

《销售高效拜访》

主讲：罗火平

【课程背景】

任何人都知道，销售中有一个重要动作叫客户拜访。拜访是销售活动中最核心的部分，也是决定销售成败的关键。几乎所有的销售都要拜访客户。几乎所有的销售人员、销售管理者都没有意识，销售拜访存在重大的问题。相关调查统计发现：大部分的销售拜访都是低效甚至无效的，拜访前缺乏策划、拜访中没有控制、拜访后不知道评估。对客户惟命是从而不聚焦客户问题，忙于打地鼠而不关注采购流程。最终导致项目周期长、不可控并最终导致丢单。

据调查，单拜访目标这一项，近 80% 的拜访活动没有目标。连目标都没有，哪来的成功。也就是说，拜访，有 80% 是失败的，残次的。如果把销售比如生产，那么，生产出来的产品 80% 是废品、残次品，那这个公司还能生存吗？

假设，一个公司有 50 个销售人员，每天拜访 2 个（次）客户，一年工作时间算 200 天，那么，这个公司一年总共有 16000 次无效拜访。细思极恐！

那么，有没有办法大幅减少这些无效拜访，提高销售拜访的成功率，缩短销售周期呢，提高成单率呢？

【课程收益】

- 学习一套可靠的拜访方法论，用于计划、执行及评估销售人员销售拜访。
- 运用四大兴趣激发器，激发客户的购买兴趣。
- 把自己的优势变成客户的需求，提升竞争力。
- 建立结构化的沟通方法，使拜访过程变得可控。
- 获得客户承诺的五大技巧，大大缩短销售周期。
- 学习一套共同的销售拜访语言。
- 通过对六个销售拜访环节的控制和循环改进，将销售周期大大缩短，并很大程度提高销售的成功率。

【课程特色】

方法论与技巧并存：既是一套销售拜访方法论，也是一系列销售拜访与沟通技巧的合集。

做模型与落地同行：课程中引用一些经典模型，也自创大量轻模型，模型可直接落地应用。

讲案例与口诀齐飞：结合丰富的实战案例，总结经验上升为方法论，并编成口诀，销售金句。金句频出。

引理论与工具共进：引用销售经典理论，编制相应的销售表单库，结合学员实际工作情况，形成销售工具集。

【课程对象】销售总监、销售经理、客户经理、区域经理、销售工程师、售前技术支持。

【课程时间】 1天（6小时/天）

【课程大纲】

一：拜访要进行哪些准备？

1. 理解客户期望
2. 期望链接动机
3. 设计承诺目标
4. 做好信任准备

二：怎么约见客户？

1. 为什么客户不见你
2. 常见的错误约见理由
3. 正确的商业理由才能见到客户
4. 设计客户约见脚本
5. 按照约访标准，评估约见脚本

三：如何引导期望？

1. 沟通常见错误分析
2. 倾听技巧
3. 提问技巧
4. 如何进行暖场
5. 如何进行开场
6. 建立结构化的沟通方法
7. 引导期望
8. 分析障碍
9. 共建措施

四：如何建立优势？

1. 什么是真正的优势
2. 优势的四种来源
3. 从哪些方面体现公司的优势
4. 体现产品的优势的三步法
5. 链接优势
6. 确定满足

五：如何获得客户行动承诺？

1. 承诺铺垫
2. 获得承诺
3. 分析顾虑

4. 处理顾虑

5. 异议处理

六：怎么进行拜访评估？

1. 访前检查

2. 拜访控制表的填写

3. 访后评估三要素