



## 销售项目推进的组合攻关技巧

### 课程背景

很多销售管理者把销售业绩的产生过多地依赖于销售人员的个人拜访，殊不知个人拜访仅仅是业绩突破的一个途径和手段而已，销售管理者更应站在全局高度综合地设计多种资源协同的销售方法和组合攻关策略来打破僵局。

当销售人员屡次拜访徒劳无功后，销售管理者必须采取组合攻关行动给予支持，这些行动就是能支援销售人员更有效作战和实现突破的支持平台。

### 课程目标

- 让学员掌握并使用组合攻关的主要方法
- 掌握组合攻关的使用技巧

### 课程对象

销售人员

### 课程时间

1-2 天

### 课程方式

授课 40%（互动引导）+小组练习 20%+现场模拟演练 40%

### 课程大纲

#### 第一部分 组合攻关的重要性

#### 第二部分 组合攻关的常见类型

#### 第三部分 展会

- 展会活动前的准备

- 客户邀约
  - 1) 有效的邀约话术
  - 2) 邀约信息的整理
- 展会物料的准备
  - 思考：有哪些对拓展客户的有用物料？
- 参展人员的准备
  - 工作职责及分工
  - 培训计划制定
  - 行业发展趋势培训
  - 企业及产品知识培训
  - 竞争分析培训
  - 运营模式培训
  - 展会政策、制度、分工及工作流程培训



展会特征的培训

展会礼仪礼节培训

展会标准话术培训

展会现场接待技巧培训（以上培训内容只展开此部分内容，如需其他部分的展开，提前告知）

## • 展会现场的接待

• 展会现场引流的技术

• 现场沟通技巧

1) 客户需求的探询

思考：客户需求探询阶段你有没有遇到过这样的问题？

1) 不知道该了解客户的哪些信息？

2) 不知道如何从客户的信息中分析客户的需求？

3) 客户不愿意告知自己的信息？

思考：需要了解客户的哪些信息？

1) 基本信息

2) 需求信息

练习：探询需求技巧现场演练

2) 高效的产品的介绍

1) 介绍的 FAB 法

2) 产品介绍体验篇

对于可以让客户体验的产品进行讲解

3) 客户异议的处理

## • 展会后的客户跟踪技巧

思考：客户跟踪维护是你有没有遇到过这样的问题？

1) 客户不愿意接听你的电话？

2) 客户接听了电话说再考虑考虑？

3) 客户接听了电话说需要的时候联系你？

• 初次接待后客户离开时的伏笔

• 客户信息的分析

• 确定关键决策人

• 客户跟踪回访的技巧

1) 开场白

2) 谈话过渡

3) 了解情况

4) 提出请求

5) 要求承诺

• 与客户建立情感关系的手段和方法

• 合作后的客户转介绍

## 第四部分 公司参观接待

### • 公司参观接待三大环节

• 客人抵达前的准备工作

• 客人抵达后的接待服务工作



- 客人离开的后续工作
- **公司参观接待前期准备**
  - 住宿安排（布置）
  - 饮食安排
  - 车辆安排（布置）
  - 会见安排（会见室人员）
  - 宴请安排
  - 陪同安排
  - 参观场地安排（欢迎用品等）
  - 客人信息的详细了解（关键人）
  - 需求部门的沟通
  - 需讲解内容及相关工具的准备（客户考察看什么、太老实，没效果）
- **客人抵达后的接待服务工作**
  - 首应效应——这是一个两分钟的世界
  - 接待人员礼仪
  - 接待人员高效沟通
    - 1) 开场白、自我介绍
    - 2) 各部分内容介绍的技巧
    - 3) 答疑交流的技巧（赞美、倾听）
    - 4) 结尾
- **接待后的送别**
  - 制定合理满意的送别计划（旅游、送礼技巧）
  - 认真话别
- **接待后总结**

## 第五部分 技术交流/协同

- **技术岗位的设置**
  - 技术岗位的能力要求
  - 技术岗位的考核激励
- **技术人员的沟通特点：**
  - 强逻辑与强垂直型
  - 认“死理”
  - 非白即黑的思维定式
  - 同理心的缺失
- **技术交流的沟通技巧**
  - 准备
    - 讨论：作为技术人员，与客户做沟通前，我们要准备吗？准备什么？如何准备？
    - 思考：准备什么？
  - 开场
    - 1) 讨论：我们在做开场白时遇到哪些主要问题？
    - 2) 开场白是留给人的第一印象



3) 言行举止、表达方式，及内容在开场中的重要性

咨询

1) 讨论：在技术层面，我们与客户交流时往往出现的主要问题是什么？应该如何改进？

2) 客户需求的种类

3) 个人需求与企业需求在客户合作决策中的作用

4) 顾问式探寻

A、了解客户背景

B、探寻客户的痛点问题，了解客户需求

5) 向客户讲解呈递解决方案的 FAB+差异化原则

练习：如何向客户按照 FAB+差异化递交方案

闭环

讨论：与客户完成技术交流后，我们是如何结束此次沟通的？常犯的主要错误是什么？如何改进？

## 第六部分 其他组合攻关方法

- 客户答谢会
- 高层协同拜访
- 关联机构及人员攻关
- 样板客户参观考察
- 增值服务
  - 1) 免费检测
  - 2) 免费试用
  - 3) 免费售后
  - 4) 免费培训
  - 5) 赠品
  - 6) 赞助活动

## 第七部分 组合攻关的使用技巧

- 因事制宜
- 因人制宜
- 因时制宜

(全文完)