

培训时间/地点: 2024年11月18~19日(星期一~星期二) / 苏州

收费标准: ¥4500/人

- 含授课费、证书费、资料费、午餐费、茶点费、会务费、税费
- 不包含学员往返培训场地的交通费用、住宿费用、早餐及晚餐

课程背景:

B2B 大客户销售, 需要销售人员不但具备大客户营销策略还要具备专业的面对面销售技能, 要掌握顾问式销售方法, 今天在这里研究怎么做销售不是研究怎么卖东西, 而是更多的关注如何帮助客户买东西, 顾问式销售实战技巧就是总结出的针对大客户销售的有效销售方法, 从对顾问式销售认知, 到整个销售拜访过程中关键动作的训练都会给你一个专业的辅导, 目前在服务性产品、技术性产品、工业品销售领域被广泛采用。与传统消费品销售采用的技巧不同, 顾问式销售技巧的着眼点在客户内在问题的有效发掘, 以为客户解决问题为先导, 赢得竞争, 赢得客户对公司的信赖, 实现公司产品的顺利销售。这门课程既是一门销售技巧的课程又是一门高效沟通的课程, 更是一门心智潜能开发的课程。

参训对象:

销售人员、销售经理以及其它以 B2B 大客户互动为主的市场人员

授课形式:

知识讲解、案例分析讨论、角色演练、小组讨论、互动交流、游戏感悟、头脑风暴、强调学员参与。

课程大纲:

第一讲: 开启你的销售智慧——顾问式销售从头开始

攻略方向: 什么是销售, 销售到底卖什么吗? 销售工作本来就不是我的专业, 那么谁又教你如何做销售了?

我们的销售经验来自于师傅带徒弟还是“自杀”成才? 今天的客户越来越聪明, 比我懂得都多, 销售工作该咋做? 客户想的我怎么知道? 销售是卖药还是看病有啥区别? 我到底要做什么样的销售人?

- 一、什么是销售, 销售是什么?
- 二、销售模式决定销售行为?
- 三、互联网时代对销售的理解
- 四、顾问式销售与产品销售有啥不一样?
- 五、专业销售人员的三个互为一体的角色定位



六、顾问式销售实战技巧路线

第二讲、顾问式销售实战技巧——提高约见客户成功率

攻略方向：为什么要约见客户而不直接去见客户？今天的电话销售招人烦咋办？为什么我一给客户打电话就手心出汗紧张？为什么客户轻易就拒绝了我？为什么我总是无言以对？接打电话该注意什么才效率最高？

- 一、互联网时代和客户约见的渠道多样化
- 二、电话预约客户给你带来的四个好处
- 三、陌生电话预约给对方一个理由
- 四、电话约访关键六个步骤
- 五、专业销售人接打业务电话注意事项
- 六、让你电话的声音更有魅力
- 七、电话后对客户的态度要评估

现场演练：电话预约客户模拟情景演练

销售工具：突破客户拒绝的十大话术

第三讲、顾问式销售实战技巧——销售是建立信任过程

攻略方向：为什么和陌生客户打交道那么难？为什么拜访客户很紧张？人家拜访客户侃侃而谈我却无话可说，应该说点啥？为什么客户一听我是销售人员立刻就自我防卫？怎么让客户接受喜欢我？为什么讲了那么多客户根本不听？为什么每次拜访结束后总是心里没底的感觉？如何才能做到高效拜访？为什么每次拜访总是被客户牵着鼻子走？

- 一、销售拜访前四个周密准备
 - 1、心理准备
 - 2、形象准备
 - 3、资讯准备
 - 4、装备装备



二、建立信任从第一次开始

- 1、万事开头难—留下愉快印象 30 秒五步开场
- 2、建立信任创建友好人际关系路线图
 - a) 寒暄打招呼——礼貌周到暖人心
 - b) 超级赞美不留痕迹——天下第一拍
 - c) 达成共识——先交朋友后做生意
 - d) 培养共同爱好——高山流水遇知音
 - e) 价值观趋同——建立忠诚的革命友谊
- 3、销售拜访中容易忽略的八个致命问题

三、判定什么是一次有效的销售拜访

四、拜访客户过程中六个必问

五、如何向高层销售

六、让客户带你去见高层

七、客户关系推进中的五把金钥匙

现场演练：开场白与拜访训练

销售工具：五个情景开场白话术

第四讲、顾问式销售实战技巧——销售是一门沟通艺术

攻略方向：销售人员能说会道就能做好销售吗？有时候反而说的多把事办坏了。为什么说会说的是菜鸟，会问的是能手，会听的是高手？我该对客户 PMP 还是赞美？为什么有时候很多人把提问变成审问和盘问？

