成交的秘密——高业绩顾问式销售技巧

The Secret to Closing a Deal - High Performance Advisory Sales Techniques

|  |  |
| --- | --- |
| **讲师/Lecturer：**王老师 | **费用/Price：**¥4980元/人 |

**课程排期/Scheduling**

**上海：2024年06月20日-21日**

**广州：2024年08月08日-09日**

**北京：2024年09月05日-06日**

**上海：2024年10月24日-25日**

**北京：2024年11月14日-15日**

**深圳：2024年12月26日-27日**

**课程概述/Overview**

**课程导言 Preamble**

市场竞争更加激烈，产品和方案更加同质化

客户业务更加挑战，客户的选择越来越挑剔

原有销售思维方式，难以获得更好业务回报

思维一变市场一片，新的销售思维带来新的销售方式和结果

销售高手的秘密是：帮助客户用全新的思维来重新理解需求

销售方式的差异化，是将普通销售变成销售高手的真正途径

**课程目标 Objectives**

1.销售方式对比 - 总结不同销售方式所对应的成交比例

2.销售冠军思维 - 销售冠军的销售方式背后的底层逻辑

3.客户购买心理 - 理解客户关系背后的信任和担心害怕

4.全局掌控流程 - 洞察客户流程并通过流程推动来成交

5.客户内线开发 - 通过客户内线的关键支持来赢得订单

6.创造新的需求 - 深挖客户需求来启发客户重视新需求

7.价值回报共鸣 - 通过购买投资回报共鸣赢得客户承诺

**学员对象 Target Audience**

学员：销售人员和销售经理、业务发展经理、售前工程师、市场销售人员等。

**课程受益 Benefits**

通过本课程你将能够：

1.思维转变 - 普通销售人员的思维方式转变到销售精英的思维方式

2.底层逻辑 - 学习销售精英如何深刻洞察客户购买背后的底层逻辑

3.流程管控 - 学习销售精英如何全局掌控购销流程并加速推动成交

4.开发内线 - 学习销售精英运用内线的关键支持获得关键性的突破

5.启发客户 - 学习销售精英如何启发教导客户来赢得独特竞争优势

6.创造需求 - 学习销售精英如何深挖客户需求并创造新的客户需求

7.客户共鸣 - 学习销售精英通过客户定制化的沟通来赢得客户共鸣

8.快速成交 - 学习销售精英利用客户价值回报来赢得客户快速承诺

**讲授方式 Delivery**

案例分析 理论讲授 小组讨论 角色扮演 学员演讲 头脑风暴

**课程大纲/Outline**

**第一部分：销售冠军：优秀销售的成交秘密是什么**

1．冠军销售 Vs. 普通销售：理解冠军销售和普通销售的行为特征有哪些差异

o当前市场挑战史无前例 （客户购买行为更加挑剔）

o销售风格导致业绩不同 （不同行为风格的成交比例）

o销售冠军的行为不同点 （销售冠军如何思考和行动）

o销售冠军如何启发客户 （启发教导客户获得新思维）

o销售冠军赢得客户共鸣 （不同维度的客户共鸣策略）

o销售冠军如何控制主导 （带领客户自己走出舒适区）

o赢得订单必备全局视野 （如何复制赢单的思维和行为）

销售案例讨论：销售人员A如何将看不见的产品和服务卖给客户

结合工作讨论：结合自己的销售经验，重新思考自己的销售思维和行为

2. 客户的购买心理 + 销售的行为策略：理解掌握如何影响客户的思维和心理状态

o客户购买考虑哪些因素 （客户购买的深层次原因）

o客户需求及担心和害怕 （洞察客户购买微妙心理）

o销售和客户之间的关系 （销售冠军和客户的关系）

o销售人员角色心态认知 （销售人员应该扮演的角色）

o客户为中心的错误行为 （关注客户的三种正确方式）

o正确和错误的销售方式 （从客户的角度来选择方式）

o冠军销售如何赢得信任 （分解信任内核的主要成分）

o如何通过聆听赢得信任 （高级聆听能赢得专业认可）

结合工作讨论：结合自己的购买体验，讨论客户购买的心理感受和决策原因

