

《门店型销售超级卖手》

从单品式销售到方案型连带销售的销售全流程 SOP

主讲：孟华林老师

【课程背景】

您好，尊敬的客户，刚刚结束了一家连锁运营店铺销售的年度咨询服务，该属于线下店铺+线上店铺美团等双店销售运营模式，过去该企业董事长最关注的问题是如果建立一套属于该企业的销售流程体系从而提升每个销售人员的岗位能力，最大力度的减少负资产的销售人员。

但他面临的挑战是每年大批量的线下房租成本，线上店铺广告费投入，从客户数量维度确实足够多，但问题是单品成交率不高，连带销售率确低的可怜，老客户服务管理也跟不上，最终客户资源流失，投入产出比严重不足。

在调研过程中发现销售人员还在用市场上老一套的销售培训方式做“抓”“挖”“谈”“要”门店销售四部曲，走老路到不了新地方，用上个世纪的销售技巧面对今天的商业客户，无力且可笑！

销售人员热情接待“抓开场套近乎”，可客户根本不吃这套根本打不开话匣子；

销售人员千方百计“挖需求找痛点”，可客户就是隐藏需求总是撒谎；

销售人员拼尽全力“谈方案搞活动”，客户占个便宜没粘性连带销售根本做不走

销售人员售后跟进“要复购做服务”，客户确总是考虑，最后干脆直接躲起来。

我们太低估了客户的反销售能力了，继续如此想要业绩增长简直痴人说梦，获客方式决定销售流程，销售模式决定销售重心，作为“一把手”和销售管理者，你是否思考过是不是以下原因造成的当下结果：

1、知己知彼：

销售没有经过先进且系统的销售训练，即不知己（企业实力、产品卖点）又不知彼（客户画像，客户需求），不知己不知彼何以有力量。

2、销售 SOP：

没有系统的销售 SOP 全流程，模糊的流程又缺乏有效的销售动作、关键节点缺失，没有系统的销售工具。

3、客户分析：

根本不具备如何识别客户、客户背调的销售思路与技巧方法，总在对错误的询盘做无谓的牺牲。

4、沟通技巧：

完全缺乏避免对抗、重构关系、掌握主动的沟通谈话思维、意识、技巧，从而总是陷入被动，被客户牵着鼻子跑。

5、销售谈判：

仍旧习惯于传统的“活动折扣”销售模式，单品销售思维转向顾问式方案型销售思维增加商品连带率。

6、客户管理：

不懂社群运营，除了打广告就是推销产品，客户微信群全是死群，不懂反预约客户卡项消化低，没感情没黏性，老客户持续产出低，不会做老客户经营，来自老客户的复购率总在递减，流失风险巨大！

7、团队状态：

销售团队摆烂行为严重，跟风摊平毫无动力，得过且过不思进取没有目标感，态度极差行为懒惰。

【课程收益】

- 现场提炼品牌实力/产品卖点，客户画像/客户需求，知己知彼百战不殆。
- 现场掌握 1 套从漏斗式的销售全流程 SOP 作战地图，持续建盘复盘。
- 掌握 1 套特种兵级别的“狙击手销售方法论”，让销售顺人性有士气更有武器。
- 让销售人员从单品销售思维转向顾问式方案型销售思维增加商品连带率。
- 销售人员态度、行为、技巧 3 维 1 体全面蜕变成为敢打必胜的销售铁军团队。
- 现场基于流程的 9 大能力，落地销冠军令状、对赌 PK、团队 PK 激励机制。
- 课后系统作业视频教学，持续对标精进销售全流程，持续优化销售全流程 SOP。

孟华林老师的培训绝非侃侃而谈的经验之说而是有系统方法论支撑，课程采用训战一体，透过体验式让学员自我觉察，销售场景视频持续内化，话术工具策略讲解完全落地，实战销售问题现场答疑嗨爆全场，团队板块更是激励震撼心灵泪撒全场，同时孟老师也号称培训界的段子手，金句频出让学员听得有味、听得有料、听得更有劲、笑声不断，在快乐中学习，在互动中成长！

