

# 《绝对成交-SPIN 顾问式销售技巧》

## 【课程背景】

顾问式销售是由 Huthwaite 公司通过销售实证研究，从成功销售员 35000 个销售拜访案例中，总结出的针对大客户销售的有效销售方法，目前在服务性产品、技术性产品、工业品销售领域被广泛采用。

与传统消费品销售采用的技巧不同，顾问式销售技巧的着眼点在客户内在问题的有效发掘，以为客户解决问题为先导，赢得竞争，赢得客户对公司的信赖，实现公司产品的顺利销售。这门课程既是一门销售技巧的课程又是一门高效沟通的课程，更是一门心智潜能开发的课程。

## 【课程收益】

- ✓ 掌握 SPIN 顾问式销售的精髓和技巧
- ✓ 熟练使用销售人员必备的基本技能；
- ✓ 掌握 FABE 和 SPIN、5W2H 三大销售工具；
- ✓ 如何激发客户购买需求与兴趣；
- ✓ 运用建立客户关系的方法和技巧；
- ✓ 熟练使用客户关系分析工具；
- ✓ 练习挖掘客户需求的方法与技巧；

## 【课程特色】

- 极强的销售思维，授人以鱼不如授人以渔，以实战案例、实战演练帮助培训对象掌握 SPIN 顾问式销售思维；
- 系统的思维模式，看到不一定想到，想到不一定做到，做到不一定做成，做成不一定做好，影响结果的环节太多、太复杂，本课程以系统的方法论阐述课程要点，环环相扣；
- 实用的应用工具，好看不一定好用，好用一定要实用，这些应用工具都是被培训对象在实战中应用并且产生结果，老师会用的不是实用的好工具，学员会用的才是好工具；

## 【培训对象】

技术性产品销售人员、服务性产品销售人员、工业品销售人员，以及其它以大客户销售为主的销售人员

## 【培训课时】

2 天 (12H)

## 【课程大纲】：

### 第一章：开启顾问式销售智慧

- 1、什么是销售，销售是什么？
- 2、销售模式决定销售行为？
- 3、互联网时代对销售的理解
- 4、顾问式销售与产品销售有啥不一样？
- 5、销售的心态和应该具备的四大能力
- 6、销售是卖药还是看病有啥区别？

