

《老年产业服务营销狙击手销售法》

老年产业新客户开发与成交；老客户意见领袖培养与深耕；打造企业卓越服务铁军

主讲：孟华林老师

【课程背景】

你最该培训的是销售人员，因为他们要么给你赚取要么在帮你亏钱！

客户开发问题

- 1) 销售人员，不会、不愿、不懂自主开发客户……
- 2) 公司花大价钱获取的客户，销售人员搞不定，即使搞定了也是亏本赚吆喝……
- 3) 公司业务路径不清晰，获客成本巨大，销售团队忙、盲、茫，没结果更没效率……

….

客户成交问题

- 4) 销售不懂抓开场白、不懂挖需求、不懂谈方案、不懂要承诺，抓挖谈要能力差……

….

- 5) 销售无法获取信任，总是拿着假异议就开跑，追求话术技巧毫无作用……
- 6) 销售不懂跟单客户总说考虑考虑，跟着跟着就躲起来，销售人员毫无办法……
- 7) 面对客户以价压价、持续砍价，销售人员只能一味妥协让步，完全没利润……

团队状态问题

- 8) 销售做法就是个推销机器，强硬推销得罪客户伤害品牌，销售人员流失率大……
- 9) 传帮带经验主义失效，内部缺乏系统完善的销售方法论，业绩持续不稳定……
- 10) 销售路径不清晰，业务员在“撞单”而不是“做单”，做业绩全靠碰运气……
- 11) 拿底薪成为习惯，不愿定目标或目标完不成已成为常态，对目标讨价还价……

【课程收益】

1. 使学员掌握老年产业新客户开发与成交的有效策略和方法。
2. 帮助学员理解老客户意见领袖培养的重要性，并掌握相关培养技巧和深耕策略。
3. 为学员提供打造企业卓越服务铁军的理念、方法和实践指导，提升团队整体服务水平和营销能力。

【课程对象】

老年产业企业的销售人员、客户服务人员、营销管理人员以及相关团队成员。

【课程时长】

1-2天 (6小时/天)

【课程大纲】

(一) 老年产业销冠启蒙·以客户为中心



(二) 老年产业团队共创·对内知己提炼篇



更倾

◆ “企业优势”团队共创提炼篇：老年产业择品标准向与企业，因此提炼并能在沙龙会议、1V1 沟通、品

宣、带看等场景中凸显企业的独特优势就能快速占领客户的选择全

◆ “产品卖点”团队共创提炼篇：如何顺应老年客户群体的反应能力、决策心理，用“以客户为中心”的产品卖点/服务整体解决方案，并用卖点变成客户的买点。

◆ “服务能力”团队共创提炼篇：销售人员如何设计不缺客户、不缺钱、长期主义者、专业度高、服务很用心，做事很靠谱的个人 IP 人设设计，成为老年客户信赖且依赖的销售！

(三) 老年产业团队共创·对外知彼提炼篇



场细

◆ “客户画像”团队共创提炼篇：目标客户定位与市分，老年产业新客户的特征与需求分析，基于不同维

度（如年龄、健康状况、经济水平、消费偏好等，确定目标客户群体的技巧和工具

◆ “获客渠道”团队共创提炼篇：线上渠道：社交媒体营销、短视频平台等；线下渠道：医院、社区活动、老年俱乐部、家访聚会等；沙龙活动：沙龙邀约、会前带看铺垫、会中配合、会后成交全流程

◆ “同行背调”团队共创提炼篇：区域市场的同行背调途径及学习目标，行政管理人员学习点，品牌推广人员学习点，销售人员学习点。

(四) 老年产业销售方法论：狙击手成交法六步签单手册

◆ 第一步“抓潜培育”：老年客户开发漏斗及开发渠道销售技巧、话术。

◆ 第二步“缔结关系”：老年客户接洽如何快速建立基础信任，铺垫销售

◆ 第三步“意愿”：快速挖掘锁定老年客户的购买意愿，觉察客户的痛点及需求

◆ 第四步“能力”：快速识别判断老年客户的购买能力，判断客户的“钱”与决策权

◆ 第五步“解决方案”：基于当前客户的“意愿+能力”，提供“以客户为中心”的最佳解决方案设计及推荐技巧，最终达成销售。

◆ 第六步“收款重获”：帮忙销售人员培养巧妙的收款技巧与重获订单、重获转介绍的能力，具体方法步骤。

(五)、老年产业意见领袖培养与深耕

◆ 老客户价值挖掘与关系维护

- 意见领袖对老年产业企业的重要价值分析（重复购买、口碑传播、品牌忠诚度等）
- 建立和维护良好老客户关系的方法（定期回访、关怀活动、个性化服务等）

◆ 意见领袖的能力维度：识别与选拔

-能力维度：老年产业意见领袖特征和标准（社交影响力、行业知识、口碑传播能力等）

-在老客户中识别潜在意见领袖的途径和方法

◆ 意见领袖的意愿维度：培养策略

- 为意见领袖提供专属服务和特权（如优先体验新产品、特殊折扣、个性化活动等）
- 知识赋能：为意见领袖提供老年产业相关的专业知识培训和信息更新
- 激励机制：设计有效的物质和精神激励措施，鼓励意见领袖积极传播和推荐

◆ 意见领袖的行动方案：深耕与拓展

- 通过意见领袖拓展新客户的方法和案例分析
- 利用老客户资源开展增值服务和交叉销售的策略

(六)、打造老年长野卓越服务铁军九板斧

-态度篇：成功是因为态度

-自信篇：我是我认为的我

-不找借口：我是一切的根源

-方法篇：不是不可能，只是暂时没有找到方法

-主动篇：山不过来我就过去

-状态篇：决心决定成功

-自律篇：天助自助者

-成长篇：每天进步一点点

-心态篇：太棒了，一切都是最好的安排，这样的事情居然发生在我的身上，又给了我一次成长的机会！凡事发生必有因果必有助于我！

六、培训方法

1. ****课堂讲授****：讲解理论知识、概念和案例，使学员对老年产业服务营销有系统的认识。

2. ****团队共创****：针对特定的营销问题或案例，组织学员分组讨论，促进思想碰撞和经验分享。

3. ****角色扮演****：模拟老年产业销售和服务场景，让学员扮演不同角色，练习沟通技巧和销售策略。

4. ****案例分析****：通过实际的老年产业企业成功与失败案例，深入剖析营销方法和策略的应用。

5. ****实地考察与实践****：安排学员参观优秀的老年产业机构或参与实际的营销活动，将所学知识应用于实践。

七、培训考核

1. ****课堂表现（20%）****：包括参与讨论、回答问题、角色扮演的表现等。

2. ****案例分析报告（30%）****：要求学员针对给定的老年产业营销案例进行分析，并提出解决方案。

3. ****实践考核（50%）****：根据学员在实地考察或模拟营销实践中的表现，评估其对新客户开发、意见领袖培养和服务团队打造等方面知识的掌握和应用能力。