

沈阳拓展训练 魔鬼训练 狼性营销实战训练营（技巧篇）

产品名称	沈阳拓展训练 魔鬼训练 狼性营销实战训练营（技巧篇）
公司名称	沈阳天骄文化传播有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	辽宁省沈阳市皇姑区长江街60号（1-12-13）
联系电话	15998830178

产品详情

讲：营销人员的狼性法则一、营销战场上为什么要强调狼性精神？1. 竞争态势进一步加剧2. 销售人员普遍缺乏狼性二、营销人员狼性法则的关键体现1. 随时创造机会2. 抓住细节，找准切入点3. 适时改变战术4. 销售，“跑”起来才有机会5. 扩大市场搜索范围6. 底线思维7. 讲究策略8. 抓住关键，重点突破第二讲：狼性营销策略：不盲动善谋划一、行业竞争分析1. 产业集中度2. 市场占有率3. 竞争对手分析分析工具：波特行业五力分析模型、波士顿“三四”规则二、市场机会与能力分析1. SWOT分析2. 波士顿矩阵三、营销计划制定1. 销售预测2. 销售计划的内容与步骤3. 销售目标第三讲：狼性营销实战技巧：基于消费心理的五维销售模型维：“信任”的力量——销售成功的基础1. 哪些因素会导致对方不信任我们？1) 影响信任的4个关键因素2) 销售前期的2个核心目的分组研讨 / 分享：初次拜访时你是如何去建立好的印象？2. 客户分析与关系建立1) 人际关系的2个关键2) 客户决策链识别3) 关键角色的性格分析4. 做好售前准备是获取信任、决胜销售的核心工作1) 对产品、客户的认知与了解、边缘知识2) 销售四宝：名片、客户资料、笔记本、签约工具3) 销售预演：销售目的是什么、客户目的是什么、可能出现的抗拒等等第二维：“情绪”的干扰——销售中看不见的因素请思考：我们在自己的生活中是否曾经因为一时气愤而导致终止采购？1) 盲目与客户争辩对与错是销售人员失败的重要原因2) 在销售沟通中营造融洽的沟通氛围是谈交易的前提3) 销售不是辩论赛，请注意：赢了争议，输了生意1. 善用全脑思维拿下订单1) 左脑利益，逻辑线索，理性思维2) 右脑关系，模糊意识，感性思维讨论：几段对话带来的不同感受第三维：“能力”的困局——成功销售源于找对人做对事请思考：我们是否曾经碰到客户很认可我们的产品却终没有购买？1) 对方是否有支付能力？2) 在该公司 / 或日程生活中，对方是否有决策的能力1. 销售人员的常见误区1) 急于求成，过早见决策人2) 相信接洽人推脱，一直见不到决策人2. 如何找对决策人1) 老客户：重视所有采购中的参与者（影响者、情报者、高层支持者、反对者）2) 陌生开发a无视“谢绝销售”的牌子；b事先准备好充分的产品材料和名片；c谦和地向对方请求帮助；d问明决策人的姓名、职务，要一张名片；e如未见到决策人，把材料留下，请求对方转交。f问明佳的拜访时间；g记住对方的姓名、职务，并向对方表示感谢。3. 如何分辨对方是否真的限于预算而搁置采购1) 报价的技巧2) 价格谈判中探底的策略第四维：“需求”的探询——销售成功的关键1. 什么是需求？为什么对方没需求？讨论：客户跟了解他的需求还是我们更了解对方的需求？为什么？1) 基于前者的销售沟通方式2) 两种不同理念的结果结论：的销售人员可以影响对方需求2. 需求角度下客户的分类与沟通策略1) 不明确型2) 半明确型3) 完全明确型3. 善用提问引导需求1) 背景

性问题2) 探究性问题3) 暗示性问题4) 解决性问题角色扮演 / 实战模拟第五维：“价值”的意义——我们到底在卖什么请思考：为什么我们把产品的好处说得很清楚，对方还是不要？1) 如何理解“价值”？2) 客户心中的价值等式3) 影响价值的三个关键因素1. 价值塑造的方式1) 你能说出你产品的独特价值吗？2) 提炼卖点——感知卖点——传播卖点3) FABE法则应用级话术小组练习总结：从榜样模式解析五维销售法则讨论：医生VS药店“销售”模式分析1. 学医生“开药方”而不是单纯“卖药”2. 销售人员如何迅速调整销售模式，做“销售医生”第四讲：成交与客情关系维护1. 客户的异议类型1) 沉默不语2) 连环问题3) 心有犹疑4) 直接批评2. 异议处理的三大策略与六大流程3. 成交的关键4. 销售的高境界——不销而销？如何做？怎么感动客户？5. 都说客户至上，仔细思考，你做得如何？销售时你想的是你的提成还是真正帮到客户？案例分享 / 研讨：我们工作中如何秉承客户至上的服务理念？