**1. 为什么销售人员见到客户后总是找不到话说？**

**2. 为什么一听到客户提出异议，销售人员就轻易放弃？**

**3. 都知道要多听少说，但为什么遇到客户后连说都不会说呢？**

**4. 为什么针对不同的客户，销售人员说词却千篇一律？**

**5. 为什么销售人员经常向公司申请政策支持，但业绩却很不理想？**

**6. 为什么销售人员轻易给客户亮出自己的“底牌”？**

**7. 为什么有些销售人员嘴巴很能说，头脑也很聪明，但为什么业绩总是不理想？**

**8. 为什么有些人总是喜欢卖一些低价的、低,利润的产品，新产品却很难卖？**

**9. 为什么销售人员报销的费用越来越高，但业绩却越来越不理想？**

**10. 连续三个月没有业绩，有些人就坚持不住想跳槽了，怎么办？**

**《销售精英2天强化训练》**

2016年10月15-16日深圳—**卡瑞登酒店(深圳北站店)（深圳市龙华新区新区大道与白龙路交汇处）**2016年11月05-06日上海--**浦西开元大酒店 (闸北区新疆路518号)**2016年11月19-20日北京--**瑞成大酒店（北京市海淀区西翠路9号瑞成大酒店）**

【参加对象】总经理、销售总监、区域经理、销售经理、业务代表、销售培训专员、业务员

【授课方式】 理念+方法+工具，小组互动、案例分析、游戏分享、角色演练

【学习费用】 2800元2天/1人（含授课费、课程讲义、2天午餐、税费、茶点等）

【主办单位】 企业学习网

【电子邮箱】 px2013@szyjqg.com

【联系电话】 深圳：0755-6128/7172 北京：010-5165/7818 上海：021-5103/6016

【报名手机】 18969166818（陈先生） QQ/微信:9918065

<填写本文末**报名回执表**完成报名>

**讲·师·介·绍：[ 王越 ]**

　　中国销售精英疯狂训练创始人；

　　销售团队管理咨询师、销售培训讲师；

　　曾任可口可乐（中国）公司业务经理；

　　阿里巴巴（中国）网络技术有限公司业务经理

　　清华大学.中山大学.南京大学EMBA特邀培训讲师；

　　2000年至今一直从事销售与销售人员激励与训练工作，曾任可口可乐的业务经理，全球知名企业阿里巴巴公司的业务经理，曾每月疯狂上门拜访100家以上的客户,半军事化的销售职业生涯，高强度的工作压力,全面系统的受训经历，积累了丰富的客户收集、销售谈判、客户跟进、客户服务、自我激励的经验，在公司曾获“悍将杯”榜眼。

**课·程·特·色：**

1.完成45次案例讨论,分组讨论，训练为主，互动式教学；2次现场考试;

2.真实案例分析，大量课后作业题，既有抢答，又有辩论，还有现场演练，热烈的课堂氛围；

3.将销售管理融入培训现场：

不仅关注个人学习表现，而且重视团队合作；

不仅关注2天以内的学习，而且营造2天以后的培训学习氛围；

不仅考核个人得分，而且考核团队得分；不仅考核学员的学习成绩，而且考核学员学习的参与度；

**课·程·大·纲：**

**第一部份：角色认知篇**

第一节、帮助客户赚钱,而永远不要去赚客户的钱;

一、帮助客户买产品，而不仅仅是卖产品给客户；

二、销售就是把客户的事当作自己的事；

三、销售就是把自己的事“不当回事”

四、销售就是随时想着为别人提供哪些服务,

第二节、给客户想买的,而不要卖我们想卖的;

1.客户是 “上帝”吗?你把客户看作什么?

2.为什么销售顾问见到客户之后总是找不到话说?

3.如何才能做到拜访多次之后,都能与客户愉快的沟通?

4.客户会选择性关注和记忆自己有兴趣的内容;

5.如何做到多听少说?如何应该让客户开口说呢?

6.哪些话应该说?哪些永远不要说呢?

7.如何控制与客户谈话的节奏?

第三节、成为别人信任的人,而不仅仅是有道理的人;

一、多一点认同,少一点辩驳;

二、说客户喜欢听的,听客户喜欢说的;

三、销售的成功取决于双赢,只有客户成功了,我们才能成功;

第四节 摆正自己的位置

1.任志强,潘石屹合影时主动下蹲给我们什么启示?