**第二部分：销售冠军如何通过全局的流程掌控和赢单思维赢得客户共鸣并获得成交机会**

1．全局性审视客户购买流程和销售的推进流程：理解销售冠军如何通过推动客户购买流程来成交

o客户购买流程的关键环节 （剖析客户的重要购买环节）

o如何推进客户的购买流程 （不同购买环节的引导策略）

o运用流程来启发教导客户 （整个流程中持续教导客户）

o赢得客户共鸣的流程策略 （早期共鸣铺垫后期共鸣高潮）

学员分组讨论：引导学员讨论并总结户的购买流程，以及如何推动客户购买流程来成交

2．运用客户内线来获得启发客户和共鸣客户的活动：理解销售冠军如何通过内线来获得关键支持

o哪些人可以成为销售内线 （不同工作岗位的首要关注）

o如何开发不同岗位的内线 （开发内线要采取不同策略）

o高质信息获取的提问模型 （获得最佳信息的提问方式）

o高质量的提问技巧和要领 （利用关词语词的深挖技巧）

o激发内线积极参与的互动 （如何让内线积极提供支持）

现场工具演示：通过巧妙的提问，能够快速高效地获得并锁定高质量的客户关键信息

案例角色演练：运用漏斗式提问，快速高效探寻并获取高质量的客户兴趣及需求信息

3．深挖需求来创造需求并启发教导客户，并引发客户对目标价值的购买冲动

o需求的定义和需求的符号 （用最简单的方式来表达需求）

o设计深挖需求的客户对话 （深挖客户需求的谈话结构）

o设计创造需求的客户对话 （创造客户需求的谈话结构）

o引发客户的价值购买冲动 （制造购买急迫性和成就感）

确认客户的当前现状 （确认共鸣客户痛苦的背景）

询问客户的表面需求 （总结客户痛苦的原因种类）

深挖客户的深层需求 （引发客户购买的深度思考）

创造客户的新型需求 （启发客户的创新思维视角）

计算客户的总体损失 （再次坚定客户购买的决心）

计算客户的投资回报 （制造客户共鸣的购买冲动）

对比案例分析：普通销售不能成交的原因分析，销售冠军总是成交的原因究竟在哪

视频分析讨论：销售人员如何深挖客户的需求，哪些地方值得借鉴和哪些需求改进

学员分组练习：通过深挖需求来创造新的需求，获得客户需求背后的需求以及目标

案例角色演练：使用计算损失和计算回报技巧，引发购买决心，制造客户购买冲动

4．评估客户需求，演示呈现方案的最佳价值，确认客户认可，并获得承诺

o客户购买常见的反对意见 （影响成交的主要要素有哪些）

o处理反对意见的流程技巧 （销售冠军巧妙转化反对意见）

o启发客户去讨论最佳方案 （让客户参与讨论选择最优方案）

o赢得客户共鸣的价值回报 （前后对比来让客户认可投资回报）

o获得客户承诺的方案演示 （NFAB的结构演示获得客户认可）

o成功成交的挑战以及障碍 （成交失败的原因和应对方法）

o推动成交的要领以及步骤 （如何推动并促进成交的完成）

o快速成交铁三角以及方法 （如何利用结构化的对话成交）

o利用客户承诺来推动成交 （如何利用承诺获得客户订单）

案例角色练习：如何处理客户抱怨，特别是价格和服务等方面的犹豫

学员分组讨论：如何快速锁定成交，找到快速成交的方法并消除阻碍

5．拜访后续行动，增强客户关系，开发新的商机，创造新的价值

o销售拜访后续计划的维度 （销售成交后的后续跟进方法）

o维增客户关系价值的思路 （销售和客户的关系维护方法）

o开发新的业务的方法总结 （开发新的业务和创造新需求）

学员分组讨论：如何为了增长业务，讨论分析维护增长业务的思路方法

学员互动答疑：学员疑难问题解答，现场解答并提供可操作的销售指导

**讲师介绍/Lecturer**

**王老师**

关键客户管理教练 - 工业品销售培训专家

原汉高（中国）亚太区首席大客户销售教练

18年的跨国上市公司(500强)销售与培训经验

多年大客户销售教练，培训过的销售人超5000人2017年被汉高（亚太）返聘培训25天

**授课风格**

以多年的实战销售经验为基础，结合国外版权销售管理的新思路为核心，注重培训理论与案例结合、实战化和工具化的结合。课程观点新颖、语言幽默、案例贴切、气氛活跃，深入浅出，特别容易引起学员互动和共鸣；透过互动启发式研讨交流，引导学员突破固有思维，并结合实际落地实施。

