

《业绩是可以“问”出来的》

大客户（大订单）SPIN 销售技能提升培训

主讲：秦超老师

【课程背景】

一个企业要经营的好，销售必须好。在所有销售对象中，大客户有着特别重要的地位，少量大客户即掌握了企业的大部分业绩。大客户的销售的其显著的特点，和一般客户有着明显的不同。用面对一般客户的销售思维，一来就急于向客户介绍企业规模、产品或服务的优势和卖点。大多数情况下，都会适得其反。面对大客户，重要的是从客户的问题出发，再提供解决方案，客户认为谁关注他们的问题，就愿意和谁做生意。所以，作为面对大客户的销售人员，如何根据这一模式，更加有效的实现大客户销售的成果，就需要我们共同学习基于问题发现的顾问式销售技巧，即 SPIN。

【课程收益】

- 了解大客户销售的核心与特点，明确销售活动的方向
- 掌握 SPIN 顾问式销售模式的目的和实战化运用
- 学会 SPIN 的“4+1”环节操作要点
- 形成大客户顾问式销售的一整套打法

【课程特色】

以问题找答案，根据实际工作中大客户销售人员面临的现实问题，寻找方法和技巧，快速解决大客户销售难题。

【课程对象】

大客户销售人员，大客户销售中基层管理人员

【课程时间】

1-2 天（6 小时/天）

【课程大纲】

一、大客户销售的最核心价值是什么？

1. 从大客户心理分析销售

- 客户的购买动机
- 需求背后的需求
- 客户的个人需求

2. 大客户的特点

- 大客户采购的流程
- 大客户内部关系图谱
- 大客户销售关系的误区：主动与被动

案例：这个“锅”从何处来？

二、面对大客户，有没有好的工具或方法来提高销售业绩呢？

1. 什么是 SPIN 顾问式销售

- 状况问题询问—难点问题询问—暗示问题询问—需求满足询问

2. SPIN 顾问式销售的目的

- 提问—挖掘—引导匹配
- 深挖痛点、撕开伤口
- SPIN 不是控制，不是预设答案

3. SPIN 环节实战化运用分析

- 化正式为非正式
- 化“阴谋”为阳谋
- 实战型运用三步：“接转发”

案例：小销售，大业绩

三、SPIN 顾问式销售该如何具体运用呢？--SPIN 的 4+1”环节

1.SPIN 之状况询问（背景询问）技巧

- 状况询问的目标
 - ◇ 了解（澄清）客户概况，有效发现（展现）潜在问题
- 状况询问的语言技巧
 - ◇ 相关性
 - ◇ 联系观察实际
 - ◇ 引用观点

演练：状况询问训练

2.SPIN 之问题询问（难点询问）技巧

- 问题询问的目标
 - ◇ 确认问题，并与潜在客户探讨问题相关的内容
- 问题询问的语言技巧：5W2H 模式运用
 - ◇ 什么、为何、何时、何地、谁、如何、成本

演练：问题询问训练

3.SPIN 之暗示询问技巧

- 暗示询问的目标
 - ◇ 强化问题存在，激发客户的“痛”感，引起不安与不满
- 暗示询问的语言技巧
 - ◇ 强化暗示技巧：拥抱快乐、远离痛苦
 - ◇ 暗示问题示例

演练：暗示询问训练

4.SPIN 之需要-满足询问

- 需要-满足询问的目标
 - ◇ 通过收益性问题引导客户寻找解决方案并展示价值，导入产品或服务
- 需要-满足询问的语言技巧
 - ◇ ICE 模型：影响范围—自信程度—实现难易度
 - ◇ 价值发现方向参考：
 - ✓ 品牌、服务、价格、供应商情况、附加价值
 - ✓ 技术、质量、交期、供应能力、付款条件
 - ✓ 管理水平、商誉、领导魅力、职业素质、标准

演练：需要-满足询问训练

5.印证能力：产品（服务的）FABE 话术

- FABE 的结构
 - ◇ 特征—优点—利益—证据
- FABE 提炼与展示

演练：FABE 话术演练

四、实战演练

大客户 SPIN 销售全流程对抗演练