【课程对象】

建议营销体系兵、将、帅共同参与学习，总经理、营销总监、电商运营市场人员、销售主管、销售经理、店长、销售人员、售后客服人员、客户交付产品生产相关负责人等。

【课程时间】

2 天 1 夜（6 小时/天）

【课程大纲】

模块一：销冠启蒙（课前课：线上视频教学）

1、销冠的 6 项销冠潜能激活

求真与辨别能力激活

控己与控场能力激活

换位思考与利他思维能力激活

2、销冠潜能实战篇：

客户见面故意高冷实战运用；

客户说太贵了实战运用；

团购客户实战运用；

微信客户客户故意冷淡实战运用；

跟单客户故意拖拉实战运用；

3、销冠的真相：本章节帮助销售人员梳理在销售过程中常遇到的问题挑战，理解客户的购买心理，他们对付销售人员的“策略”，背后的原因，以及应对之道。在了解客户购买策略的基础上，重新审视以往销售行为。

■销售中常见的 10 项“挑战”

■厘清“挑战”的影响、分析“挑战”背后的原因

■销售与客户之间的周旋和博弈

■重新审视：销售挑战背后的原因

■避免头疼医头，脚疼医脚的销售全流程 SOP 狙击手销售方法论 6 步签单

模块二：对外知彼客户需求（线下面授+点评）

本章节帮助销售人员了解客户，主要是指了解客户的类型、属性，并得出不同客户类型的应对策略和注意事项。因为，销售不是“独角戏”，不是“单口相声”，是需要客户配合才能完成的对手戏。所以，业务人员除了要了解自己以外，还必须要尽可能全面地了解客户，才能做好销售。

■案例：最佳实践团队共创：怎样的客户才是精准客户，怎样的订单才是优质订单

■销售法则：如果感觉到脚痛千万不要怪石头因为石头是不会动的！别把梳子卖给和尚

■客户漏斗：嫌疑人→潜在客户→知情客户→信任客户→收款新客→散客常客战略客户

销售全流程 SOP1：

抓潜培育：优质客户画像、客户开发地图

■无压力客户开发漏斗模型：抓潜保持、培育获得、转化拓展、追销裂变

■无压力客户开发，电销、地推陌拜、转介绍、询盘接单销售话术沟通密码

■对外知彼作业与点评 1：优质客户/非优质客户画像表设计，应对策略与销售动作。

■对外知彼作业与点评 2：客户分析通用属性、专业属性待查清单，客户背调

■识客认知：“DISC”C 型蓝色老鹰、D 型红色老虎、I 型黄色猴子、S 型绿色绵羊四大人格识别色彩分析应对策略。

■识客认知：客户“财富、健康、享受、工作、权利、创新、情感、荣誉”八大动机分析与当下状态判定及应对策略。

■识客认知：微信/社媒平台头像“风景照、公司照、动漫照、门店型销售照、职业照、偶像照、亲子/结婚/家庭照”的投射分析与沟通策略。

模块三：对内知己优势卖点（线下面授+点评）

《孙子兵法》强调：知彼知己者，百战不殆；不知彼而知己，一胜一负；不知彼，不知己，每战必殆。做销售也一样，只有知彼知己，才能胜券在握；否则，不管你成交过多少客户，都有可能 是偶然使然。在做好销售之前，先梳理自己、打造自己，只有自己变好了，才能得到更好。一味地外求，所得终究是有限的；只有不断地提升自己，才会有无限的可能。所以，在销售中，我们要对公司和自己有一个清晰的描述，尤其是亮点和优势方面，要能如数家珍。

