

# 《独孤求“拜”》

## --销售拜访与沟通技巧

### 课程简介：

您在拜访客户时有以下困惑吗？

约不到客户？约到客户见面以后很难建立信任？不知道如何向客户进行提问？不知道如何激发客户兴趣从而让客户见你。见面以后不知道如何开场？每次挖需求以后，又不确定是不是客户的真实需求，搞不清客户的潜在需求？不清楚客户的性格特点和沟通风格。

### 课程特色：

**学：**知识讲解、案例教学

**动：**利用行动学习工作坊，激发学员右脑，让学员积极参与学习，有趣有料

**用：**现场产出适合本企业的销售工具，回去就可以用

**课程时间：**2天,6小时/天

**课程对象：**资深销售人员和销售管理人员、大客户销售人员，B2B销售人员，项目型销售人员等等

**授课模式：**行动学习工作坊、讲授、游戏互动、案例分析、小组研讨、情景演练

### 课程收益：

掌握高质量拜访客户的四大原则

学会与客户建立信任的三大法宝

了解销售拜访的五大利器

掌握客户的四大需求类型

学会与四种类型客户沟通

### 课程大纲：

#### 一：销售拜访与信任建立

##### 1、设目标

a.每次拜访都设定一个拜访目标

b.客户行动承诺标准

c.获得承诺三部曲：检查、总结、进展

案例：四种访谈结果练习 【案例】10条访谈结果

##### 2、列理由：

a.客户为什么要见你？

b.为什么要有见面的有效理由？

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、荐自己

a.如何正确的自我介绍？

视频：刘备的自我介绍

【案例】一个成功的保险推销员

b.让客户记住你的名字

【案例】小名片里的大学问

c.卡耐基打造人际关系的三法宝

① 真诚地对别人感兴趣；

② 微笑；

③ 记住别人的名字。

#### 4、激兴趣

- a.客户通常对销售有哪些成见
  - b.激发客户兴趣的方法
  - c.第三方成功故事的模板和案例
  - d.开场寒暄的关键因素
- 成功销售的 IQ/EQ/AQ

【案例】小石头里面的重感情

【案例】高情商的礼品销售员

#### 5、善倾听

- a.为什么要倾听？
- b.没有倾听的表现
- c.倾听的要领

## 二、四种类型的客户需求

### 1、雪中送炭—客户着急使用方案

问题比较多，找出痛苦链 案例：出差买裤子

### 2、锦上添花—客户已经使用方案，要更换方案

差异化营销：自己产品与对手产品的差异，这个差异正是客户的需求

### 3、无欲无求—客户对方案不感冒

客户害怕改变：案例营销法、带他去客户企业参观、邀请参加活动

### 4、自以为是一认为自己做的很好，压根不需要

策略：Pmpmp 适当放弃，考虑时间成本

### 5、挖需求之提问方法

- a.一分法
- b.二分法 开放式问题和封闭式问题的应用
- c.三分法 三分法：探索（原因）、诊断（细节）、确认（是吗）
- d.四分法

工具：SPIN S-现状 P-问题 I：影响 N：解决方案

GROW：G-目标 R-现状 O-改进机会 W-怎么做

工具：SPIN 发问技巧与案例解析

工具：销售访谈表

【案例】从西游记看客户需求

【案例】善于引导客户的数据库系统销售员

## 三：大客户的沟通策略

- 1、高处不胜寒，销售为什么害怕见高层？
- 2、社交风格的分析
- 3、四类社交风格的特征与表现
- 4、四类社交风格的喜好和禁忌
- 5、如何通过言行快速识别客户的社交风格
- 6、如何投其所好分别搞定四类不同风格的客户
- 7、与孔雀型客户的交往
- 8、与老虎型客户的交往
- 9、与猫头鹰型客户的交往
- 10、与考拉型客户的交往
- 11、不同类型的客户沟通策略

## 12、客户性格对应客户的角色

### 四：FABE 法则的运用

1、为什么要用 FABE 【案例】 不同人关注的“利益” 【案例】 上海酒店出差

2、如何运用 FABE 【案例】 化险为夷—国内著名体育馆的案例

客户关系的进阶：认识—约会—伙伴—同盟

3、复杂销售的 FABE 【案例】 供暖热水器的大战故事

4、利益法则应用

公司的产品、品牌、售后的优势

5 种个人利益与马斯洛 5 种需求

个人利益解读——从生理、归属感到自我实现

【案例】 某医药公司引领全球市场的秘密

【案例】 善于挖掘机会的雷曼销售员

### 五：大客户的决策链分析

1、客户的角色分类

拍板者 (EB)、技术把关者 (TB)、使用者 (UB)、内线 (coach)

工具：客户决策分析表

2、拍板者 (EB)

a. 拍板者的定义 练习：谁是决策者？

b. 拜访拍板者遇到的挑战

c. 什么样的人会是拍板者

d. 拍板者关心什么 案例：“小”富田的“大”策略，如何搞定某市政府高层？

e. 人性需求的五大通道

f. 高层的三大利益分析

g. 高层客户关注的三类人

3、技术把关者 (TB)

a. 遇到的挑战 练习：谁是技术把关者？

b. TB 迷之自信的特点

c. 与之打交道的注意事项

d. 技术者会关心什么？ 案例：某省诚信公共平台系统存储项目，如何突破技术高层？

4、使用者 (UB)

a. 遇到的挑战 练习：谁是使用者

b. 需求部门的重要性

c. 如何沟通说服 案例：如何在客场搞定高层？

5、内线，教练 (coach)

a.Coach 的标准与作用

b.Coach 的种类

c.如何发现 coach

d.如何培养 coach

e.如何保护 coach

工具：销售决策链表

6、客户关系的四个台阶

认识—约会—朋友—同盟 演练：判断客户关系的阶段

7、孙子兵法给销售人员的启示

上兵伐谋、其次伐交、其次伐兵、其下攻城

四种营销的规则

总结：复盘改善与行动计划