

信任驱动的客户拜访流程

——赢得客户信任的超级沟通策略工作坊——

课程背景

在日常销售中，很多销售经理、客户经理经常会遇到如下问题和困惑：

- □ 商机转化不高，沟通效率低
- □ 很难约到客户，尤其是高层
- □ 见到了客户又不知道该说什么
- □ 把握不准客户心理，不知道客户在想什么
- □ 客户总说没需求，不需要我们的产品/方案
- □ 客户总是不着急立项，立了项也迟迟不推进
- □ 项目进度缓慢，无法按计划推进销售流程
- □ 我们认为方案很有价值，客户却不这么认为
- □ 如何清晰准确地告诉客户我们的优势
- □ 如何控制项目进程和客户选择标准，让客户跟着我们走
- □ 客户到底为什么采购，依据什么做决策呢
- □ 怎样让客户看我不像个只想挣他们钱的销售员
- □

销售的成功，是由销售和客户一次次面对面的有效拜访构成的，每次客户拜访决定了销售策略的执行、项目推进效果和质量。只有见面，彼此才会建立信任，只有建立信任，客户才会购买。

客户的购买是客户自己做出决定的过程，客户的购买一定有他自己希望解决或达成的目的。客户只关注他自己认为重要的事情，而并不是销售人员的产品或方案本身，更不是销售人员种种套近乎的行为。

在客户的采购过程中，谁忽略了客户头脑中的认知和想法，谁就在和客户进行抗争。如果销售人员无视客户意识之中的真实想法，而一味地介绍自己的产品或公司，或自以为知道地判断客户的想法，那对客户来讲就是一种“采购权和选择权的剥夺”，客户会视为对他们的不尊重，甚至侵害。

一名优秀的销售，要学会抑制自己说话的冲动、感性的冲动、人性本能的冲动，去

迎合客户的想法。所以，销售不仅是一门行为学，更是一门逻辑学、心理学、语言学。

本课程主要针对在项目或订单的局势分析和策略制定之后，如何在客户拜访中了解客户的真实想法和客户达成共识、获得客户行动承诺的销售拜访技巧类训战课程。

本课程主要是在拜访过程中的“销售规划、需求探索、优势呈现、合作经营、获取承诺、拜访评估”等六个关键环节，环环相扣，步步紧逼，不仅深入体现和诠释了以“客户为中心”的营销理念，全面总结了“客户思维”的销售技巧，更是对人性的一种思考。

课程介绍

本训练课程是基于世界级专业营销理论，并结合国内具体实际，尤其是本人在华为大客户销售和管理的实践而开发。

本课程是面向销售/营销岗位的专业技能精品课程，重点旨在帮助大客户销售建立基于客户业务需求及个人态度认知的沟通、与客户共同制定方案、获得客户自发的行动承诺的专业能力。

课程覆盖销售规划、有效约见、探索需求、呈现优势、合作经营、获得承诺、疑虑化解、总结确认和拜访评估，以及在整个过程如何积累客户的信任等。该课程不仅在深厚的心理学和思维逻辑学基础上参透销售本质，更是一门简洁实用、学完就能上手、付诸行动就能立即见效的实用训战课程。

课程目标

- 1.深刻理解并能讲述客户做出购买决策的思维过程
- 2.应用基于客户认知的销售沟通流程制定拜访计划
- 3.应用以客户中心的思维方式和双赢拜访沟通技巧
- 4.提升销售人员专业化销售和赢得客户信任的能力
- 5.统一销售内部沟通的共同语言，并提升沟通效率

教学方法

本课程践行“建构主义”与“五星教学”核心理念和方法，以销售拜访流程为主线展开。精编实战案例、情境带入（沙盘模拟），深度思考和互动研讨为主要教学工具和方法。重输入更重转化。

通过对销售拜访流程的逐步展开和真实、贴切、深刻、对照鲜明的案例嵌入式教学，配合连续、阶段性案例设计，模拟客户真实情景进行销售拜访与推进，让学员能够在体验、互动和现场演练中体会到销售的乐趣与奥秘，感受课程知识点和内容的同时，深入思考、反思与感悟，以建构自己销售知识与技能体系。同时辅以老师和学员的点评，分享，帮助学员发现不足并获取改进方法。

