

《销售的价值：B端客户营销与客户关系建设》

主讲：秦超老师

【课程背景】

营销，是绝大多数企业赖以生存的重要环节，是实现企业战略目标的重要保障，但往往又是不尽如人意的“重灾区”。营销工作是高度依赖营销人员的能力的，营销人员，特别是一线营销人员和管理者，往往简单粗暴的将营销理解为“卖产品、卖服务”，经验主义，本位思想。因此，真正了解营销的本质，激发营销人员的工作热情，掌握科学的营销流程和方法，用落地的动作、话术实现销售目标，是一线营销人员和管理者应该去学习和提升的。这也是企业战略实现的内在化建设和根本保证。

【课程收益】

- 激发营销人员的成功心态，塑造完成各项工作的核心价值理念
- 洞察营销的核心与本质掌握业绩提升的四大关键要素和六项着力点
- 深入学习营销流程核心四大环节（步骤与话术）
- 学会持续经营客户，维护客户关系
- 善于处理客户问题，转危为机

【课程时长】

1天（6小时/天）

【课程对象】

营销条线销售人员、管理人员

【课程特色】

核心价值逻辑：塑造狼性心态→夯实知识基础→锤炼过硬技能→辅助行为习惯养成→实现业绩突破。系统全面的销售流程梳理，丰富详实战技巧学习，快速落位到工作中。讲师市场营销出身，具备一线市场营销及管理经验，有地产行业销售团队打造丰富经验。具备大量B端及C端实战经验和优异战绩，辅导过万达集团（四川）、中海集团、成都建工、四川路桥、四川省建筑科学院、东方电气等建筑业、制造业大型企业

【课程大纲】

第一部分：心态篇-为什么要做销售？销售其实没那么难！

一、销售的价值

1. 销售人员的个人价值
 - 个人目标与工作的关系
 - 职业价值的正向与负向呈现
 - 个人需求：马斯洛需求层次理论
 - 从物质需求到自我实现：职业能带来些什么？
 - 成为资源的整合者
2. 销售的组织价值
 - 组织生存的根本保证
 - 组织发展的必然选择
 - 理解组织的价值观

研讨：我的2024年的家庭/生活目标是什么？我如何去实现这个目标？

二、销售并不难：销售的本质与核心是什么？

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

分享：你的销售案例中，是如何运用“三差”的？

4.业绩提升的四大要素和六项着力点

- 业绩公式
- 四大变量：客户数量、转化效率、客单量、复购量
- 七项着力点：客户准确度、客户数量、销售沟通力、需求挖掘能力、产品价值呈现能力、解疑和促成能力、客户感知及再挖掘

分析：不同销售行为（方法）如何影响四大变量的？

第二部分：客户分析篇：客户分析与客户开拓

1.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

2.B端客户市场的挖掘与开拓

- B端客户挖掘的前提-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）、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
 - ◇ 陌拜
 - ◇ 行业活动
 - ◇ 关键背书
- 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

第三部分：营销篇：沟通创造价值--关键销售环节致胜法

一、客户沟通的目标

1.客户沟通的目标 6step

- Step1:建立频道
- Step2:详细探寻
- Step3:激发意愿
- Step4:扫除障碍
- Step5:促进行动
- Step6:提升感知

二、业务沟通场景一：起-打开客户关系大门的关键一战

1.客户的邀约：

- 步骤一：自报家门（询问方便）
- 步骤二：突出重点（利益）
- 步骤三：取得答复

- 步骤四：确认重点
- 邀约沟通的总体原则：简洁明了、吸引、确认

2.初洽：

- 初次沟通三维度
- ◇ 建立同频：同理心与共通点
- ◇ 寻找话题：热点、兴趣点、利益点……
- ◇ 产生意愿：愿意聊—愿意继续深入聊
- 初洽沟通四步：寒暄赞美—打开话题-建立同频—引入正题
- 客户破冰法
- 即兴沟通法：
 - ◇ yes and

三、业务沟通场景二：承-实现销售的最核心最关键问题

1. 客户需求挖掘与引导

- 以攻代守的交互四问模式
- ◇ 状况询问—难点询问—暗示询问—需求满足询问
- ◇ 深挖痛点、撕开伤口

2.状况询问（背景问询）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
- 状况询问的沟通技巧：相关性、联系观察实际、引用观点

3.难点询问技巧

- 难点询问的目标：确认问题，并与潜在客户探讨问题相关的内容
- 难点询问的沟通技巧：5W1H 模式运用：什么、为何、何时、何地、谁、如何

4.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
- 暗示询问的沟通技巧
- 强化暗示技巧：拥抱快乐、远离痛苦
- 暗示问题示例

5.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-满足询问的沟通技巧

演练：交互四问演练

四、业务沟通场景三：展-提升客户价值感的有效手段

1.基于信任度建立的沟通四部曲：行业—公司—产品—个人

- 行业：前景、趋势
- 公司：实力、经验
- 产品：FABE
- 个人：经验、意愿

2.印证能力：产品（服务的）呈现 P-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

五、业务沟通场景四：合-推进销售进程，提升销售效率的方法

1. 客户异议沟通

- 异议沟通的六步法
- 典型异议处理示范

案例分析：异议处理，攻心为王

2. 促成与成交沟通

- 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

3. 成交服务流程的沟通

- 满意度显性化
- 机会进取式沟通

第四部分：客户关系篇：客户关系维护与持续经营

1. 经营思维：销售业绩的重要基础

- ◇ 站在企业角度的业务发展之道：投入、产出、利润、可持续
- ◇ 可持续：企业长久生存之道
- 持续经营客户的前提：信任
- ◇ 信任金字塔：
 - ◇ 安全：不影响、无损失
 - ◇ 价值：企业价值、个人价值
 - ◇ 依赖：不可或缺性

2. 客户关系维护的必备步骤：

- ◇ 定期拜访
- ◇ 礼尚往来
- ◇ 主动刺激
- ◇ 关键时刻
- ◇ 信息暗哨

研讨：你如何做客户的持续经营？

3. 客户投诉处理：客户关系建设中的“危”“机”时刻

① 事物的两面性：客诉的价值

- 产品、服务的功能完善与提升
- 既有客户的触点
- 客户感知提升的“危与机”
- 更多商业价值的挖掘机会

② 客诉处理的核心目标是什么？

- 理性目标：瑕疵的转移、消除
- 感性目标：情绪的恢复

③ 客诉处理的行为价值链

- 同频—降低情绪—理性沟通—解决方案--消减影响—显性进展—解决结果—提升

与挖掘