

# 存量客户冰淇淋套餐营销技能提升

## 培训实施方案

### 【课程收益】

- 销售人员学会与存量客户沟通技巧
- 销售人员面对客户拒绝冰激凌套餐升级的正确心态应对技巧
- 销售人员根据客户不同类型设计营销及应答话术
- 掌握冰淇淋套餐营销技巧的核心内容
- 掌握冰淇淋套餐营销每个流程的脚本设计及应答话术
- 提升存量客户套餐升级量
- 总体提升销售人员心理调整
- 总体提升营销人员团队沟通及协作能力

### 【课程对象】

电销人员、客服、营业员、班组长、店长

### 【课程时间】

2天

### 【课程人数】

50人左右

### 【课程大纲】

#### 一、冰淇淋套餐营销背景与营销职业认知

- 新时期高价值用户行为的变化：从AIDMA到AISAS的转变。
- 冰淇淋套餐互联网思维的核心
- 互联网思维的三个特征
- 三点式思维
- 互联网常用的引爆点在冰淇淋套餐中的运用
- 客服人员的四大目标，主动营销的心态
- 案例、互动（自信的电话营销）
- 职业定位（根据讲师自身一线营销的工作经验，讲述销售人员的未来发展规划）
- 营销时面临的四个时期
- 恐惧期、兴奋期、厌倦期、困惑期

#### 二、冰淇淋套餐主动营销心态塑造与调整

- 积极阳光客服心态训练
- 客服沟通情绪来源
- 积极阳光服务心态来源

- 活在当下的客服心态
- 积极阳光的客户心态
- 调整快乐的营销心态
- 期望效应在客户服务中的运用
- 一线基层营销岗位压力源分析
- 简单有效的缓解一线营销压力的方法
  - ✓ 不要做焦虑的猴子
  - ✓ 不要背别人的猴子
  - ✓ 学会四乐，远离抑郁
- ✓ 面对超长时间的工作加班怎么办？
- ✓ 对职业发展感到迷茫怎么办？
- ✓ 介绍套餐被客户拒绝，出现恐惧心理怎么办？
- ✓ 被客户埋怨、责骂怎么办？
- ✓ 我每天要打 100 个电话压力大怎么办？
- ✓ 客户在对我发泄怎么办？
- ✓ 我的工作指标很重、压力很大怎么办？
- ✓ 我在团队上月倒数第一怎么办？
- ✓ 客户不讲理对我破口大骂怎么办？

### 三、营销团队凝集力建设

- 营销团队活动的选择
- 团队凝聚力
- PAC 团队角色理论
  - 团队中父母型角色类型员工特点与沟通技巧
  - 团队中成人型角色类型员工特点与沟通技巧
  - 团队中孩子型角色类型员工特点与沟通技巧
- 团队中不同角色的沟通

### 四、营销过程中的沟通技巧

#### 1、倾听技巧

- 倾听的三层含义
- 倾听的障碍
- 倾听中停顿的使用
- 倾听的层次
- 表层意思
- 听话听音
- 听话听道

#### 倾听的四个技巧

- ✓ 回应技巧
- ✓ 确认技巧
- ✓ 澄清技巧
- ✓ 记录技巧

现场演练：客户抱怨联通资费服务，请用倾听技巧安抚客户的情绪。

案例：天冰淇淋套餐介绍时，积极回应技巧

## 案例：客户对套餐抱怨时好用的回应工具与话术

### 2、同理技巧

- 什么是同理心？
- 对同理心的正确认识
- 表达同理心的3种方法
- 同理心话术的三个步骤

案例：你们都是骗人的

视频欣赏：客户着急如何运用同理匹配

### 3、赞美技巧

- 赞美障碍
- 赞美的方法
- 赞美的3点
- 销售中赞美客户
- 直接赞美
- 比较赞美
- 感觉赞美
- 第三方赞美
- 骂声中赞美

现场训练：

如何赞美客户的声音

如何赞美客户的想法

如何赞美客户的性格

如何赞美客户的个人魅力

如何赞美客户的公司或家庭

感谢客户的话术

### 4、沟通技巧——亲和力

- 亲和力表现
- 声音控制能力
- 声调
- 音量
- 语气
- 语速
- 言之有礼

## 五、冰淇淋套餐营销实战技能提升

### 1、冰淇淋套餐营销实战技能：开场白、接待客户前30秒话术

- 开场白之规范开头语
  - 问候语
  - 个人介绍
  - 来意说明

状态确认

不同类型客户冰淇淋套餐销售开场白话术设计：

**脚本设计：单产品客户的开场白设计**

**脚本设计：融合套餐升级冰淇淋的开场白设计**

**脚本设计：单宽带客户的开场白设计**

**脚本设计：异网客户的开场白设计**

➤ 开场白客户害怕听到的词语

➤ 开场白引起对方的兴趣

让对方开心

让对方信任

让对方恐惧

让对方困惑

让对方紧张

## 2、冰淇淋套餐营销实战技能：客户需求挖掘

➤ 挖掘客户需求的工具是什么

➤ 提问的目的

➤ 提问的两大类型

➤ 外呼提问遵循的原则

➤ 三层提问法

➤ 信息层问题

➤ 问题层提问

➤ 解决问题层提问

**现场演练：通过提问引导客户有套餐升级的需要**

**案例分析：运用提问技巧提高老客户的满意度**

**情景模拟：运用提问挖掘客户对冰淇淋套餐的需求**

## 4、冰淇淋套餐营销实战技能：有效的产品介绍

产品介绍最有效的三组词

提高营销成功率的产品介绍方法

➤ 好处介绍法

➤ 对比介绍法

➤ 主次介绍法

➤ 客户见证法

➤ 分解介绍法

**练习与案例：**

**归纳总结冰淇淋套餐的好处与话术设计**

**全球通套餐与冰淇淋套餐的对比介绍方法**

**天翼套餐与冰淇淋套餐的对比介绍方法**

**移动火锅套餐与冰淇淋的对比**

**存量客户升级冰淇淋的话术设计**

**异网客户转化冰淇淋的话术设计**

## 5、冰淇淋套餐营销实战技能：客户异议处理与挽留技巧

- 异议的分类
- 真实异议
- 虚假的异议
- 隐藏的异议
- 异议处理的四个原则
- 客户异议处理的四种有效方法
- 提前异议处理法：引导法、同理法、认可法

**冰淇淋套餐推荐，客户常见异议应对与练习：**

我不需要

我再考虑一下

我跟家人商量一下

我有时间去网上看看

我什么都不需要，不要打电话过来了

这次活动，我不想参加，有需要再联系你吧

“我在开车，现在不方便”

“我在开会，回头再说吧”

“现在没时间”

“你们上次那个问题都没有帮我解决。。。 ”

不要说这么多了，我就是不需要！（不愿告诉真实的原因）

太麻烦了，不需要……

你们是不是骗人的……

换套餐麻烦了，不需要……

你们的优惠还不够……

## 6、冰淇淋套餐营销实战技巧：促成技巧

- 人性需求与促成
- 人性的两大需求
- 人性需求对促成的价值分析
- 促成的五大技巧
- ② 直接促成法
- ② 危机促成法
- ② 二选一法
- ② 体验促成法
- ② 展望未来法
- ② 客户见证法

**现场演练：学员学会 3 种以上促成冰淇淋套餐办理的方法**

**话术设计：6 种促成的话术编写**

## 7、冰淇淋套餐营销实战技能：结束语与信息收集

- 专业的结束语
- 让客户满意的结束语
- 结束语中的 5 个重点
- 客户微信收集与二次营销