课程对象

客户经理、销售经理、售前顾问、销售总监等，也适合企业负责人、总经理学习

课程时间

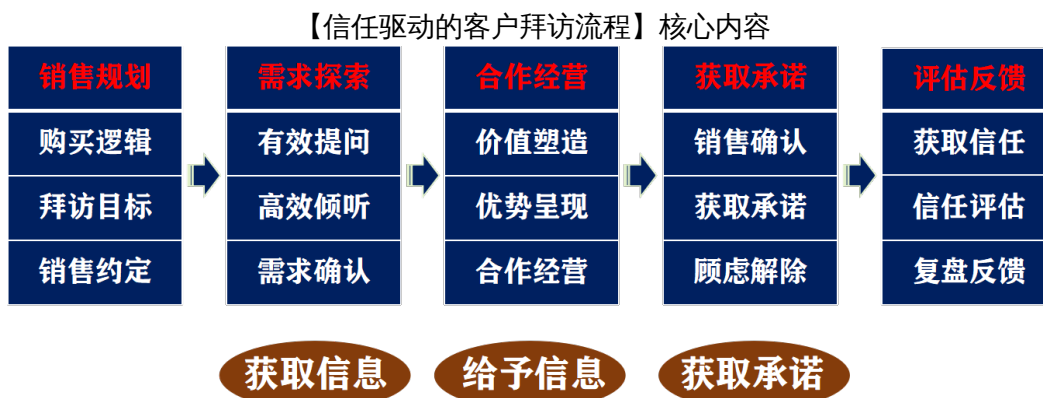
两天/14 小时（建议上午 9:00~12:00，下午 13:30~17:30）

课程大纲

流程/任务	行为/技能	方法/工具
销售规划	1.洞悉客户购买底层逻辑	客户认知与期望（概念）
拜访准备	2.以终为始确认销售目标	单一销售目标（SSO）
	3.设定拜访目标/行动承诺	PPP-TF 销售约定公式
	4.制定有效销售约见理由	最佳/最小行动承诺表

需求探索 提问倾听	<ol style="list-style-type: none"> 1.制定未知信息清单 2.四种类型提问句式 3.倾听的姿势与技巧 4.高阶倾听/黄金静默 	<p>未知信息清单</p> <p>结构化提问 (SPDIN-F 模式)</p> <p>倾听四要素/原则</p> <p>黄金静默公式</p>
价值塑造 优势呈现	<ol style="list-style-type: none"> 1.理解价值塑造意义 2.经典价值呈现工具 3.制定差异化优势 4.差异化优势呈现工具 	<p>价值呈现公式 N-ABE</p> <p>制定差异化优势表</p> <p>优势呈现公式 SPAR</p>
合作经营 方案共创	<ol style="list-style-type: none"> 1.合作经营的定义和价值 2.制定合作经营/沟通策略 3.解决方案设计与呈现 	<p>四度沟通表格</p> <p>解决方案设计公式</p>
获取承诺 顾虑解除 总结确认	<ol style="list-style-type: none"> 1.获取承诺推进流程 2.解除顾虑重获承诺 3.结构化顾虑解除 4.销售总结与确认 5.制定《客户拜访计划表》 	<p>承诺类问题</p> <p>顾虑类问题和顾虑清单</p> <p>LSC-SC 顾虑解除公式</p> <p>总结与确认公式</p> <p>客户拜访/沟通计划表</p>
拜访评估 信任评估 赢得信任	<ol style="list-style-type: none"> 1.拜访效果评估 2.客户信任评估 3.赢得信任策略 	<p>拜访计划评估表</p> <p>客户信任评估表</p> <p>建立信任公式</p>