■案例：最佳实践团队共创：我该如何介绍品牌讲解产品

■销售法则：自知者明，秀优才能变得优秀，小的永远围绕大的转

销售全流程 SOP2：

缔结关系：公司/产品一句话介绍，品牌百问百答清单应用

■对内知己作业与点评 3：“产品 FABEG”卖点提炼一句话介绍”列表设计话术演练

■对内知己作业与点评 4：“客户为中心”方案型连带销售产品卖点话术提炼

■对内知己作业与点评 5：“为什么要选我”关键词、数字提炼公司优势列表清单

■对内知己作业与点评 6：“自我介绍”专业能力、职业经历、协商推进一句话提炼

■对内知己作业与点评 7：“企业百问百答销售素材武器库”建模与联系演练

■对内知己作业与点评 8：“院长带养”门店型销售服务视频脚本编写与录制演练

■对内知己作业与点评 14：“企业百问百答销售素材武器库”建模与联系演练

■实战案例：客户到店接待“产品一句话+公司一句话+问一个问题”三段式钩子开场公式设计

■案发现场视频观摩：阿里小二谈单：不要这么快就全盘托出，丢掉业余选手销售陋习

■销售法则：高阶销售需要内在狼性外表佛系像小白一样去问，才能做到多听少说。

■销售提问三板斧：“傻傻的问”“私底下问”“柔和反问”在作业 3-5 问话清单应用

模块四：销售流程关键节点（线下面授+点评）

销售 SOP，解决的是客户进店到成交之间的问题，他的使命是把商机资源转化为订单，让市场阶段的投入得到回报与变现，从而让公司获得现金流，实现利润创收。本模块的重点是透过前面客户进店、客户识别、询单首回后获得了客户的沟通许可，在销售中期全面如何正确的通过流程拿到订单的全流程。

销售全流程 SOP3：

缔结关系：个人 IP 植入、安抚示弱+协商推进+以退为进、信任评估

■实战案例：最佳实践团队共创：面对尴尬时刻我该如何做到我好你好的平等沟通。

- 逆境销售三板斧：安抚示弱、协商推进、以退为进在实战中的应用
- 升级销售人员的心理年龄，避免陷入儿童型心理状态，采用成人式的沟通状态
- 父母控制型：你的客户为什么会扮演成父母型沟通状态，他到底在害怕什么？
- 儿童自我型：销售人员如何提升自信心，做好情绪/形象管理，避免陷入稀缺抑郁症
- 协商约定五要素在各类销售场景话术实战应用。增强销售的控制力、为客户提供安全感，获得客户沟通许可。

■缔结关系信任建立四大维度与三大评估方式的应用。

销售全流程 SOP4 :

意愿能力：挖需求找痛点、植标准做方案、挖预算锁决策

- 实战案例：最佳实践团队共创：面对尴尬时刻我该如何做到我好你好的平等沟通。
- 客户购买意愿的产生：影响订单产生客户类型、常年痛苦等 8 大因素
- 案发现场视频观摩：学习阿里小二如何透过 PMP 拍马屁、挖需求激发客户沟通意愿
- 挖需求找痛点灵魂三问：“要什么”确认需求了解现状
- 挖需求找痛点灵魂三问：“为什么”寻找痛点探寻欲望
- 挖需求找痛点灵魂三问：“怎么办”确认标准梳理恐惧
- 问到关键词说到点子上：客户在各个阶段的购买意愿关注点切入
- 植标准做方案：后来者竞争如何实现弯道超车的四大策略
- 预算挖掘四部曲：给区间、缩小区间、探封顶、问过去四部锁定客户价格预期

销售全流程 SOP5 :

解决方案：单品式销售到方案型连带销售的价值确认、确认报价条件、锁定价格预期

- 方案价值确认四部曲：回顾、演示、尝试结束、结束
- 确认报价条件与掌握客户的比价模式及预算开启成本型、竞价型、预算型报价方式
- 报价案例团队共创：高开还是低开？高开多少合适？高开条件是什么？我应该如何做价格说明的策略话术应用
- 陷入价格异议：如何利用红白黑脸策略锁定对方价格预期、试探对方底线。
- 销售法则：我要的不是我要的，是公司要的我还劝公司少要点，我给的都是我给
的，公司原本不愿意给的
- 同行做过了的叫义务同行没做的才叫服务如何提升客户对样品的满意度管理
- 人情世故锁定成交意愿，做到小礼物带来大感动，让客户欠你欠你还是欠你方法策略
- 案发现场视频观摩团队讨论：面对艰难对手较好的方式是做出微小的让步这句话对
吗？
- 销售法则：客户无理的要求都是被我们惯出来的，我可以让步可以妥协但我有一个
条件

