

《客户经理销售关键场景技能提升》

主讲:秦超老师

【课程背景】

在激烈的市场竞争中，企业都明白销售对于企业的重要意义，给予了高度的关注和重点的支持，但往往结果不尽如人意。究其原因，是没有从系统上去理解销售工作，常以点状思维在做工作铺排，其结果自然无法达到满意的效果。在销售工作中，特别是面对 B 端客户市场，首先要具备良好的销售逻辑性和系统性，要从客户的问题和需求出发，准确获取客户需求，以清晰的产品价值逻辑给予客户需求的解决，持续的为客户提供价值，为企业创造效益。这是销售人员应该去系统学习和掌握的方法和能力。

【课程收益】

- 掌握客户开发与分析的方法
- 学会客户邀约法，做好客户初洽破冰
- 掌握运用 SPIN 法做客户需求挖掘
- 掌握运用印证力 FABE 话术模式做产品推介

【课程对象】

1. 客户经理、产品经理、业务链条相关支撑人员
2. 销售管理人员

【课程时间】

2 天 (6 小时/天)

【课程大纲】

第一场景：销售的重要前提：知己知彼

一、知彼：场景分享与研讨：客户如何开拓？客户开拓的重点是什么？如何有效分析客户？场景知识点：

1. B 端市场客户开拓

- 开拓渠道
 - ◇ 产业链渠道、行业协会、社会资源、转介绍
- 开拓方式
 - ◇ 陌拜、中间人引荐、社会活动、政策资源

2. B 端客户特点分析

- B 端客户组织特点
- B 端客户采购三因素
- B 端客户购买决策过程分析
- B 端客户组织内部角色分析

3. B 端市场客户信息收集与分析

➤ 客户挖掘的前提-客户信息：基础信息、业务信息（利润点、增量点、业务难点、）、组织信息、交易情况（采购计划、时间表、预算、竞争对手）、关键人个人信息

- 信息的收集：一般信息查询法、周边了解法、现场观察法、关键访谈法
- 客户信息分析：MAN-基于需求度、购买力和决策力的三维分析法
 - ◇ MAN 客户分类：不同分类下客户的接触分析
- 五维组织关系人分析
- 找到决策关键人

工具一：《客户信息表》

- 客户信息表的使用讲解

工具二：《客户关键人员五维分析表》

- 如何有效分析客户关键人员并针对性进行接触

工具三：《客户MAN评估表》

- 根据客户信息，运用MAN表评估客户的购买潜力

演练：工具的运用

二、知己：产品的分析与销售准备

1. 以客户思维做产品准备

- 什么是客户思维
- 案例分析：真正的客户思维

2. 以客户思维做产品准备：产品→销售”动能“四阶”系统（现场辅导产出）

- 主推产品特点分析：功能、技术特点、资费
- 产品场景分析：目标人群、使用场景、场景下的客户思维
- 产品卖点分析：卖点≠特点；卖点对客户的价值点
- 话术：产品销售话术核心点

工具：《四阶推导引导表》

实战演练：以现有产品或主推产品做四阶推导分析

3. 个人准备：形象状态、时间安排、工具

工具《销售工具准备清单》

第二场景：你会和客户打交道吗？

场景知识点：

1. 客户邀约

- 邀约阶段的沟通五步法
 - ◇ 步骤一：自报家门
 - ◇ 步骤二：降低时间成本
 - ◇ 步骤三：突出重点
 - ◇ 步骤四：取得答复
 - ◇ 步骤五：确认重点

2. 客户初洽与破冰

- 初洽阶段的沟通三维度
 - ◇ 建立同频：同理心与共通点
 - ◇ 破冰：热点、兴趣点、利益点……
 - ◇ 产生意愿：愿意聊—愿意继续深入聊
- FFC 赞美艺术
- 客户沟通破冰法
 - ◇ 破冰八法
- 万能沟通破冰公式：Yes and 法则运用
- 话题引入：整体式的引入话术运用

话术演练：客户邀约话术、客户破冰话术、话题引入话术

第三场景：你能把握客户，提供有价值的产品吗？

二、场景知识点：

1. 有效的真实需求挖掘法

- 如何有效分析需求的真实性

- 基于真实场景的 SPIN 需求挖掘法
- 情景-难点-暗示-解决系统引导

工具：《需求挖掘工具表》

现场演练：基于实际产品的政企需求挖掘话术演练

2. 产品方案设计、呈现与讲解的核心价值

- 产品方案设计、呈现与讲解的目标
- ◇ 理性层面：价值展示：①产品（服务）价值②合作价值③延续性价值
- ◇ 感性层面：吸引与兴趣：①有利的②有趣的③未知的

3. 优秀的产品方案：

- 方案的呈现≠呈现方案本身
- 呈现的原则：
 - ◇ 关键与价值提炼
 - ◇ 思维引导
 - ◇ 感性认知
- 方案呈现的四步法
 - ◇ 讲宏观讲趋势
 - ◇ 讲公司讲实力
 - ◇ 讲产品讲执行
 - ◇ 讲个人讲团队

4. 产品印证能力:Q-FABE 话术运用

- “特征-优势-价值-证明”话术系统
- 工具：《产品呈现 Q-FABE 表》

基于实际产品的价值呈现话术演练

第四场景：如何让解决客户的各种问题，快速成交？

场景知识点：

1. 异议处理

- 正确的异议认知与“危机”转换
- 异议处理的六步法
- 典型异议处理示范
- 演练：异议处理话术对抗练习

2. 促成与成交

- 促成的时机与信号
- 促成四法：
 - ◇ 从众成交法
 - ◇ 压力成交法
 - ◇ 选择成交法
 - ◇ 默认成交法
- 营造环境促进成交：给业务成功搭梯子
 - ◇ 利用时间节点
 - ◇ 利用政策资源
 - ◇ 利用企业资源

演练：促成话术与方法对抗练习