可全网搜索【向华为学打造销售特种兵】【客户驱动的销售流程】线上系列课程



击穿销售拜访&建立信任的八大迷思

(一) 客户为什么会购买?
→理解客户购买动机

(二) 客户如何做决策的?
→掌握客户购买逻辑

(三) 我为什么拜访客户?
→树立清晰销售目标

(四) 客户为什么要见我?
→制定有效商业理由

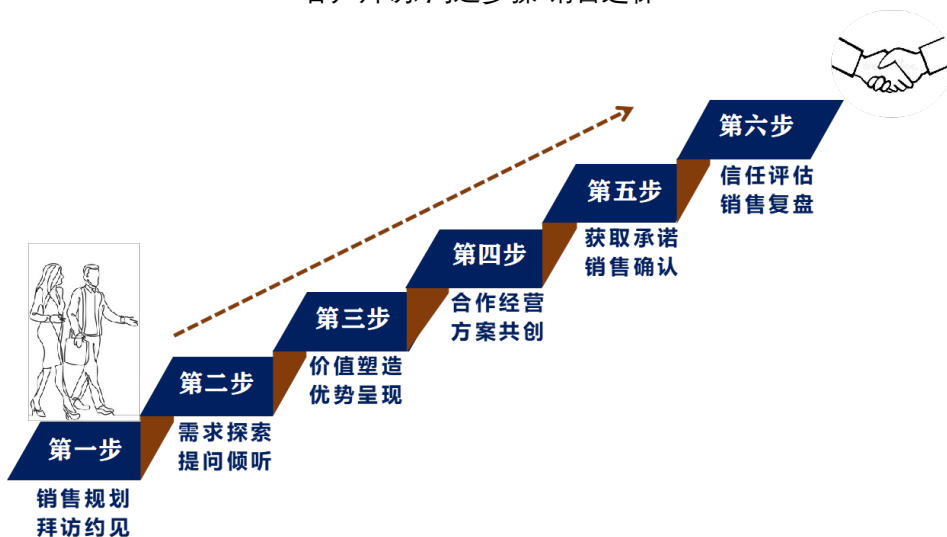
(五) 我想要客户做什么?
→有效推进销售进程

(六) 客户凭什么相信我?
→怎样赢得客户信任

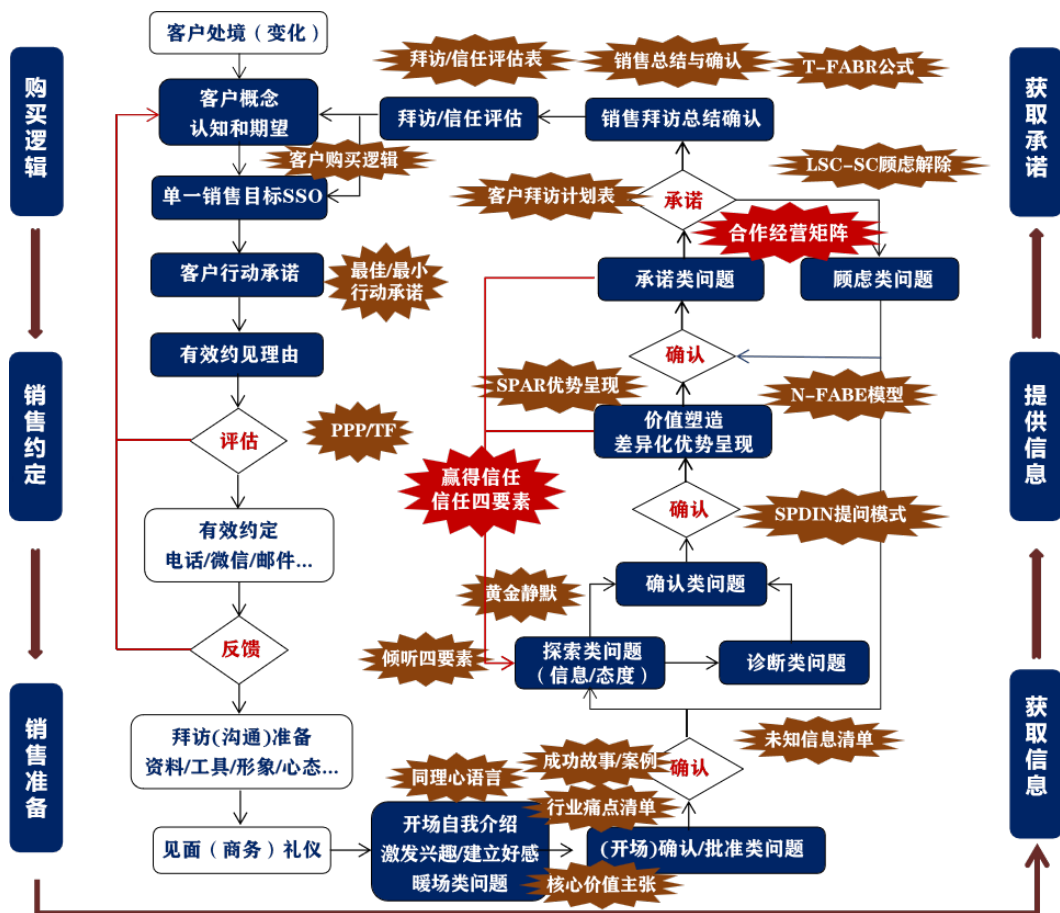
(七) 客户为什么认同我?
→倾听提问需求共识

(八) 客户为什么选择我?
→优势呈现合作经营

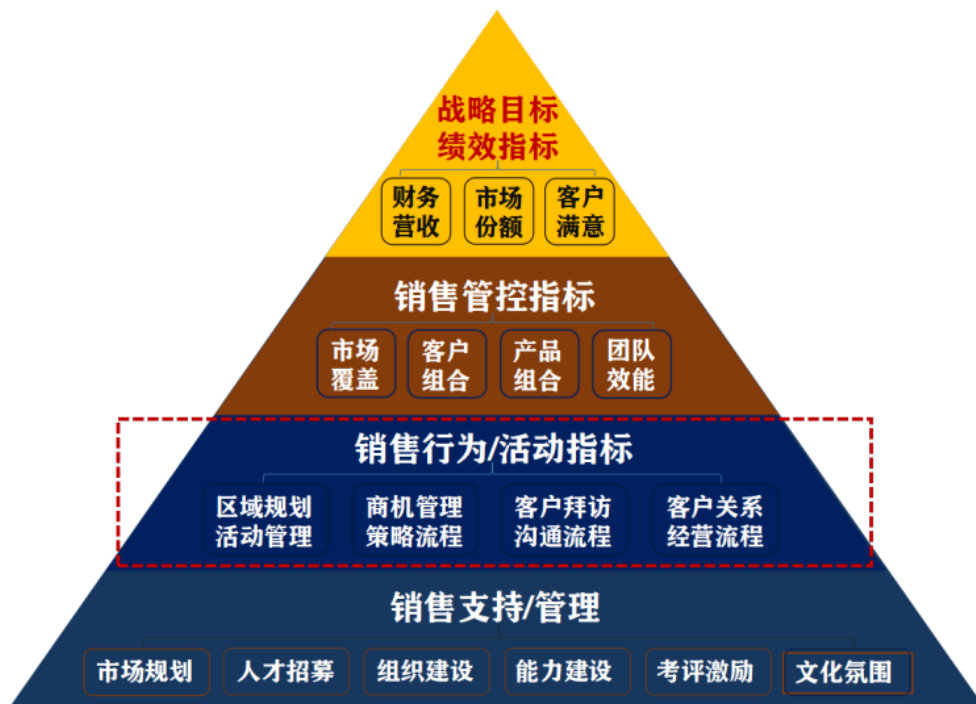
客户拜访/沟通步骤-销售之梯



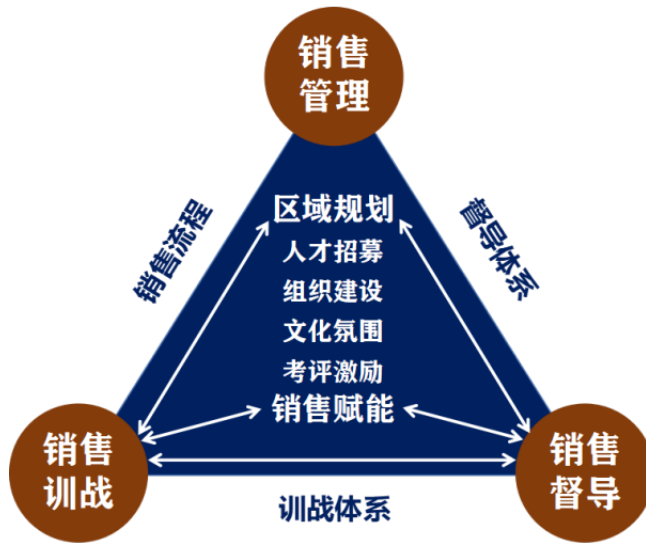
客户拜访与沟通结构流程图



