

顾问式销售训练与客户关系管理

(可以定制)

【课程背景】

随着中产阶级的强势崛起，消费升级快速迭代，人们越来越追求个性化消费，“物美价廉”不再被人们提及，在这波消费浪潮中，怎样才能不被淹没？

我们是不是还在以自身角度向客户介绍产品？你有没有发现，无论我们讲得多认真，客户却越来越不领情，甚至有些反感？归根到底是在这个供大于求的时代，客户选择越来越多，而我们的销售模式却还停留在原地。那么怎样走进客户心理，获得客户认同呢？

顾问式销售是一种站在客户角度，以客户为中心的销售模式，具有丰富的内涵以及清晰的实践性。顾问式销售不是着眼于一次合同的订立，而是长期关系的建立，不仅要求销售人员熟练运用分析能力、创造能力、说服能力匹配客户需求，还要求销售人员坚持感情投入，适当让利于顾客并预见客户的未来需求，提出积极建议的销售方法。

本课程结合老师 18 年营销经历和多家企业营销顾问经验，基于消费心理学原理，直击人性底层逻辑，深入洞察客户心理，提前做好异议防范，让你快速掌握销售成交技巧。

课程设计真实还原销售场景，通过大量的案例、话术和实战演练，直面销售流程中的每一个环节和关键节点，输出一套工具和方法，即学即用。

适用对象：销售总监、销售经理/市场经理、主管/店长、销售精英/店员

授课方式：采用互动式教学、案例分析、小组讨论、PK 训练、游戏互动；

授课时间：1 天/6 小时

【课程收获】

- 洞察消费心理，直击人性弱点；
- 挖掘客户需求，掌握销售技巧；
- 建立销售体系，完善销售流程；
- 解决销售难题，提升营销业绩。

[课程大纲]

第一讲：商务沟通-洞察客户心理想法

1、给的艺术

- 1) 给名-塑造感觉
- 2) 给利-享受实惠
- 3) 给法-解决问题

2、问的技巧

- 1) 封闭式提问
- 2) 开放式提问
- 3) 选择式提问

■ 沟通训练：如何通过问话转变客户的观念？

- 4) 问话的 6 种问法
 - 问开始-建立关系，破冰
 - 问兴趣-同频共振，话题
 - 问需求-深度挖掘，方案
 - 问痛苦-扩大问题，解药
 - 问快乐-畅想未来，蓝图

- 问成交-达成合作，倍爽

3、聆听艺术

- 1) 用心听
- 2) 记笔记
- 3) 重新确认
- 4) 建立信赖

4、学会使用最美的语言-赞美

- 1) 察颜观色 (1.0-5.0 眼神观察法)
- 2) 明赞技巧 (PMP)
- 3) 暗赞技巧 (MPMP)

5、投其所好-不同性格客户的沟通之道

- 1) 完美型-性格特征及沟通禁忌
- 2) 助人型-性格特征及沟通禁忌
- 3) 成就型-性格特征及沟通禁忌
- 4) 艺术型-性格特征及沟通禁忌
- 5) 理智型-性格特征及沟通禁忌
- 6) 安全型-性格特征及沟通禁忌
- 7) 活跃型-性格特征及沟通禁忌
- 8) 领袖型-性格特征及沟通禁忌
- 9) 和平型-性格特征及沟通禁忌

■ 实战训练：与客户不同层次的商务沟通

- 1) 与决策者沟通

- 2) 与使用者沟通
- 3) 与技术专家/设计师沟通
- 4) 与价格把关者沟通
- 5) 与内部教练/眼线沟通

第二讲：产品讲解-瞬间吸引客户注意力

1、产品卖点（亮点）提炼

- 1) 卖点的三大特征
- 2) 关于卖点的四大思考
- 3) 卖点提炼方法
- 4) 在同质化产品中如何提炼差异化卖点

■ 练习：产品现场提炼卖点/亮点

2、闪亮登场-让观众过目不忘

- 1) 服装搭配的注意事项
- 2) 确认眼神，找到对的那个人
- 3) 现场互动技巧
- 4) 戏剧化展示，引发好奇心
- 5) 有奖问答

3、精彩演绎-让内容生动起来

- 1) 讲故事

- 2) 讲情怀
- 3) 讲历史
- 4) 讲数据
- 5) 讲痛点
- 6) 讲案例
- 7) 讲传说
- 8) 讲梦想

■ 自身案例：一场成功的新闻发布会

■ 登台：上台现场展示（台上学员演讲，台下学员扮演客户，现场点评）

第三讲：商机挖掘-精准把握客户需求

1、客户市场格局分析

- 1) 全球知名型
- 2) 集团多元型
- 3) 行业纵深型
- 4) 区域代表型
- 5) 飞速成长型

2、客户采购习惯/过程分析

- 1) 采购流程（初次进入程序）

2) 采购决策小组分析

3) 影响客户购买因素

3、客户公司信息收集与分析

1) 客户公司的三到五年规划

2) 客户公司年度经营目标

3) 客户公司创新管理能力

4) 客户公司经营发展情况

5) 客户公司的账务状况

6) 客户公司的组织架构变化

4、客户关键个人信息收集与分析

1) 基本信息：教育背景、家庭情况、工作履历

2) 个人性格：外向、内向、理性、感性

3) 当前困扰点

4) 业务合作情况

5) 与你的关系程度

6) 其他嗜好

■ 练习：通过客户画像筛选我们的目标客户

5、需求挖掘—SPIN 模型训练

■ 请列举经常问客户的 5 个问题？

1) 背景问题 (S)

2) 难点问题 (P)

3) 暗示问题 (I)

4) 需求-效益问题 (N)

■ **演练：异议防范-结合公司产品，根据 SPIN 模型设计销售话术**

第四讲：客情关系-客户关系管理与维护

1、客户关系级别

- 1) 供应商之一
- 2) 首选供应商
- 3) 业务顾问
- 4) 战略合作伙伴

2、客户关系管理地图

- 1) 认识客户
- 2) 客户调研
- 3) 数据库建立
- 4) 懂客户（预知需求，快人一步）
- 5) 为客户创造价值

■ **案例：某知名设计师与他的顶尖级客户关系管理**

3、客户管理专家四大特征

- 1) 发自内心
- 2) 全面详细
- 3) 永不满足
- 4) 关注动态

4、客户满意度与忠诚度培养

- 1) 满意度 VS 忠诚度

2) 客户流失预警与重拾管理 (生命周期管理)

3) 客户异议处理

4) 价值营销是长期合作的关键

5、投诉处理与危机管理

1) 投诉应对机制

2) 投诉的书面/邮件回复报告注意事项

■ **案例：**一次不谨慎的客诉书面回复，让公司损失 300 多万。

3) 投诉向危机演变：将危机控制在发酵阶段

■ **案例：**某公司因产品质量纠纷未妥善处理，客户利用互联网进行攻击，竞争对手也闻风而动，广而告之……

4) 关注事态发展，建立危机公关组织

5) 危机谈判

6) 危机处理策略与善后管理

6、让客户感动的四种服务

1) 贴紧需求、快人一步

2) 塑造感觉、产生幻觉

3) 超越自我、创造价值

4) 废其功夫，深度依赖