**以客户为中心的顾问式销售训练**

**（销售动作分解/专业销售工具课）**

**[课程背景]**

营销3.0时代，你的销售方法是否与时俱进？是在卖单一的产品，还是整体解决方案？我们销售成功的同时，有没有让客户也获得成功？

如果没有掌握系统的方法论，不懂得运用销售工具、话术，你也许会发现，无论我们讲得多认真，客户却不大领情，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？

顾问式销售是以专家身份，站在客户角度，以客户为中心的销售模式。他不是着眼于一次合同的订立，而是致力于长期关系的建立，不仅要求销售人员熟练运用[分析能力](https://baike.baidu.com/item/%E5%88%86%E6%9E%90%E8%83%BD%E5%8A%9B" \t "_blank)、创造能力、挖掘能力去匹配客户需求能力，还要求销售人员坚持感情投入，适当让利于客户并预见客户的未来需求，用利他思维去成全客户。

本课程结合老师20年营销经历和多家企业营销顾问经验，基于营销心理学原理，直击人性底层逻辑，深入洞察客户心理，提前做好异议防范，有步骤的推动项目前进，让你快速掌握销售成交的方法。

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、一线销售精英

**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：**1-2天

**[版权课程]**

**[课程收获]**

* 洞察客户心理，建立信任关系；
* 挖掘客户需求，共建采购标准；
* 介绍产品优势，匹配解决方案；
* 讲述成功案例，快速达成成交。

**[课程大纲]**

**第一讲：顾问式销售第一步-建立信任关系**

**【现状分析】：客户见多识广，火眼金睛，怎样让客户觉得你是个“好人”，放下防备心理，在购买过程中坚定不移的支持你？**

**【本章收获】从“四个维度”建立牢固的信任关系**

**1、职业信任**

1. 职业形象
2. 肢体动作
3. 言行举止

* **工具：**客户对第一印象的4个认知

**2、专业信任**

1）行业知识

2）客户知识

3）公司知识

4）专业知识

5）业余知识

* **讨论：**当你申请的免费样品给大客户测试/试用，连续两次客户都不满意，你会怎么做？

**3、关系信任**

1）个人方面

2）职业发展

3）岗位平衡

4）家庭关系

5）兴趣爱好

6）社会成就

**4、利益信任**

1）客户的组织价值

2）客户的个人价值

3）延伸价值

* **计算：**以公司产品为例，计算带给客户的利益。

**第二讲：顾问式销售第二步-高效客户拜访**

**【现状分析】：是否有这样的困惑：**

**1）大老远去见客户，以为客户会感动，没想到话没说几句，客户就不耐烦了？**

**2）拜访很多客户，都是回去等消息，或者单量总起不来？**

**3）当客户有需要时，脑海中浮现的第一选项却不是你？**

**【本章收获】从“五个步骤”高效推动订单**

**1、拜访准备（拜访前）**

1）形象准备

2）信息准备

3）资料准备

4）异议准备

5）配合准备

* **思考：1、**客户为什么不愿意见你？2、客户让你先报价怎么办？
* **案例：**以客户为中心：杜斌的销售方法

**2、开场白（入场时）**

1）有效的开场白

2）提出议程

3）阐述议程对客户的价值

4）寻问是否可以开始？

* **思考：**1、你去拜访客户，话还没说完，客户就要离开，怎么办？

2、你在讲述方案时，客户的注意力不集中，怎么办？

**3、进程控制（进行时）**

1）寒暄、破冰

2）提问，挖掘需求

3）介绍产品

4）化解异议/顾虑

5）解决方案/成功案例展示

6）签约或项目推进

**4、承诺目标（结束时）**

1）承诺目标不是语言，而是行动

2）让客户付出……

3）准备大中小三个目标

**5、拜访总结（回家后****）**

1）到家回访

2）检查期望

3）检查顾虑

4）检查承诺

5）检查植入

6）总结回访

* **案例：**阿里中供铁军的“夜总会”

**第三讲：顾问式销售第三步-精准挖掘需求**

**【现状分析】客户需求模糊，我们怎样引导需求？客户有隐性需求，我们怎样查找隐藏的问题？如何扩大问题，放大痛苦，让客户意识到问题的严重性？**

**【本章收获】输出工具-SPIN需求挖掘工具**

**1、客户永恒不变6大的问题**

1. 你是谁？
2. 你要跟我谈什么？
3. 你的产品对我有什么好处？
4. 如何证明你讲的是事实？
5. 为什么我要跟你买？
6. 为什么我要现在买？

**2、客户识别-三种不同阶段的客户**

1. 空白型客户
2. 模糊型客户
3. 清晰型客户

* **练习：**请对空白、隐性、显性需求进行判断

**3、需求挖掘—SPIN模型训练**

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：顾问式销售第四步-介绍产品优势**

**【现状分析】：根据客户的需求与标准，如何介绍产品优势？如何让客户在脑海里与我们的优势自动连线？如何将我们的产品优势植入客户脑海，自动排斥竞争对手？**

**【本章收获】工具输出-介绍产品优势的FABE法则**

**1、如何向客户介绍产品？**

1）配合客户的需求价值观

2）让客户参与

3）不贬低竞争对手

4）用我们产品的三点优势与竞争对手的弱点相比

5）独点卖点

**2、销售成交FABE法则**

1）产品特点（F）

2）产品优势（A）

3）带来利益（B）

4）提供证据（E）

* **练习：**销售成交-结合公司产品，根据FABE模型设计销售话术

**第五讲：顾问式销售第五步-产品报价策略**

**【现状分析】不专业的销售人员，客户让报价，以为客户有意向了，殊不知，报价之后大多石沉入海。怎样把握报价时机与报价技巧呢？**

**【本章收获】客户预期与报价策略**

**1、客户对价格的4个认知期**

1）价格预期

2）匹配期

3）对比期

4）购买期

**2、报价的四条界限**

1）底价

2) 欲望中止价

3) 目标价

4) 报价

**3、报价方法**

1）最好见面之后报价

2）见到决策者再报

3）了解需求再报

4）找准时机再报

5）产品价值塑造之后再报

6）报一个客户同行的价格，上浮3-5%，进行试探。

7）客户只认价格，就报一款有竞争力的产品

8）报价要留有余地

**4、价格异议的解除策略**

1）认同法

2）优势凸显

3）服务增值法

4）提供证据法

5）以退为进法

6）迂回补偿法

7）成本分析法

8）借助外力法

**第六讲：顾问式销售第六步-呈现解决方案**

**【现状分析】：客户让你提供解决方案，却没有统一的格式和书写要点；客户问你跟哪些知名企业合作过，却没有讲述逻辑，也营造不出氛围，无法让客户共鸣。**

**【本章收获】工具输出-解决方案与成功案例讲述模板**

**1、如何识别成交信号？**

1）之前不同意的条件让步了

2）同意项目向前推进

3）同意引荐上司或关联部门参与

4）同意召开产品/方案说明会

**2、讲述成功案例**

1）客户当时的情形

2）如果不解决会怎样？

3）我们提供的解决方案

4）如今的变化

5）项目的关联

* **输出：**成功方案讲述模板

**3、呈现解决方案**

1. 解决客户的具体问题

2）我们提供的哪些方案？

3）客户对我们的承诺

4）衡量的关键指标

* **输出：**解决方案书写模板