

## B003 新顾问式销售技巧 (1-2 天)



主讲：张长江

课程背景

顾问式销售，是指站在专业角度和客户利益角度提供专业意见和解决方案以及增值服务，使客户能作出对产品或服务的正确选择的一种销售模式。顾问式销售主要运用于面向个体客户或小规模客户、小额订单的销售模式，例如办公用品、工业设备（耗材）、五金建材、医疗耗材、工程机械、成品油（润滑油）、软件、服务等产品的销售。

《新顾问式销售技能》课程目标是训练销售人员按照七个步骤考虑、设计规划自己的销售拜访，以组织严密、条理清楚、连贯一致的销售技巧完成每一次销售拜访，最终使团队的所有销售人员以高水平复制技巧掌握可重复操作的销售方法，达到有效客户拜访、完成销售目标的目的。

与传统的《顾问式销售技能》相比较，《新顾问式销售技能》有如下不同之处：

- 1、引入大量的课堂练习、角色扮演、案例分析，帮助学员加深对《新顾问式销售技能》课程内容的认识和理解。而所有的练习均以学员自己在实际销售工作的真实案例为基础，使学员在课堂上就可以总结出一套针对自己实际工作的实战技巧，避免销售拜访“即兴表演”，学了就能用，用了就有效。
- 2、增加了针对组织型客户的组织分析模块，引导学员既要关注采购中的决策者，又要关注决策的影响者；
- 3、增加了需求激发和引导方面的技能，在洞察客户需求方面更加深入、有效；
- 4、针对周期较长的情况，增加了建立客户信任和持续推动成交的部分以及成交之后如何进行交叉销售，如何提高客户满意度和客户份额的部分。

## 课程特色

- 针对性强。本课程为 B2B 行业量身定制，培训师具有十五年 B2B 行业的一线销售与营销管理经验，培训紧密贴合行业特质，针对性强。
- 实战性强。课程以大量的实战案例展开讨论，结合实际工作中学员经常遇到的问题讲解破题的方法，很多实战的技巧和策略拿过来就可以用，实战性强。
- 系统性强。课程体系严谨，结构清晰，理论与实战相得益彰，使学员能够系统化的掌握课程的理论框架，并能结合工作中的实际情况加以灵活运用。

□ 授课形式包括：通过启发式讲授、互动式教学、小组讨论、案例分析、角色扮演、  
**课程大纲**  
观看视频、性格测验等多种生动的培训方式，最终达到最佳的授课效果。

### **第一单元 顾问式销售的定义**

- 顾问式销售的定义
- 传统销售和顾问式销售的区别
- 传统顾问式销售与新顾问式销售的区别
- 新顾问式销售技能销售流程（七个步骤，13个子任务）

### **第二单元 新顾问式销售第一步-客户接近**

- 潜在客户定义
- 潜在客户评估的“MAN”原则
- 客户线索、潜在客户与订单三者之间的关系
- 获得客户线索的主要渠道
- 电话预约/开场的 AIDM 模式
- 找到能够激发客户见面欲望的“钩子”
- 合适做为“钩子”的三种开场话题

### **第三单元 新顾问式销售第二步-好感建立**

- 4W 开场白：who-which-what-way
- 建立好感的目的：破冰与暖场
- 开场如何快速的与客户建立好感？
- 赞美的七个原则
- 如何寻找共同的兴趣话题？

**情景模拟：如何突破客户抗拒，建立好感？（2天课程才有）**

### **第四单元 新顾问式销售第三步-需求洞察**

- 客户采购组织分析模型 1——采购小组成员角色
- 客户采购组织分析模型 2——采购小组成员立场
- 需求的定义及需求产生的原因

- 客户的四种需求模式：刚需、改善、平衡、骄傲
- 四个关于需求的重要结论
- 让客户产生需求的最佳手段就是制造痛点
- 激发客户痛点的 S-P-I-N 提问策略
- 如何才能让客户愿意回答你的问题？
- 提问技巧实际运用的四个步骤
- 案例：某窑炉维修方案客户痛点挖掘话术

**研讨或情景模拟：运用 S-P-I-N 提问策略激发客户痛点（2 天课程才有）**

### **第五单元 新顾问式销售第四步-方案呈现**

- 方案设计的核心思想：客户投资回报最大化
- 一份书面化解决方案应包含的七个要素
- 方案介绍的工具：FABE 策略
- 方案价值量化的三化原则：数据化、货币化、财务指标化
- 两种客户价值的呈现：硬货币价值与软货币价值
- 案例：某窑炉热维修方案介绍的 FABE 策略
- 案例：创新方案成本与传统方案成本对照计算表

**研讨或情景模拟：运用 FABE 策略呈现解决方案的量化价值（2 天课程才有）**

### **第六单元 新顾问式销售第五步-异议处理**

- 客户异议的定义及面对异议的正确态度
- 客户异议的四种常见类型
- 识别真假异议：区分“异议”与“借口”
- 客户异议处理的第一准则：绝不与客户争辩
- 客户异议处理六步流程
- 案例：处理价格异议的案例
- 案例：处理拖延异议的案例

### **第七单元 新顾问式销售第六步-信任建立**

- 信任=信+任

·组织信任与个人信任

·组织信任建立的六种方式：

产品介绍、技术交流、权威推荐、业绩考察、产品展示/试用、总部考察

·个人信任建立的四个维度

## **第八单元 新顾问式销售第七步-谈判签约**

**(本部分内容并非课程标准配置，需至少单独一天时间讲授)**

·识别成交的信号

·主动提出成交，不断要求成交

·四种典型的成交技巧：直接成交法、假设成交法、优惠成交法、小额成交法

·谈判开局：破冰、开场、探寻摸底、报价（提案）

·谈判中场：讨价还价、寻求共识

·谈判终局：突破僵局、达成合作