

《面销谈判逼单实战技能提升》

——主讲：王庆晨老师（量身定制课程）

课程目的：

帮助学员从被动营销到主动营销的心态转变

帮助学员突破营销心理障碍和恐惧；

教会学员识别客户类型及了解客户心理分析；

精准把握面销客户的技巧和方法；

掌握客户处理的技巧及面销沟通的技巧；

掌握深度激发客户需求和促成客户交易的技巧；

总体提升员工营销成功率。

授课时长：2天培训（6小时/天）

授课方式：采用讲师讲述、案例分析、分组讨论、互动答疑、情景

模拟、头脑风暴等方式

【注】：本课程属于量身定制课程，会根据课前调研结果对课程内容进行优化

课程大纲：



第一板块 主动面销意识调整与养成

1.1 从被动营销到主动营销的意识转变

明确客户与企业之间的关系

被动营销与主动营销的区别

营销服务与营销谈判的关系

对主动营销的正确认知

主动营销真正的目的分析

1.2 化解面销障碍的四大策略

客户不耐烦、发火时的应对话术及策略

客户需要再联系您、敷衍时的应对话术及策略

客户不需要、拒绝时的应对话术及策略

客户觉得贵、借口时的应对话术及策略

第二板块 客户性格分析与消费心理分析

2.1 客户两大消费心理分析

2.2 四类客户性格分析测试

活泼型、

力量型、

完美型、

和平型



2.3 客户类型分析

不同客户沟通模式、营销切入点不同

不同性格客户的六点分析

特征分析

行为模式

动作模式

语言模式

优缺分析

心理需求

客户性格测试工具运用

2.4 客户的六种购买类型分析

“成本型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“品质型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“配合型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“叛逆型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“自决型客户”消费心理分析及应对方式及话术

“外决型客户”消费心理分析及应对方式及话术



第三板块 深度营销氛围沟通技巧

3.1 沟通“听”技巧-客户语言

倾听的三层特殊含义

倾听的障碍——挑着听、听一半

案例：客户主观意识引起的表达障碍

注视的两个层次-表层意思、话中有话

注视的两个技巧-回应技巧、方向技巧

案例：回应技巧（语言、用词）

案例：超级经典好用的回应词组

模拟训练：倾听客户核心需求问题

3.2 沟通“问”技巧-有效确认

确认的目的

确认遵循的原则

确认提问法



信息层问题设计及应答话术

问题层提问设计及应答话术

案例：通过引导式确认激活客户需求

3.3 沟通“答”技巧-成交引导

引导的两层含义-由此及彼、扬长避短



引导技巧在面销中的运用

把客户利益点进行针对性引导

案例：客户说“我觉得不太合适我们”如何引导客户

第四板块 面销逼单谈判实战技巧提升

4.1 逼单关键行为-印象分建立

赞美的目的、价值和意义

认清赞美的本质

赞美是邀约的工具

赞美打造良好沟通气场

案例：赞美客户之后的连锁正面反应

赞美的三个关键点

寻找赞美别人的捷径

如何提高客户感知

赞美的三大方法

赞美客户名字、客户所在地、口音、方言、年龄、家人、身份


案例：如何赞美男性客户、女性客户、合作客户、疑问客户

案例：客户喜欢的赞美话术

4.2 逼单关键行为-面销心理暗示

面销的核心是什么

面销应该看哪里



如何快速读懂客户的感受及想法

客户落座的关键位置

座位安排对营销的心理作用

客户身体三大坐姿表示

4.3 逼单关键行为-有利因素突出介绍

有利因素介绍的“奥利奥原则”与“1 : 8 原则”运用

有利因素介绍的正面引导用词

有利因素介绍的一个核心列表

有利因素介绍的三大实用方法

优点转化法

潜移默化法

指天效应法

练习：客户端有利因素突出介绍

4.4 逼单关键行为-异议处理与客户挽留

正确理解客户异议

解决客户异议的两大基本准则

客户异议核心分类

异议处理能力提升的解决公式

异议处理“不需要”的现场引导演示及运用

常见客户常见异议：





客户说：“我不需要”应对技巧

客户说：“我没感兴趣”应对技巧

客户说：“我考虑一下”应对技巧

客户说：“你们这个价格是真的贵，比 XX 贵”应对技巧

客户突然说：“我现在不方便、下次我们再约个时间谈”应对技巧

客户说：“暂时不需要，到时候有需要再跟你说吧”应对技巧

4.4 逼单关键行为-把握促成动作信号

客户意愿动摇信号逼单促成点

停顿信号、重复信号、表情信号

有效逼单促成公式三要素

动作暗示

甜言蜜语

后续关怀

有效逼单促成的高级话术技巧：一选、二定、三留