沟通是个技术活啊！

一、销售要突破沟通中的四大障碍

二、销售沟通中的三大法宝

- 1、听出客户背后的潜台词
- 2、了解一个人需要善于问
- 3、听问之间要有自然过渡



三、销售中常用的四个沟通技巧

- 1、主导——树立权威引导注意
- 2、共识——求同存异观点趋同
- 3、垫子——承上启下过渡自然
- 4、制约——提前预判改变链接

四、学会赞美你的客户

五、沟通中学会异议的处理原则

现场练习：四大沟通技巧的练习

第五讲、顾问式销售实战技巧——客户痛点挖掘要工具

攻略方向：为什么说了那么多客户就是不买？客户怎么总是嘴上说和心里想的不一样？为什么总是不能在一开始就抓住客户的核心需求？怎么了解客户的需求，进而发现问题找到切入点？B2B 大客户的需求从几个方面探明？

一、不了解需求就销售带来四个最糟糕表现

- 1、销售不是向客户放“机关枪”——不专业
- 2、后续沟通难并增加时间成本——不划算
- 3、客户很容易拒绝你的销售——不理性
- 4、对公司品牌形象带来影响——不大气

二、客户的需求深度分析（需求冰山）

- 1、客户需求背后的需求（隐含需求与明确需求）
- 2、把握客户需求心理变化

三、价值等式（价值=回报-成本）

四、顾问式销售最核心的 SPIN 技术

- 1、背景问题——了解既有现况
- 2、难点问题——发现潜在问题
- 3、难点问题——揭示负面影响



4、价值问题——关注方案回报

五、不要把 SPIN 技术看作公式，他是和客户谈话的路径图

现场演练：根据企业实际销售做 SPIN 提问练习（现场导出学习成果）

销售工具：SPIN 技术提问模板

模拟演练：把马掌钉卖给拿破仑

第六讲、顾问式销售实战技巧——产品塑造和价值传播

攻略方向：为什么大客户销售不只是介绍产品？为什么我介绍了产品很多优点，但依然打动不了客户？为什么形容销售人员就像一本活的说明书？公司产品的卖点都是技术部门做的，公司也总培训产品知识，但销售人员在销售时还是说不清？

一、如何让你的产品更有吸引力——产品价值塑造路线图

二、客户在买之前都有这 5 个困惑

三、特点|优点|利益(FABE)对销售的影响

1、F 代表特征 (Features)

2、A 代表优点 (Advantages)

3、B 代表利益 (Benefits)

4、E 代表证据 (Evidence)

四、把产品的功能转化为买主的利益

五、如何联结产品与顾客的需求

六、介绍产品时的注意事项

现场演练：运用 FABE 法则做卖点提炼

销售工具：FABE 运用模式

第七讲、顾问式销售实战技巧——销售谈判策略巧夺单

攻略方向：为什么一说到谈判就感到要开打？什么时间才是进入谈判的最佳时机？谈判人员不对该怎么办？怎样的谈判才是成功的谈判？怎样在谈判桌前与对手你来我往？销售谈判最终就是让客户感觉占到“便宜”



- 一、什么是谈判
- 二、做有备无患的谈判四个工作
 - 1、掌握客户的购买心理
 - 2、掌控你的谈判地位
 - 3、选择合理的谈判策略
 - 4、运用有效谈判技巧
- 三、客户心理预期分析后判断谈判是否可能
- 四、能进入谈判环节的前提条件
- 五、判断你的竞争地位
- 六、制定价格目标和底线
- 七、制定价格欲望终止线
- 八、谈判中的策略运用
 - 1、谈判开局策略
 - 2、谈判中期策略
 - 3、谈判后期策略
- 九、掌握九种报价技巧
- 十、谈判中突破低价的应对
 - 附 1：销售话术练习
 - 附 2：销售话术练习

案例分享：这个价格能接受吗？背后几个意思？
- 十一、销售人的自我发展定位



讲师介绍：张老师

【实战经验】

18年世界500强大型工程机械跨国企业工作经验；历任销售代表、区域经理、销售经理、销售总监等职，有丰富的销售经验、销售管理经验和销售辅导经验。

在销售职业生涯中，作为销售精英，完成销售项目上百个，主导几十个的大型项目的售前和销售工作、曾攻克多个被公司放弃的大客户，为公司创造巨大收益；

在销售管理中为了提升销售人员的销售技能，开发出一套销售人员成长方案，使得公司的销售人员快速成长，缩短人员成长周期，节省公司培养成本；

10年的培训经验，有效结合多种训练方式，注重实战演练，把案例与实战巧妙融合；

国家认证高级培训师，中国培训联盟特聘销售主讲讲师，中国工信部评选2010-2011年度百强讲师；

获得2014年由中国人力资源部，中国培训杂志社主办“我是好讲师”全国大赛的最高荣誉TOP30强。

【授课特色】

- 实战经验丰富，能给企业带来有效的解决方案；
- 实践案例深刻，能帮助学员在案例中掌握知识；
- 学习氛围轻松，让学员在快乐状态下提升技能；
- 敢用效果说话，让学员在培训结束后获得提升。

