

《场景式推演—销售实战案例分析与销售管控》

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，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
- 掌握运用顾问式 SPIN 法做客户需求挖掘
- 掌握运用印证力 Q-FABE 话术模式做产品推介
- 掌握处理客户问题，促进销售和持续维护客户的能力
- 七大工具帮助实现销售提升

【课程对象】

客户经理、业务链条相关支撑人员

【课程时长】

1-2 天（6 小时/天）

【课程大纲】

第一部分：销售案例分享与解析

一、销售案例分享

1. 内容（略）：建议单人控制在 20 分钟左右，并匹配相关展示材料
2. 建议要求：5W2H 原则，即：
 - 何时（when）
 - 何地（where）
 - 何人（who:客户、关键联系人等）
 - 何产品（What：什么产品、方案）
 - 何原因（why:为什么会有这么一个客户？如何获得这个客户的需求的？）
 - 如何营销的（how：销售的过程、关键动作、方法等）
 - 成本如何（how much:时间成本、费用成本等）

二、互相点评

1. 内容（略）：建议每轮分享采用 3+2（也可根据参训人数调整）的模式，即：针对每个分享案例，提前指定 3 人做点评，再随机抽取 2 人做点评。尽可能保证参训学员全覆盖。

2. 建议要求：

点评采取 high/low light 方式，即：

- High light：亮点 1-3 项，即案例中各环节展现出的值得学习、发扬或值得赞赏、肯定的环节或做法
- Low light:可改进 1-3 项，即案例中展现出可以改善或提升的部分，并有改善和提升的实际建议

三、讲师指导

讲师根据分享案例进行现场指导（如条件允许，可先由分享人提供分享资料供讲师准备，此项为可选项，不是必须条件），主要围绕五个方向展开：

1. 销售准备
 - 客户分析
 - 产品分析
2. 客户邀约与破冰沟通
 - 客户邀约话术与流程
 - 客户破冰法
3. 客户需求挖掘与产品（方案）呈现
 - 需求挖掘法（spin）
 - 产品（方案）呈现 Q-FABE 法
4. 销售成果推动
 - 客户异议处理的流程与方法
 - 客户促成方法
4. 业绩的自我管理
 - 工作推导
 - 自我管理方式

第二部分 销售的核心管控—串联销售流程与方法

一、环节一：不打无把握之仗-销售前的准备

1. 核心目标：不要因为准备不充分而浪费销售机会
2. 产品的客户思维导向分析：
 - 主推产品特点分析：功能、特点、价格
 - 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
 - 销售关键：产品核心价值点与销售话术核心点
3. 客户的分析：
 - 基于 MAN 三维度的高效客户分析
4. 工具：《客户信息收集表》、《客户 MAN 分析表》《销售工具清单》
 - 销售工具的作用及准备

二、环节二：有效的客户接近与破冰沟通

1. 客户邀约：与时俱进的整体式电话邀约法
 - 步骤一：自报家门：你凭什么脱颖而出？
 - 步骤二：排除干扰：不要给客户以接借口
 - 步骤三：直击心灵：最大的刺激让客户停下来
 - 步骤四：二择一聚焦注意力，锁定面谈机会
2. 客户接近
 - 接近客户的方法-两种服务模式：
 - ◇ 被动服务：面对客户明确业务需求下的服务提供
 - ◇ 主动服务：面对需求不明确的客户的服务提供
3. 客户破冰
 - 基于客户服务的破冰三步法：寒暄赞美—建立沟通--引入话题
 - ◇ FFC 赞美话术的运用
 - ◇ 万能沟通破冰话术：yes, and 法则
 - ◇ 沟通破冰的四种方法：话题法、赞美法、好为人师法、礼尚往来法

三、环节三：销售沟通：聊查算

Step1-聊：聊客户情况，聊出客户问题，聊出客户需求；

- 需求挖掘/引导四步法
- ◇ 场景-问题-影响-方向引导

话术演练：需求挖掘/引导话术实战演练

Step2-查：详细查询客户在用产品（服务）信息或心理锚定产品信息；

- 在用产品信息分析维度：价格、特点、客户焦点
- 锚定信息探查：以场景引导客户说出心中“画像”

Step3-算：显性化算出产品优势和价值；

- 价值呈现法：FABE 四步法
- ◇ 特征总结：打下思想钢印—简单来说……
- ◇ 优点展示：感知提升—它具有独特的……
- ◇ 价值呈现：完美的痛点解决—你使用该产品之后……
- ◇ 场景营造：构建美好生活—举个例子来说……

话术演练：FABE 产品价值呈现话术演练

四、环节四：销售落位：异议处理、促成与成交服务

1. 客户销售异议处理的六步法话术

- 典型异议处理示范话术

2. 成交时机与信号

3. 促成方法 1+4：

- 1：打造爽点：附加值的提供，让客户无法拒绝！
- 4：4 种促成话术的运用：默认成交法、选择成交法、从众成交法、压力成交

法

- 四种促成话术的示范

4. 成交服务流程话术

- ◇ 成交后提升满意度与获得转介绍的话术示范

五、环节五：销售工具的管控

1. 核心目标：通过自我管理明确工作量与日常活动、通过工具协助销售效率提升

2. 工具：《工作日志》

工作日志的事前管理作用：通过目标倒推每日具体工作

工作日志的事中管理作用：及时发现阶段效果与目标之间的差距进行调整

工作日子好的时候管理作用：通过工作日志发现工作中的难点和不足，以便有目标的进行改善和提升