2.强势是体现在公司以及产品本身而不是表现在销售人员本人；

3.要有专家的知识，不要有专家的姿态

4.客户提出的异议,有时候是针对事,更多的是针对人;

5.说什么,不重要,重要的是你当时是怎么说的?

6.人低为王，地低为海；示弱有时候更能获得别人的认同,案例:负荆请罪

**第二部份：突破篇**

第一节 不要对客户有偏见

1.为什么有些销售人员跟客户沟通时会紧张?

2.销售工作不是从客户的拒绝开始;

3.你看到的,不一定会相信,你相信的,一定会看到;

第二节 保持空杯的心态

1.好工作是“做”出来的，而不是“找”出来的；

2.不要把自己 “托付”给公司,像女人托付给男人;

3.不要“拔苗助长”,把自己当作“天才”;

4.不要成为“高潜质,低绩效”的人;

5.不当 “猎手”当 “农夫”;

6.不要期望通过重复以往相同的方式在新的工作岗位上得到不同的结果;

第三节、正确看待客户的拒绝；

1.二次见面,客户为什么对你发脾气？

2.不要轻易地告诉对方,我是一位“新人”

3.销售人员要有“要性”,要合同,要时间,要人,要钱,要协助;

4.销售人员要有 “血性”,进门之前有目的,出门之后有结果;

5.永远不相信没有结果的话:过一段时间、改天、月底、下周、晚几天、下个月、回头、到时候…这样的话

6.当客户明确拒绝你时,你认为此时做的最重要的事是什么?

第四节、如何处理客户提出的 “异议”?

1. 没谈之前的设想的异议是无意义的；

2. 客户把自己想法告诉我们的过程,是我们获得客户信任的过程;

3. 谈判需要筹码,有些筹码是无中生有; 客户给出的条件,有时候仅仅是一个诱惑;

4. 谈判要双赢,而不是双输;

5. 当客户提出任何一个异议的时候,你应该马上反问他哪4个问题?

第五节：诚信是销售之本

1. 真诚和信誉一样,是客户对我们的评价;

2. 守时,守信,守约,及时传递信息;

3. 做回真实的自己,不要伪装自己;

4. 客户的异议要提前处理;

第六节：团队合作,无往不胜

一、再优秀的销售人员,同样有客户不喜欢;

二、客户拒绝你,就一定会拒绝你的同事吗?

三、四种常见的团队合作模式:

四、有哪些因素影响客户是否接受销售人员?

1、销售人员形象与举止,以貌取人是人的天性;

2、是否具备相似的背景,门当户对;

3、是否具备相同的态度,道不同,不相为盟

4、是否具备相同的性格特征;

5、销售人员是否喜欢自己

6、是否对销售人员熟悉,熟悉导致信任

7、销售人员是否具备亲和力

8、销售人员是否值得信赖

**第三部份 提升篇**

第一节 客户购买决策的依据的是什么?

1、客户有兴趣就一定会购买吗？没有意向就一定不会买吗？

2、我们都喜欢为自己的行为找一个理由

3、如何通过改变客户的行为导致改变他的想法？

4、关注客户做了什么,而不是说了什么;

第二节 见什么人,说什么话;

1. 什么情况下偏重于理性说服,打动别人的脑?

2. 什么情况下偏重于情感说服,打动别人的心?

3. 何种情况下只讲优势不讲劣势？

4. 何种情况下即讲优势又讲劣势？

《销售精英2天强化训练》报名回执表

报名回执请发送邮箱：px2013@szyjqg.com

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 我单位共 \_\_\_\_\_\_\_\_ 人确定报名参加 2016年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日 在\_\_\_\_\_\_\_\_举办的《销售精英2天强化训练**》**培训班。 | | | | | | |
| 单位名称 |  | | | | | |
| 联系人 |  | | 电 话 |  | 手 机 |  |
| 地 址 |  | | 传 真 |  | E-mail |  |
| 序号 | 参会人员 | 性 别 | 部门/职务 | 联络手机 | 金 额 | 合 计 |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |  |
| 缴费方式 | □ 转帐 □ 现金 （请选择 在□前打√） | | | | |
| 住宿要求 | 预定：双人房\_\_\_间；单人房\_\_\_间，住宿时间：\_\_ 月 \_\_ 至 \_\_ 日 (不用预定请留空) | | | | | |

此表所填信息仅用于招生工作，如需参加请填写回传给我们，以便及时为您安排会务并发确认函，谢谢支持！  
  
  
1.请您把报名回执认真填好后回传我司，为确保您报名无误,请您再次电话确认!

2.请准备几个工作中遇到的问题以便进行讨论。