

版权课程-《从业余到专业—销售蜕变 4+2 训练》



课程背景：

未来企业面临着更多的不确定性，而市场上的产品同质化严重，销售团队是否强大是企业成败的重中之重，而面对未来更多的不确定性，我们的销售人员是否在心理、工具、方法、技术等各方面做好了相应的准备？本课程是王冬老师结合国内外销售训练营大量实践经验，结合多种销售工具经过多年设计开发的课程。从销售的四个阶段设计相应课程，同时在任何销售过程中，谈判和呈现的技巧都是至关重要的。根据销售中发生的阶段和特点，设计开发了4Ablity+2Skills 课程。

【适用对象】

一线销售人员、销售管理者

培训收益：

- 通过现场演练，帮助销售人员认识到不是市场太竞争，不是产品有缺陷，不是因为价格高，而是自身的销售技能有欠缺；
- 感受销售人员职业生涯的挑战与成就
- 帮助销售人员接受和掌握通用销售技巧的结构和应用方法；
- 通过案例分析，提升销售人员对销售工作“复杂”性的认知，从而提升销售人员对销售规划深刻认知，真正培养销售人员从计划到执行最后总结分析的良好习惯。
- 通过培训使销售人员掌握专业化销售的过程、与客户沟通的技巧、客户异议的处理，学习如何经营客户关系，理清大客户销售的逻辑关系决策链分析。

【常见问题】

- 1.营销团队没有坚定的目标，没有企图心；
- 2.销售人员天天抱怨市场，抱怨客户，抱怨行里现有资源不足，却没有想办法突破；
- 3.销售人员见到客户后总是紧张，不知道如何和客户进行有效的沟通；
- 4.不知道如何区分不同类型的客户，根据不同类型的客户制定不同的销售策略；
- 5.不知道如何消除不同类型客户的异议达成销售；
- 6.面对大客户错杂的关系，无法理清决策链，不知如何入手。

课程架构：

四个阶段

第一阶段：概率销售，心态为王

第二阶段：理解客户，差异沟通

第三阶段：顾问销售，专业登场

第四阶段：关键客户，有效策略

两个技巧

技巧一：呈现技巧

技巧二：谈判技巧

课程内容：

第一阶段：概率销售，心态为王

一、销售人员要面对的挑战

1、客户的要求变化

2、竞争对手的策略变化

3、产品的推出变化

二、认识心态，并学会管理自己的心态

1、心态的定义及心态分类（消极、积极）

2、如何理解销售

3、销售人员的现实定位及未来职业生涯规划

4、多位压力的来源及对压力的管理

5、积极、责任、坚韧、感恩

6、销售业绩不好的四个错误

7、销售人员的冰山素质模型

8、卓越销售人员训练的六个阶段

三、保持良好的心态关键是协调自己与他人的关系

1、认识自己与他人的关系，通过与自己的潜意识沟通控制自己的情绪

2、熟悉中国人的思维习惯

3、如何理解人们行为背后的动机？

4、跟别人相处的核心是欣赏别人的优点，找到共同点

四、对自己负责——制定销售目标与计划

1、目标决定你的工作状态和工作思路

2、狼性营销的第一大工作是逻辑策略

3、怎么制订自己的营销目标和营销计划

4、推动自己目标实现的三张报表（客户漏斗表、工作计划表、问题反馈表）

五、锁定目标客户

1、目标客户的细分及量化方式；

- 2、目标客户的资料来源及分析
- 3、目标客户深度挖掘的方法技巧
- 4、竞争对手信息收集
- 5、竞争对手信息分析
- 6、建立信息分析机制和更新

第二阶段：理解客户，差异沟通

一、所有销售的问题，都是沟通的问题

- 1、DISC 自我分析，属于哪种性格的销售
- 2、发现对方风格，找到应对方式
- 3、客户属性划分为：

D型客户识别

I型客户识别

S型客户识别

C型客户识别

4、不同属性性格人的特点与沟通

D型客户的特点以及沟通策略

I型客户的特点以及沟通策略

S型客户的特点以及沟通策略

C型客户的特点以及沟通策略

第三阶段：顾问销售，专业登场

一、顾问式销售的关键策略

- 1、激发客户兴趣点
- 2、客户决策分工与兴趣点差异
- 3、如何调动客户的想象力
- 4、站在客户的角度解决问题
- 5、如何快速拉近彼此的关系

二、SPIN 的问话及深度挖掘客户需求技巧

- 1、剖析之前遇到的问题
- 2、恰当的压力体现
- 3、找到共同点
- 4、SPIN 的应用

三、方案设计及服务方案展示的实战技巧

- 1、预先框视法-预先消除可能的抗拒
- 2、如何用下降式介绍法介绍

3、封闭式与开放式沟通引导客户

四、客户常见的异议处理技巧

1、常见的客户异议分析

2、处理成交异议的具体话术

3、具体方法与处理话术

五、厘清自己，专业登场

1. 顶尖业务精英视频案例

2. 自我介绍（现场演练）

3. 自我介绍案例分析

4. 目标客户业务难题提炼

5. 介绍公司（现场演练）

6. 介绍公司案例分析

7. 讲述成功案例（现场演练）

8. 讲述成功案例分析

9. 公司产品（服务）介绍（现场演练）

10. 有效介绍产品的工具：FABE

11. FABE 的应用

12. 公司产品（服务）介绍提炼

第四阶段：关键客户，有效策略

一、大客户销售策略

1、全盘计划思维导图，SWOT 分析

2、信息收集挂图作业

3、情感账户，培养内线

4、客户决策链分析：执行者、影响者、利益相关者、信息提供者、决策

者

5、客户方信息分析：教练、中立者、支持者、对立方、死敌

二、客户关系推进

1、客户关系的基础；

2、客户关系发展的四种类型；

3、三客户关系的意义与识别（亲近度，信任度，人情）；

4、客户关系推进：吃吃喝喝、礼尚往来、互相信任、内外营销、良师益

友、利益同盟、商业伙伴

实战练习：建立一份客户档案；

实战练习：建立一份客户组织关系分析图

技巧一：呈现技巧

- 1、不同的接收对象的呈现技巧区别
- 2、方案呈现
- 3、演示呈现
- 4、投标演讲呈现
- 5、金字塔原理

技巧二：谈判技巧

- 1、什么是双赢谈判
- 2、谈判的策略和信息收集准备阶段
- 3、谈判开局中的六个技巧
- 4、谈判中局的七个策略
- 5、谈判的收官阶段