B2B销售管理与绩效（指标）模型



B2B 大客户销售团队效能提升模型

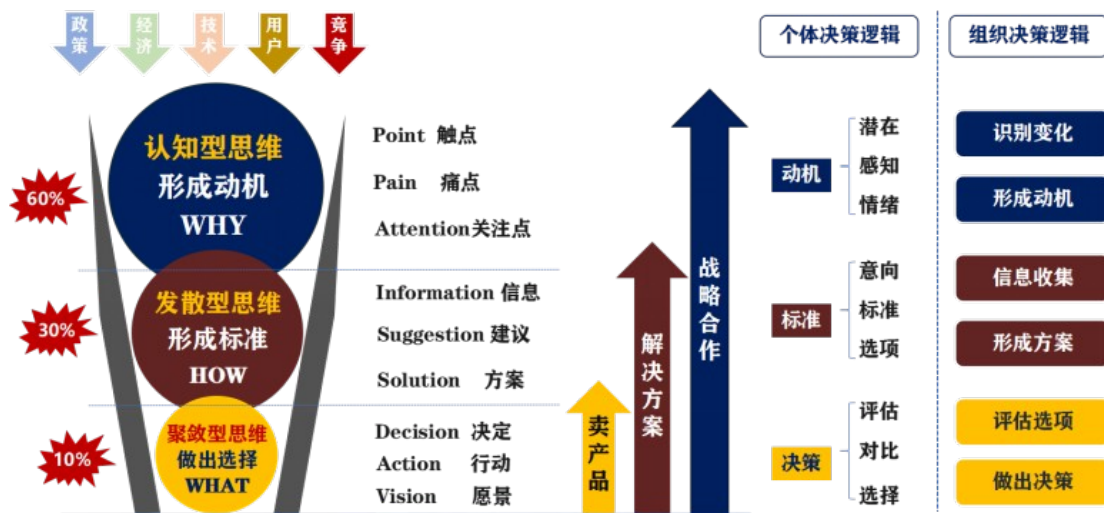


版权所有：柯亮

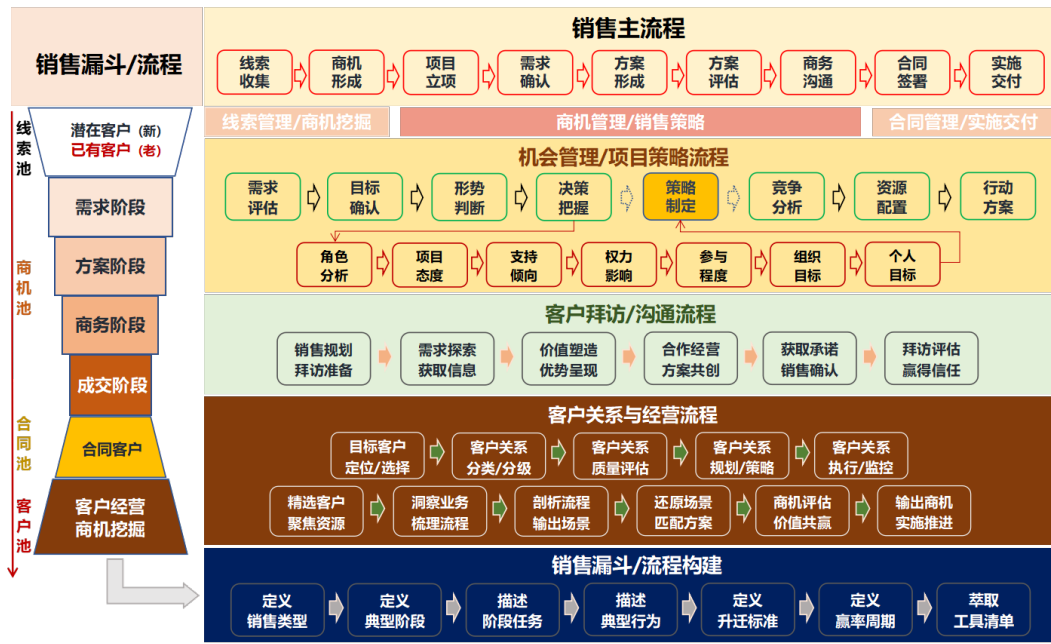
B2B销售业绩持续增长模型

客户资源池	销售漏斗/流程	关键销售指标	关键行为/能力	关键流程/路径	关键岗位/人员
线索池	潜在客户(新) 已有客户(老)	市场覆盖率 线索转化率	市场营销 客户经营	从市场到线索/MTL 客户经营流程/SAMP	市场部 产品部/售前 客户经营团队
商机池	需求阶段	有效商机数	项目运营 【商机管理/项目策略】 【客户拜访/沟通流程】 【解决方案设计/呈现】 【商务谈判】 【投标控标】	从线索到现金 商机管理流程 /LTC	项目铁三角团队 客户经理 产品经理 交付经理
	方案阶段	商机转化率 (项目赢单率)		战略经营	
	商务阶段	项目周期		解决方案 产品大单 渠道合作 产品快单 在线电销	
	成交阶段				
