



知行汇

# 产品课程结合销售技巧

V 2 0 1 7 0 5 3 1

Lenovo<sup>™</sup>



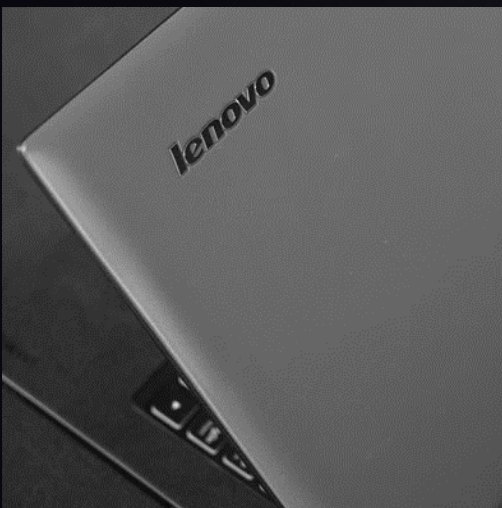
# 前言

首先回顾销售流程

# 典型销售过程全画像



# 售前要准备的内容



## 公司政策

- 业务流程
- 公司优质资源
- 服务政策
- 产品政策
- 近期主打



## 自身准备

- 正确的认识销售
- 态度决定一切
- 丰富的知识

## 产品知识

- 历史和文化
- 卖点和话术
- 技术指标
- 市场行情
- 竞品对比



## 行业特点

- IT特点
- 多种销售模式





## 接近客户的三大要素

第一印象  
Impression

销售75%失败的原因是因为第一印象不好，所以我们要告知销售人员注重自己的个人形象。

同步  
Synchronous

很多人都喜欢照镜子，看里面的人都很顺眼，人都是喜欢自己，所以也喜欢与自己类似的人，所以用他的方式和他沟通，让他觉得很舒服，就叫同步。

PMP

客户喜欢批评，不代表他不喜欢产品，自己买东西也是搞配合，为了砍价做铺垫，所以我们要淡定。客户喜欢被表扬，所以我们要PMP他

# 促进成交的五种方法

例如：对客户说，您看我们聊得也很投机，要不这样，我把自己内部的购机折扣名额让给你吧

内部员工名额法

04

例如：顾客对机器犹豫不觉时，可让其他同事过来问，昨天XX客户定了XX型号的2台电脑已经到了，什么时候送货

推箱子法

02

电话销售法（请示法）

01

涨价成交法

05

提前写单法

03

例如：顾客在价格上长期纠缠时，原本最低报价5000，再向店长请示能否再低，这时店长告知说该机型今天通知涨价，要贵30 - 100，这时顾客的重心已经变为如何不加价。

