮

3、注意基本的商务礼仪，有礼走遍天下

4、第一次的真诚赞美，让客户打心眼里喜欢你

二、七个细节快速建立信赖感

- 1、客户见证，找到相类似的客户案例
- 2、名人见证，当地有影响力的人
- 3、使用媒体见证，新闻、视频、文字
- 4、权威见证，行业的认证文件，国家标准认证等
- 5、一大堆名单见证，准备大量的客户案例和名单
- 6、熟人顾客见证，看客户身边有没有类似的案例
- 7、环境和气氛，现场成交的氛围营造

第四节 问对问题赚大钱--深挖客户潜在需求

- 1、问话是了解客户需求的关键。通过提问得到我们的所需要的信息！
- 2、有效问话的“六脉神剑”：问背景、问兴趣、问需求、问痛苦、问快乐、问成交
- 3、客户消费的心理曲线分析：注意--兴趣--欲望--行动
- 4、漏斗原理：从对方的谈话信息中探询需求
- 5、编筐理论：自始至终把握问话的主动权
- 6、剥洋葱：去伪求真，精准判断客户的真正需求
- 7、销售沟通中的望、闻、问、切

第五节 价值塑造--比产品介绍本身更重要

- 1、讲解产品要令自己都有购买的冲动
- 2、对产品的熟悉要做到如数家珍
- 3、塑造价值远大于产品功能介绍
- 4、一开始就介绍产品最大的好处
- 5、客户见证是最具有说服力
- 6、精准把握客户需求，有的放矢
- 7、让对方有参与感的体验式营销

第六节 分析竞争对手--知己知彼、百战不殆

- 1、客户为什么要和我合作
- 2、客户为什么不和我合作
- 3、客户什么时候会和我合作
- 4、竞争对手在哪，谁在和我抢客户
- 5、客户认同竞争对手时我该怎么说

6、虎口夺单，让客户主动来找你

第七节 沟通与说服--客户异议解除

一、太极之道，四两拨千斤

- 1、问比说容易，通过问话挖掘潜在需求
- 2、讲故事比讲道理容易，讲相近案例、名人见证
- 3、太极拳比西洋拳更容易，以柔克刚，四两拨千斤
- 4、首先肯定认同，然后再配合其观点引导说服

二、化解客户异议之“天龙八步”

- 1、确定谁才是真正的决策者，直击核心层
- 2、耐心听完客户提出的所有异议，收集最有利的信息
- 3、确认对方提出的异议，反复确认得到对方的肯定
- 4、辨别真假异议，哪一个是真的，哪些是假的
- 5、锁定异议，这是唯一的问题吗？还有其它的问题吗？
- 6、取得对方的承诺，让对方定下君子之约
- 7、再次框式对方，是这样的吗，这样就一定会合作对吗
- 8、以合理的解释解除异议，让对方有赢得感觉

第八节 成交--销售的核心关键

- 1、解除成交的心理障碍，敢于成交
- 2、成交前：做足充分的准备工作
- 3、成交中：准确把握对方的购买信号
- 4、成交后：优雅告别，埋下伏笔
- 5、成交的十大思维模式
- 6、不同类型人的沟通和成交方式

第九节 转介绍--销售业绩持续的法宝

- 1、转介绍更容易获取优质客户
- 2、敢于要求客户转介绍是一种习惯
- 3、给一个让客户主动为你转介绍的理由
- 4、转介绍不仅要数量更要质量

第十节 客户服务--持续跟进、深度营销

- 1、销售如恋爱，服务如婚姻
- 2、“多一点服务”提升客户的忠诚度

- 3、建立客户档案，通过数据分析提升业绩
- 4、感动客户的三种服务
- 5、大客户服务营销的流程设计
- 6、大客户营销的三大核心秘诀