【培训风格】

培训风格睿智、幽默、寓教于理、深入浅出；对工业品企业的销售遇到的问题有非常深的领悟，能够一语中的，内容活泼，启发性强，让学员听得懂、记得住、学得会、最终改变营销行为，深受学员喜欢。

【授课经历】

工程机械：斗山工程机械、斗山机床、斗山装载机、雷沃工程机械（8期）、雷萨泵车、三一重工、徐工、山河智能（3期）、卡特彼勒、英轩重工、山推重工、英格索兰山猫、河北厦工机械、合肥湘元（三一）、陕西悦大（三一）、河南泰鑫机械、百瑞机械（约翰迪尔）、永弘机械（斗山）、河南千里马（斗山）、

叉车行业：斗山叉车、龙工叉车、西林叉车、山推叉车、科朗叉车、杭州叉车、宝骊叉车、合力叉车、诺力叉车等

电力电气自动化：力源电力、上海稳压器厂、平高电气、华通电气、安科瑞电气、上海华东电器、天舒电



器、贝思特电气、登禄电力、夏凯晨电器、荷贝克电源、大昌精密陶瓷、节卡机器人（3期）、嘉励自动化、北京康吉森自动化、中控自动化、杭州优稳自动化、上海辰竹、奥图自动化、恒富自动化、吴忠仪表、普洛门特、戴尔（15期）等

装备制造：中航集团、中车集团、SKF、华隆机械、强信机械、史比诺物流设备、艾迪精密、普堃液压、青岛福田博宁自动门、华建钢板仓、一然锅炉、海普制盖、蓬泰集团、易特斯、腾达不锈钢、特尔玛枪嘴、东风设备、振豪密封、宝钢轧辊科技、珠海青佰科技、威可楷、威驰机械、华颜科技、伊之密、艾玛拉皮带、固尔琦包装、麦基嘉、新韩金刚石、河南一工刀具、平菲液压、南京国际船舶、上海新时达、格力空调、美的空调等

商用车：福田戴姆勒（50期）、福田时代汽车（共20期）、一汽解放重卡、一汽解放轻卡、陕汽重卡、欧辉客车、扬州亚星客车、金龙汽车、舒驰汽车、桂林大宇客车、安徽青之骏等。

汽车配套：潍柴动力、恒天动力、雷沃发动机、玲珑轮胎、三角轮胎、阿特拉斯轮胎、中策轮胎、豫新汽车空调、现代摩比斯零部件、金麒麟汽车零部件、胜地汽车、维兹曼汽车波纹管、聊城鑫亚集团等

建材行业：德邦科技、冠洲彩钢、冀东水泥、山水水泥、四川星船水泥、万华建材、顺达聚氨酯、河南汇金集团、建鑫金属、锦鹏科技、美特幕墙、意博高科技、惠普特、派洛普、汉昌实业、瑞德尔建筑、爱谱华顿、山东铝业、青岛河钢材料、翔择创丽、常州维意美邦、常州华恬聚氨酯、凯伦防水、河南华瑞防水等

化工行业：华峰化工（10期）、万华化工、东明石化、泰盛精细化工、汇丰石化、京博石化、华科化工、卫星石化、恒星化工、华鲁恒升化工、奔腾油漆、东莞南炬化工、裕兴化工、上海邦中高分子、鲁北化工等

半导体行业：舜宇光学、大联大商贸、奥宝电子、申和热磁、上海新欣晶圆半导体、杭州中欣晶圆半导体、恩智测控、厦门铂联科技

医药行业：荣昌制药、艾曼凯生物、生工生物等

环保设备：山大华特、烟台冰轮、东方电子、康菲尔环保设备、爱特爱润滑技术

港口物流：青岛港（40期）、日照岚山港、山东森达美港、厦门东渡港、大连港、山东高速

其他：玛努尔核电、胜利油田、513航空、习远咨询、京鲁渔业、乐天家居、益海粮油、民和牧业、华能电缆、宝世达集团、哈尔滨东联、骏迈贸易、磐启微电子、ata、鸿博斯特超净科技、优诺杰、艾兰得、



屹旬咨询、欧尔宝家纺、天宝寰宇电子、Aotto、WestRock、等众多知名企业近 1000 家。

【主讲课程】

- ◇ 《大客户开发营销策略地图》
- ◇ 《顾问式销售技巧实战地图》
- ◇ 《工业品经销商开发管理地图》
- ◇ 《高效能打造营销铁军地图》
- ◇ 《销售人员职业化成长地图》
- ◇ 《工业品销售有礼“走遍天下”》
- ◇ 《工业品售后服务关键时刻》
- ◇ 《销售人员公众表达与呈现技巧》

