



策略性销售[®]

企业痛点

销售人员在销售过程中经常面临的误区：

- 注重每一次拜访，但对于一系列的拜访没有明晰的计划；
- 容易将关注点放在产品本身，忽略客户本身头脑中的优选原则；
- 利用数据说服客户，但是很少探讨客户当前面临的困难，使得说服遇到阻力；
- 当客户有质疑的时候，比较难以回应。

为什么会有这么多的误区？

- 销售人员多半受过很多制式的销售技巧的训练，这些销售技巧一般都是用来应对某一次单独的拜访，但是每一次单独的拜访目标是如何形成的，这些都是销售人员凭借本能设定的，并不了解背后的原因。
- 销售人员的关注点多在自己身上和产品身上，就算提问，也是为了让客户回答出他需要的答案，是因为销售人员不了解在整个销售过程中另外一个主体——客户头脑里的决策流程。
- 对于客户的质疑，销售人员受过很多训练，但是在瞬时做出反应并正确地应对，这方面的能力还不够。
- 对于客户头脑中已经有优选标准的客户，处理这种情况的技巧比较难，也训练得比较少。

解决思路

有的销售人员售卖的产品比较复杂，不是通过一两次拜访就可以实现赢单的。那么为了达成销售结果，就需要整体规划每一次销售的策略和目标，将销售过程向前推进。

同时，在每一次与客户见面的过程中，为了提高拜访的质量，达成预先设计的销售结果，提升说服客户的能力也是很重要的。

《策略性销售》课程帮助企业销售人员提升上述两方面的能力：

- 1) 在销售进程中，不断地将销售过程向前推进，并为此制定策略的能力。
- 2) 在拜访过程中，探寻、说服、展示以及处理异议的能力，从而大大增强企业销售的效果和效率。

课程大纲

模块一 导入

通过分析战略地图，构建整体认知推进计划

- 销售的关键工作：通过推进客户的关键认知，实现销量的增长
- 客户的关键认知：就是在客户选择产品时的选择标准
- 寻找关键认知的步骤

模块二 客户的购买流程

- 客户的购买流程是什么
- 客户的购买流程有哪些步骤：意识需求，建立标准，评估方案，化解风险
- 客户在购买流程的每一步，他关注点是什么

模块三 销售流程匹配购买流程

- 客户购买流程的推动两大因素
- 销售流程如何与购买流程匹配
- 销售流程四步骤：挖掘需求，影响标准，呈现解决方案，建立信心

模块四 用 PSS 推进客户的购买进程

- 什么是 PSS：是一套完整的拜访步骤
 - ✓ 建立关系
 - ✓ 识别需求
 - ✓ 满足需求
 - ✓ 获得承诺

模块五 挖掘需求的拜访策略

- 此阶段的拜访目标是什么
 - ✓ 拜访目标：让客户意识到痛点是需要解决的
 - ✓ 沟通内容：未被重视的风险
 - ✓ 最后需要拿到的承诺：客户认同这些风险需要被重视和应对
- 识别需求：利用SALE的对话来挖掘客户的需求(情境性问题,分析性问题,引导性问题,评估性问题)
- 如何从产品的利益出发,设计出SALE的问题

- 利用试探性成交推动客户重视痛点

- **练习**

- ✓ 设计 S A L E 的提问
- ✓ 角色演练 S A L E

模块六 建立标准的拜访策略

- 此阶段的拜访目标是什么
 - ✓ 拜访目标：将和产品非常相关的选择标准植入客户头脑
 - ✓ 沟通内容：客户的选择标准
 - ✓ 最后需要拿到的承诺：客户在头脑中加入了或者修改了选择标准
- 识别需求：利用询问了解客户目前的选择标准(情境性问题、分析性问题、引导性问题、评估性问题)
- 满足需求：利用多层次提问,影响客户标准的建立
- 获得承诺：和客户确认,是否接受新的认知
- **练习**
 - ✓ 设计建立标准的对话
 - ✓ 角色演练

模块七 呈现解决方案的拜访策略

- 此阶段的拜访目标是什么
 - ✓ 拜访目标：让客户接受我们产品的优势是可以帮助客户的
 - ✓ 沟通内容：精准地呈现产品FAB
 - ✓ 最后需要拿到的承诺：客户在头脑中加入了或者修改了选择标准

课程收益

课程结束时，销售人员能够

- 认识到影响客户抉择的关键要素是客户的关键认知，这些认知能够将各种产品区隔出来，使得有些产品成为优选。
- 了解到销售的目标本质是要改变客户的行为，根本的做法是让客户的认知发生变化，因为认知决定行为。
- 了解到客户在购买过程中的思维过程，并了解到针对不同的购买流程应采取不同的应对行动。

- 识别需求：询问重复客户的标准
- 满足需求：介绍产品的FAB
- 获得承诺：总结客户已经接受的产品利益，要求客户行动：产品使用成交，退一步成交，我的随访跟踪

模块八 建立信心的拜访策略

- 此阶段的拜访目标是什么
 - ✓ 拜访目标：打消客户在下决定之前的所有疑虑
 - ✓ 沟通内容：理解客户的疑虑，并且有针对性地进行处理
 - ✓ 最后需要拿到的承诺：客户愿意使用产品
- 识别需求：表示理解顾虑
- 满足需求：识别异议的类型，处理异议四步法
- 获得承诺：获得客户愿意使用产品的承诺
- **练习**
 - ✓ 设计处理反对意见的话术
 - ✓ 角色演练

- ☑ 判断出客户处在购买流程的阶段，并在每一个购买阶段，应用不同的开场、询问、满足、成交的销售技巧，不断把销售过程向前推进。
- ☑ 熟练掌握提问技术，与客户探讨应用场景，引导客户发现需要解决的痛点。
- ☑ 非常清晰地设定在整个销售过程中每一次的拜访目标。
- ☑ 应用处理异议的话术，合适地解决客户的疑虑，推进销售进程。

课程特色

这是一个能够让销售看清楚销售拜访背后策略的课程

以往，企业也会为销售人员提供拜访技巧培训，但是都是针对单次拜访的技能，而对于如何推进销售整体的过程训练比较少。这个课程将推进销售的整体策略，和拜访技术融合起来，帮助销售人员建立起清晰的全局观。同时，也将销售技巧中的一些难点和重点进行了深化。

- ☑ 通过战略地图，构建整体认知推进计划
- ☑ 客户的购买流程
- ☑ 销售的销售流程和客户的购买流程匹配
- ☑ 用标准的拜访流程 PSS 推进客户的购买进程
- ☑ 在销售进程中，执行高质量的拜访

课程时间

课时：2 天（14 小时）

课程对象

销售经理、销售主管、销售代表

培训形式

内部培训（20-25 人）、工作坊、定制项目