- 作业与点评 16：设计你的谈判筹码交换条件清单
- 现场互动：如果你有 100 元空间如何让步才能攻守兼备
- 谈判僵局请示策略：有领导才有余地同时让对方有赢的感觉
- 应对客户砍价之要求最低价成交、就价压价、以价压价、车轮战压价、拆分压价、折扣抹零六把刀的具体应对策略及话术技巧现场演练

销售全流程 SOP6：

收款重获：防止客户反悔、收款交付追踪、重获订单资源

- 成交时机与赠送无用筹码、小恩小惠预防客户反悔
- 重获关系修复谈判伤痕、重获订单获取新业务机会、重获资源带动客户转介绍方法策略

■客户的付款习惯是我养成的，收款的速度、力度、态度的话术应用

■作业与点评 17：手绘你的销售全流程 SOP 系统

■作业与点评 18：销售全流程回顾与流程自查，小满系统设置

模块五、销售铁军【团队士气激励篇】

影响销售人员业绩表现的关键因素解析，无法统一思想难打胜战，铁军团队成功的九大理念帮助销售团队打鸡血稳军心，销售铁军的 PK 激励机制加持，激发销售团队士气让团队为自己干为未来拼，实现业绩倍增管理身心解放团队自动运转。

1、理念一：成功是因为态度

- 1) 我们跟企业的关系是合作关系
- 2) 谁来承担后果谁就负责结果
- 3) 职场调查显示成功 80%因素源自于态度。

2、理念二：我是我认为的我

- 1) 遇到问题说别人的问题就你就立刻原地踏步——简称自杀！
- 2) 公司花钱找你来就是为了解决问题的没问题——你就失业！
- 3) 在公司上班拿工资还总是说公司的不好就是——出卖自己！

3、理念三：不是不可能，只是暂时没有找到方法

- 1) “我不会”：这也不会，那也不会——能力是训练出来的！
- 2) “不可能”：这不可能，那不可能——潜力是逼迫出来的！
- 3) “没办法”：这没办法，那没办法——办法是思考出来的！

4、理念四：每天进步一点点

- 1) “差不多”：这差不多，那差不多——品质是死磕出来的！
- 2) “这不行”：这也不行，那也不行——方案是研究出来的！
- 3) “没结果”：这没结果，那没结果——结果是创造出来的！

5、理念五：决心决定成功

- 1) 工作职务永远是等价的价值交换；
- 2) 做人“无愧于心”，做事“无愧于薪”；
- 3) 说一千，道一万，两横一竖就是“干”；
- 4) 普通人追求舒适，高手寻找挑战；与其人追钱不如钱追人

6、理念六：山不过来我就过去

- 1) 做事“不主动”，前途“很被动”；
- 2) 平庸的人三大死法：坐、等、看；
- 3) 不做团队旁观者，协同作战自动补位；
- 4) 团队成功了没有失败者，团队失败了没有成功者！

7、理念七：天助自助者

- 1) 别人的缺点就是你存在的价值；积极主动，以终为始，要事第一
- 2) 问题就是机会·没问题没机会；不换脑袋就换人·不转观念就转岗；
- 3) 失败者因为所以找借口·成功者即使也要找方法；
- 4) 人生可悲的是：机会来了你从没准备过或者你人却不见了！

8、理念八：我是一切的根源

- 1) 成功者主动揽责·平庸者推卸责任；
- 2) 责任圈的大小决定能力圈的大小；勇于负责任·才能担重任；
- 3) 职场是最公平的竞技场，企业是没有围墙的大学，
- 4) 人生处处皆考场·人生事事皆考题，我是一切的根源不找借口

9、理念九：太棒了！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！

- 1) 享受收入荣誉就要承担责任委屈；拿辞职威胁是最愚蠢懦弱做法；
- 2) 要成事先扛事；经历事故才有故事。
- 3) 双赢思维，知彼知己，统合综效，自我提升和完善。

模块六、销售铁军百团大战誓师大会