

《从拒绝到接受：医药电话销售的精准需求沟通与转化策略》

医药行业金牌电话销售技巧

主讲：李瑜 Kimi 老师

【课程背景】

在医药行业，电话销售不仅是产品推广的重要渠道，更是建立专业客户关系、传递医学价值的关键环节。然而，许多销售人员在电话沟通中常面临以下挑战：

- 如何快速建立信任，避免开场即被客户拒绝？
- 如何精准探询与判断客户深层需求，而非盲目介绍产品？
- 如何将产品价值与客户的具体需求和痛点精准匹配，实现有效沟通？
- 如何将客户的常见拒绝转化为进一步沟通的机会？
- 如何通过一次通话为后续互动打下基础，实现长期关系管理？

本课程基于医药行业特性，结合沟通心理学与销售方法论，聚焦于如何通过精准的需求沟通降低拒绝率、提升通话价值。课程将系统梳理从开场到跟进的技巧，帮助销售人员变被动为主动，将电话沟通转化为高效的学术推广工具。

【课程收益】

- 掌握降低电话拒绝率的开场白设计与信任建立技巧。
- 学会精准探询客户需求的提问与倾听策略，准确把握客户痛点。
- 运用“价值匹配”原则，将产品优势转化为客户可感知的解决方案。
- 掌握将常见拒绝话术转化为深入沟通契机的应对方法。
- 构建高效的电话沟通流程，从“被拒绝”走向“被接受”。

【课程对象】

医药代表、电话销售专员、销售助理、销售团队管理者

【课程时间】

1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、电话前的精准准备：如何锁定目标，让通话有的放矢？

1. 拒绝根源分析：为什么客户会拒绝我们？
 - 盲目拨打，缺乏对客户基本信息与潜在需求的了解
 - 自我中心，缺乏互动与探询，无法引起客户兴趣
2. 客户画像与需求预判
 - 从科室、职称、处方习惯预判潜在需求
 - 建立“微画像”，为精准开场和提问做准备
3. 电话销售目标设置及其他准备
 - 电话销售目标的科学设置
 - 流程准备、内容准备、物料准备、环境准备

分享：被拒绝场景及应对方案

二、黄金开场白：如何快速建立专业形象，避免秒挂？

1. 降低戒备心的开场白

- 亮身份：公司+姓名+清晰来意
- 给理由：提供议程和价值（资讯、解决方案、病例分享）而非单纯推销
- 求许可：“是否可以占用您宝贵的两分钟时间？”

2. 激发兴趣的价值陈述

- 以客户为中心，提及其专业领域或可能面临的挑战
- 抛出痛点问题，对于临床治疗领域或商业领域的实际痛点

演练：设计一个能有效避免拒绝的开场白

三、引导交谈：如何通过提问精准挖掘客户痛点？

1. 挖掘客户需求的探寻技巧

- 开放式问题与封闭式问题
- 探寻漏斗设计

2. 和客户保持同在的聆听技巧

- 聆听等级及其特点
- 共情式聆听的方式

活动：沙漠奇案

演练：电话销售中的探寻技巧及聆听技巧

四、价值呈现：如何通过产品和服务介绍满足客户需求？

- FABE 法则应用：将产品特性转化为客户能感知的临床获益或商业获益
- 证据支持：适时引用临床数据、指南、专家共识或商业计划

演练：公司产品和服务产生的不同价值

五、顾虑转化：如何处理客户顾虑，化顾虑为机会？

1. 如何正确看待客户顾虑

- 是挑战更是机会
- 常见客户顾虑分类(怀疑、误解、缺陷)

2. LSCPA 顾虑处理模型在电话中的应用

- 处理情绪：共情倾听、分享认同
- 解除顾虑：澄清锁定、提出方案、请求行动

演练：客户顾虑分类处理

六、成交技巧：如何巩固沟通成果，实现精准转化？

1. 有效结束通话与获取承诺

- 总结共识，强化价值
- 明确下一步（发送资料、预约拜访、试用等）
- 确认客户接受

2. 客户分级与个性化跟进策略

- 根据需求明确度和意向度进行精准分类
- 设计量身定制的跟进计划（微信、邮件、下次电话内容）

演练：电话成交技巧

七、综合实战演练与点评

1. 模拟真实场景通话

➤ 场景演练：三种真实场景演练

➤ 学员互评与讲师点评

2.常见问题汇总与答疑

【备注】课程内容可根据企业产品类型（处方药/OTC/医疗器械等）和学员水平进行定制化调整。