

《夯实基础 步步为赢—电销及微信营销实战技能提升》

主讲：秦超老师

【课程背景】

电销、微信营销很难？那是你没有正确认知电销和微信营销，也没有掌握高效能的销售技巧。你每天抄起电话就拨号吗？你知道开场 10 秒钟如何留住客户吗？你能在 1 分钟之内打动客户吗？如何用场景让客户“无法自拔”？如通过朋友圈吸引客户的关注？如何激活存量客户？本课程带你共同学习。

【课程收益】

- 掌握销售的本质与核心，明确需求的价值
- 学习电销准备的四大事项
- 获取电销致胜六步法的核心技巧与参考话术
- 学习微信营销运作方法

【课程特色】

实战实训，聚焦网络、电话销售沟通，以方法技巧为主导，沟通话术为主要内容，大量现场演练，掌握切实可行的销售沟通范本。

【课程对象】

一线电话销售人员

【课程时间】

2 天 (6 小时/天)

【课程大纲】

一、要精通电销，先了解销售—销售的本质与核心

1. 从客户心理分析销售过程

- 不安不满（寻找、激发）— 欲求（获取、引导）— 行动、决定（促进、持续）

2. 销售的核心与本质

- 满足需求：销售要解决的核心问题
- 价值交换：销售行为的本质

3. 销售的三项关键要素

- 信息差
- 认知差
- 资源差

4. 销售沟通的价值

- 情绪—爽点：同频、共情
- 价值—痛点：问题、解决

分享：我们的销售成功点在哪里？

二、工欲善其事必先利其器-电销的准备

1. 产品→销售”动能“四阶”引导系统

- 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
- 话术：产品的核心价值与爆点

2. 心态准备：以更高维度的认知面对手中的电话

- 销售业绩的来源：量与质的关系
- 电销的价值与困难：辩证面对、树立目标

3.语言的准备:达成销售的基础桥梁

- 清晰、简洁、流畅
- 因人而异，因势而变

4.状态要素

- 坐姿调整与表情
- 精、气、神
- 电销中专业性的传递

三、致胜利器—电销实战技巧

1.电销开场：关键 10 秒-不留余地的“开门杀”

- 步骤一：自报家门：你凭什么脱颖而出？
- 步骤二：直击心灵：最大的刺激让客户停下来
- 步骤三：排除干扰：不要给客户以接借口

2.引导（挖掘）需求

- 场景演绎：以客户熟悉的场景展开架构
- 痛点呈现：撕开伤口，反复刺激
- 暗示引导：一剂良药，顿感轻松

3.产品呈现

- 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……

4.客户异议处理与应对

- 倾听：听清楚、听明白、多听
- 理解：理解不是赞同，理解的是情绪；理解是和客户站在同一条战线的有力武器
- 澄清：弄清楚客户的问题根源；
- 解释：不同的问题应对法：价格、功能、信任度……
- 共识：和客户达成认知上的共识，寻找情绪上的爽点
- 促成：推动成交

演练：异议处理对抗性演练

5.促成—高效率电销的必杀技

- 从众成交法
- 利益成交法
- 惋惜成交法
- 选择成交法
- 默认成交法

6.成交后沟通五步骤

- 恭喜感谢
- 使用（服务）介绍
- 持续服务承诺
- 强化满意认同
- 争取更多资源

演练：电销致胜六步的全场景练习

四、微信营销—高效存量客户经营

1.微信营销的价值：4I 价值体系

- 趣味性原则
- 利益性原则
- 互动性原则
- 个性化原则

2. 微信营销的定位

- 高价低频
- 高价高频
- 低价高频

3. 微信营销的运作

- 微信营销的本质是服务营销
- ◇ 利用顾客标签精准运营顾客
- ◇ 顾客分层提升运营效率
- ◇ 利益获取提升留存率
- 微信朋友圈的运作模式
- 朋友圈运作的价值基础：高体验式朋友圈运作
- 朋友圈营销操作的关键点：
 - ◇ 背景人设：头像、名称、背景图
 - ◇ 内容设定：活动式、场景呈现式、利益式、隐藏式……
 - ◇ 互动运作：点赞、评论、@、分组的妙用
 - ◇ 时间选择：三个黄金时段，提升 30% 以上的曝光

4. 沉默客户的唤醒

- 回访式
- 关心式
- 活动式
- 价值式
- 撤回法