

# 《独孤求“拜”——商务礼仪与高效客户拜访》

主讲：刘飞老师

## 【课程背景】

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。

作为一名职业化的销售人员，商务礼仪是必修课。如何懂得穿衣、宴请客户、公司考察、标杆客户考察是一名销售人员的基本功，也是最重要的“功夫”

面对高层客户的拜访，往往有惧上心理，见面了不知道如何沟通，如何能打动高层，从而拿下高层？

以上问题，都是销售人员在日常工作中存在的普遍问题，做销售就像练武功，只有扎好马步才能练习其他的武功，“商务礼仪”和“客户拜访”就是销售人员的“扎马步”，不打好根基，房子盖得越高越危险。

## 【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
- 掌握客户拜访和接待的商务礼仪
- 了解销售拜访的五大利器
- 掌握高层客户的心理和沟通技巧

## 【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

## 【课程时长】

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

## 【课程方式】

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

## 【课程大纲】

### 一：销售人员的职业素养与狼性心态

#### 1、销售人员的四大类型

#### 2、四类销售对应我们该具备的四种能力

#### 3、心态对我们的影响

a.对形象的影响—相由心生 b.对业绩的影响 c.对能力的影响 d.对健康的影响

#### 4、销售人员常有的九大负面心态

a.自以为是 b.犹豫不定 c.怨天尤地 d.缺乏自信 e.无视结果（只看中过程）

f.不爱学习 g.妒贤嫉能 h.无目标感 i.缺乏感恩

#### 5、销售思维的四大王牌

a.结果导向 b.责任思维 c.经营心态（老板心态） d.反思思维

## 6、正确销售心态之“六脉神剑”

a.阳光心态 b.乐观心态 c.感恩心态 d.共赢心态

案例：老太太的两个儿子

e.上进心态（学习使人进步） f.狼性心态（目标感，团队合作）

案例研讨：小挖之王的成功秘诀

## 二：职业化销售的商务礼仪

### 1、商务礼仪之“形象礼仪”

- A.职业商务着装的禁忌
- B.男性商务形象注意事项；
- C.女性商务形象注意事项；
- D.微笑是销售的秘密武器；
- E.得体的眼神传递信息与印象
- F.职业站姿的要求与训练
- G.职业坐姿的要求与训练

### 2、商务礼仪之“会客礼仪”

- A.介绍礼仪
- B.握手礼仪
- C.同行礼仪
- D.电梯礼仪
- E.上下楼梯礼仪
- F.交换名片的礼仪（名片掉地上怎么办？）

练习：交换名片

- G.电话礼仪(打电话、接听电话、代接电话)
- H.客户会议礼仪（领导座次安排)
- I.客户拜访礼仪
- J.电子邮件礼仪

### 3、商务礼仪之“招待礼仪”

- A.商务送礼忌讳和原则
- B.饭局礼仪
  - a.宴请策划
  - b.客户邀请
  - c.点菜与酒水
  - d.迎客与座次
  - e.敬酒礼仪
  - f.酒桌聊天内容技巧
- C.客户接待礼仪
  - a.接待策划
  - b.接机/接站/接车
  - c.酒店入住
  - d.企业参观注意事项
  - e.技术交流会议的注意事项

练习：策划一场商务招待 工具：商务招待策划表 案例：客场商务招待搞定高

#### 4、经典案例和客户参观考察的技巧

A.案例的包装技巧

B.客户参观策略（提前沟通、火上浇油、锦上添花）

经典案例：通过客户考察搞定某矿业国企

案例研讨：如何利用客户需求分析工具，撬竞争对手的客户？

### 三：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】一个成功的团险销售员

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

案例研讨：没有优势的项目如何逆袭？

### 四：高层客户拜访与公关策略

#### 1、客户的角色分类

经济购买影响者（EB）、技术购买影响者（TB）、使用购买影响者（UB）、内线（coach）

工具：客户决策分析表

## 2、经济购买影响者 (EB)

a. 经济购买影响者的定义

练习：谁是决策者？ 练习：某卷烟厂信息化项目，谁是 EB？

b. 拜访经济购买影响者遇到的挑战

c. 什么样的人会是经济购买影响者

d. 经济购买影响者关心什么

案例：“小”企业的“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

h. 如何让内部人引荐高层

i. 拜访高层的四不要

j. 与高层沟通的 7 大注意事项

## 3、技术购买影响者 (TB)

a. 遇到的挑战

练习：谁是技术购买影响者？

b. TB 迷之自信的特点

c. 与之打交道的注意事项

案：如何取得技术关键人的信任？

d. 技术高层会关心什么？

案例：某省政府信息化项目，如何突破技术高层？

## 4、使用购买影响者 (UB)

a. 遇到的挑战

练习：谁是使用购买影响者

b. 需求部门的重要性

c. 如何沟通说服

## 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

案例研讨：3500 万的项目成功秘诀在哪里？

总结：复盘改善与行动计划