### 第二章：顾问式销售之如何成功约见客户

- 1、拜访的目标设定
- 2、给客户要见你的理由？

客户约见的 PPP：目的（why）、过程（如何进行）、收益（彼此有什么好处）

3、互联网时代和客户约见的渠道多样化

4、电话预约客户给你带来的四个好处

5、陌生电话预约给对方一个理由

6、电话约访关键六个步骤

7、专业销售人接打业务电话注意事项

8、让你电话的声音更有魅力

9、电话后对客户的态度要评估

现场演练：电话预约客户模拟情景演练

销售工具：突破客户拒绝的十大话术

### **第三章：顾问式销售之与客户建立信任**

一、销售拜访前四个周密准备

1、心理准备

2、形象准备

3、资讯准备

4、装备装备

二、建立信任从第一次开始

1、万事开头难—留下愉快印象 30 秒五步开场

2、建立信任创建友好人际关系路线图

a) 寒暄打招呼——礼貌周到暖人心

b) 超级赞美不留痕迹——天下第一拍

c) 达成共识——先交朋友后做生意

d) 培养共同爱好——高山流水遇知音

e) 价值观趋同——建立忠诚的革命友谊

3、摸清客户利益与组织关系结构图

三、4 种客户角色及社交行为风格

四、拜访客户过程中六个必问

五、如何搞定关键决策人

六、让客户带你去见高层

七、客户关系推进中的五把金钥匙

现场演练：开场白与拜访训练

销售工具：五个情景开场白话术

### **第四章：顾问式销售之沟通技巧**

一、销售要突破沟通中的四大障碍

二、销售沟通中的三大法宝

1、听出客户背后的潜台词

2、了解一个人需要善于问

3、听问之间要有自然过渡

三、销售中常用的四个沟通技巧

1、主导——树立权威引导注意

2、共识——求同存异观点趋同

3、垫子——承上启下过渡自然

4、制约——提前预判改变链接

四、学会赞美你的客户

现场练习：四大沟通技巧的练习

## 第五章：顾问式销售之痛点需求挖掘

1、创造需求—SPIN 顾问式销售策略

◆Situation -背景问题—随风潜入夜

◆Problem -难点问题—问题似大堆

◆Implication -隐含问题—暗示得与失

◆Need -示益问题—润物细无声

案例：没有需求，照样购买

演练：有效挖掘客户需求

2、穷尽客户的需求 5W2H

明确显性需求与隐藏需求

透过表面需求掌控核心需求

3、分析需求-层次与层面

马斯洛需求五个层次

决策、管理和执行层

讨论：如何消除客户的防备心理？

现场演练：根据企业实际销售做 SPIN 提问练习（现场导出学习成果）

销售工具：SPIN 技术提问模板

## 第六章：顾问式销售之精彩的产品呈现

1、呈现手段:综合利用手段

手头:手势及肢体语言对呈现效果影响

口头:询问-介绍-确认法叠加客户满意

语言的抑扬顿挫

抓住对方注意力

案头:方案的撰写技巧

2、呈现方式:善用 FABE 法则

◆F-特点：客户貌似喜欢特点

◆A-优点：客户天生敏感差异

◆B-利益：客户终在乎利益

◆E-举例：更加希望现实佐证

3、呈现策略：把握呈现时机

◆海盗型—以订单为中心

◆顾问型—以需求为中心

◆关系型—以“人”为中心

4、呈现目标：引发客户幻想

5、把产品的功能转化为客户的利益

现场演练：如何给客户介绍产品或方案

销售工具：运用 FABE 法则做卖点提炼

## 第七章：顾问式销售之客户异议处理

1、客户五把异议飞刀：

沉默——无声的刀

问题——连环的刀

表现——直接的刀

怀疑——钝厚的刀

批评——尖锐的刀

2、化刀四步——先处理心情

认同、赞美、转移、反问

案例：身价 40 万的 85 后姑娘

3、化刀细节——再处理事情

没有时间、考虑考虑

我不需要、价钱太贵……

练习：如何应对“太贵了”、“没时间”……

讨论：当客户指责你时，你该如何处理？

## **第八章：顾问式销售之超强谈判技巧**

一、什么是销售谈判

二、做有备无患的谈判四个工作

1、掌握客户的购买心理

2、掌控你的谈判地位

3、选择合理的谈判策略

4、运用有效谈判技巧

三、客户心理预期分析后判断谈判是否可能

四、能进入谈判环节的前提条件

五、判断你的竞争地位

六、制定价格目标和底线

七、制定价格欲望终止线

八、谈判中的策略运用

1、谈判开局策略

2、谈判中期策略

3、谈判后期策略

九、掌握九种报价技巧

十、谈判中突破低价的应对

附 1：销售话术练习

附 2：销售话术练习

案例分享：这个价格能接受吗？背后几个意思？

## **第九章：顾问式销售之客户服务技巧**

一、客户服务工作的中心任务和目标

1、给予客户所关注的——变新客户为满意客户

2、给予客户潜在需要的——变满意客户为忠诚客户

二、销售的抱怨处理、挽留与策反

1、客户抱怨处理操作方法

客户抱怨产生检点表

抱怨者究竟想得到什么？

关注抱怨的层次与类型

平息客户不满——6 大步骤

客户抱怨处理过程中需要强调的 2 个问题

2、客户挽留技巧

研讨：客户销户倾向预警

附件：销户挽留的解决建议参考

### 3、客户策反技巧

注意“策反”时机出现和找到实施关键点

客户忠诚度 4 象限与策反思考

总结：复盘改善与行动计划