合同池	合同客户	单笔合同额 利润率	交付服务 问题解决	从问题到解决/TTR	交付/售后服务团队
客户池	客户服务 与经营阶段	客户满意度 复购量/复购率 增购量/增购率	【客户关系经营与管理】 【商机挖掘/客户洞察】	客户关系管理/MCR 服务到商机/STL	客户经理 客户经营团队

个人&组织购买决策逻辑图



B2B销售商机转化与客户经营核心流程



B2B销售训战系统解决方案框架

商机管理/项目策略制定, 客户拜访/沟通流程构建, 战略客户经营/商机挖掘, 销售漏斗/流程构建

训战主题	商机管理/销售策略 管理重要商机推进与有效控单	客户拜访/沟通策略 提升专业沟通建立信任双赢	客户关系/经营策略 洞察客户战略制定客户经营	销售漏斗/流程构建 打造企业专属的销售方法论
痛点/问题	1. 打单策略更多依靠个人经验? 2. 重要大单分析缺少有效指导? 3. 缺少赢单最佳经验积累沉淀?	1. 拜访依赖个人关系不可靠? 2. 拜访缺少准备和有效评估? 3. 缺少支撑业务的沟通策略?	1. 不理解客户战略, 只卖产品? 2. 只围绕通用客户, 缺少商机? 3. 客户经营维度少, 深度不够?	1. 销售团队缺乏系统方法论支撑? 2. 最佳销售实践未经萃取和共享? 3. 销售个人及团队业绩无法预测?
所需能力	1. 构建逻辑结构分析方法 2. 大单实践专家互动指导 3. 工具表单萃取最佳实践	1. 提升拜访准备度/有效性 2. 积累行业角色销售话术 3. 提升客户高层对话能力	1. 客户领域趋势机遇分析 2. 战略举措挖掘更多商机 3. 形成重点客户经营计划	1. 结构化萃取团队最佳销售实践 2. 提炼最佳实践高建销售管道 3. 构建科学可复制销售漏斗流程
价值/目标	提升大单赢单率/最佳实践萃取 定期分析提升赢单率/缩短周期 工具方法累积/形成标杆案例库	提升拜访效率/获得客户信任 探寻需求/方案共创/获得信任 有效复盘评估/提升沟通质量	提升客户贡献/加大交叉销售 提升单一销售/客户产出效益 持续经营/获得更多商机转化	保障销售行为和过程管理有效性 复制关键销售流程提升销售效能 提升团队绩效和销售预测精准度