**工作履历**

2005任职于世界五百强汉高公司，先后担任大中华区首席销售培训师、中国区战略销售经理、中国区销售人才发展经理、亚太区销售教练及全球专业学院经理等职位。

2007年公司的产品价格上调，导致销售人员业绩和信心急剧下滑，王老师迅速组织销售精英共同开发出《谈判技巧》和《涨价策略》两门课程，为汉高全球销售人员开展轮训。经过轮训，不仅重振了销售人员的信心，更使业绩腾飞，为公司带来了近3亿元的利润。

王老师以专业和务实的态度开发并创新了公司业务模式，与国际和国内的多家行业领导者签订了战略合作联盟，极大地增强了公司的竞争优势；发起并主持多个行业的高峰论坛，极大地增强了公司行业影响力，并带来了业绩上的突破近亿元

王老师参与建设汉高全球专业学院，负责销售课程的开发和优化、国外销售课程的引进和本地化，讲授的主要课程包括：《关键客户管理》系列、《解决方案式销售》、《聚焦客户的价值销售》、《动态销售谈判》、《大客户管理》系列、《价格诊断》、《涨价技巧》、《IMPAX》、《顾问式销售》等。

2014年任职于美资企业赛默飞世尔高级培训经理，为企业搭建了销售培训体系、销售测评、全球第一个的四级专业技术测评和晋级系统、员工技能成长路径、微课堂学习及落地辅导等体系。

**授课特色**

可中、英双语授课，客户满意度高。

聚焦于学员实际问题，分析问题总结经验，帮助学员突破销售瓶颈。

注重实战与案例教学，对学员案例进行现场分解和重构，课堂中穿插实时的角色扮演和实战点评。

擅长抓住学员个体特点进行顺势辅导，对问题本质进行针对性解决。

**部分内训客户**

王老师课程效果反馈极佳。无论学员来自大陆，香港，台湾，日本、韩国、印度、马来西亚还是其他国家和地区，大部分学有所得，成为行业销售精英。以下是王老师培训过的部分客户：

化工：德国汉高(2017年被返聘25天课程)、三博生化、佳化化学、西卡国际、华谊集团、泰利得化学、华海环保、常州强力电子新材料、胶王北京(2期)、美国运安、贺利氏

汽车：芜湖大陆汽车车身电子、上海现代摩比斯汽车零部件、无锡威孚高科技集团、宁波嘉隆工业、鑫联轮胎、郑州金利高科、上海屹丰集团、西安伊思灵华泰(2期)、波鸿集团等

电子：福日电子、讯方科技、江苏卡欧电子、英思科科技、福州两岸照明、业际光电股份、江苏东大、贵阳中航工业、新雷能、武汉永力等

包装：德国克朗斯、道格包装、宏全集团等

机械：新朋金属、赫比国际、爱美克、凯斯机械、上海鸣志电机股份、威孚高科技、常发制冷、太仓斯穆-碧根柏（钢材）、德国德图、韩国浦项不锈钢等

医疗：润东医药、普天阳医疗器械、飞利浦医疗器械、麦柯唯、广药集团、赛默飞世尔等

软件：徽合肥航天信息、鲁能软件等

物流：南京金陵交通运输、德邦物流、中国邮政江苏EMS、九曳供应链等

金融：交通银行上海分行（2期）、贵阳黔商市西投资担保、光大银行北京分行、工商银行安徽省分行

通信：中国联通广东分公司、广东电信、长飞光纤光缆、麦博韦尔等

其他：优米网、报喜鸟集团、常州贝尔地板、南京中核华纬、中盐集团、卓美亚喜玛拉雅酒店等