例如：客户在价格上还有些犹豫时，可拿之前写好的销售单给客户看，说明这个价格已经很低了

例如：客户在在价格上反复纠缠时，可加装给经理申请价格。



## 增值服务的目的

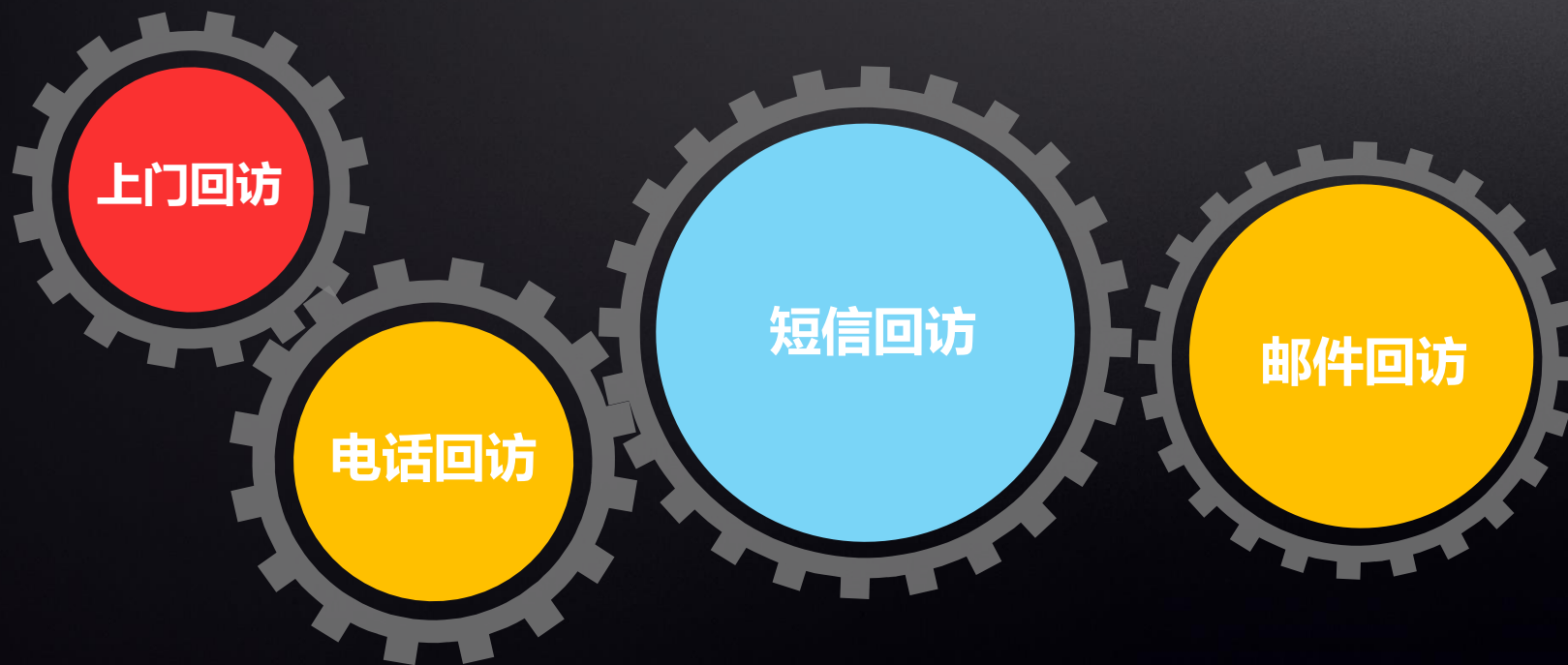


成功的增值和附加销售取决于**发现尽可能多的需求**

## 售后回访的方式和注意事项

### 回访客户的注意事项：

- 表明身份
- 核实对方身份
- 讲明目的
- 确认对方是否方便
- 简明扼要、注意语气







## 可结合入产品课程的销售技巧推荐

**05**

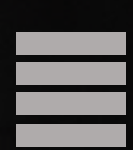
探寻需求

**06**

产品推荐

**07**

解答异议



2017 Lenovo Internal. All rights reserved.

# 产品课程结合销售技巧的两大要点



课程前期调研



卖点和实战结合

# 01

## 课程前期调研





# 课前需要调研的内容

1

学员想了解哪些知识点

2

学员对产品的掌握情况

3

市场上的竞品

4

客户对产品的评价

## 学员想了解产品的哪些知识点

实际上：

你教多少并不重要，重要的是学员能对你教的东西运用多少，

知彼才是关键，我们在授课前掌握学员想要了解的知识点，并在课程中帮助学员得以解决。这样学员才能真正掌握到自己想要了解的知识。也会觉得本次听课更具意义。



## 了解学员掌握情况

实际上：

你有多么博学并不重要，重要的是学员能听懂多少。有时我们在台上滔滔不绝，而台下的学员却一脸茫然，这也许是因为学员对所讲的知识点不够了解，亦或是对本卖点已经足够了解觉得无需再听，所以我们要了解学员对硬件知识和本次所讲的卖点了解多少后。再进行针对性讲解。

# 了解市场上的竞品



实际上：

你不仅要充分了解自己所讲的产品，还要了解它的竞品。

竞品是学员想要了解的问题，因为很多客户在咨询产品时经常提到竞品如何如何...，你们的产品如何如何...，故此，我们需要去了解产品的竞品，然后告知学员，让学员遇到此问题后可以从容应对。



## 客户对产品的评价

实际上：

不仅要了解学员对产品的评价，还要掌握用户对产品的评价。

有时客户会针对产品的某个卖点提出尖锐的问题，会让我们的学员无法做出解释，这些问题也是我们需要掌握的并帮助学员去解决的。

# 课前调研的几种方式

1

走访市场

2

和销售沟通

3

课前问卷

4

现场询问

## 通过现场询问了解学员需求

01

开课时询问学员对产品卖点的疑惑，或对产品属性有哪些疑问。

02

将学员提出的所有的问题记录在讲课的白板上。

03

在讲课过程中逐一解决学员所提出的问题，

04

最后通过回顾和总结学员所提出的问题。并对未解答问题做出解答。



## 通过走访市场了解学员掌握情况

### 走访市场

假装成客户走进我们店面，站在客户的角度上向我们的销售人员提问本次培训相关的知识点，记下学员对产品卖点的了解情况。然后在开始讲课时着重把他们的不懂之处进行详细讲解。





# 通过多方市场了解竞品

## 传统3C市场



到竞品店面体验产品真机，发现优缺点。

## 电脑评测网



第三方评测网站，可以深入了解笔记本的内部。

## 电商渠道

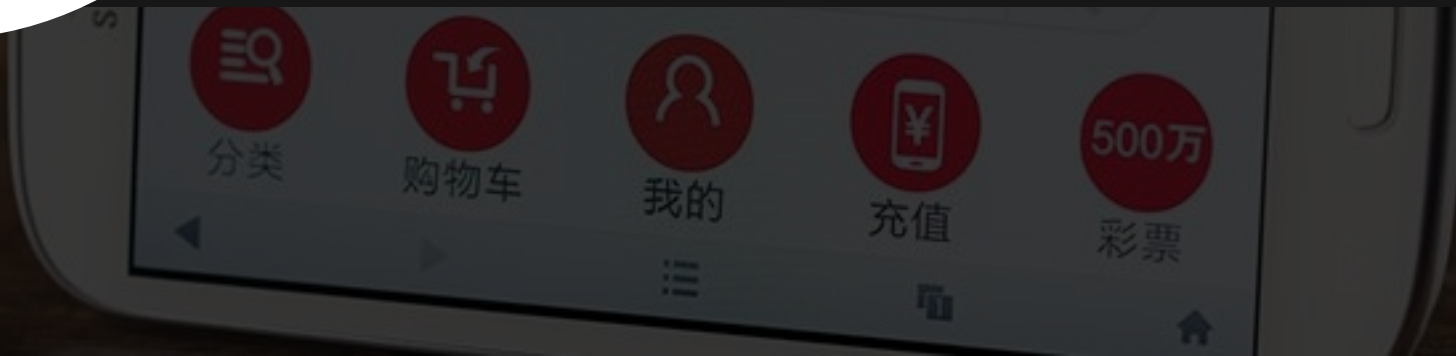


通过产品页面下的评价，了解购买用户对产品的反馈。并在讲课中告知于学员。

# 通过电商市场了解客户对产品的评价

## 电商渠道

我们不仅要关注竞品的评价，更要关注我们所培训产品的评价，尤其是客户给予的差评，分析差评后在讲课过程中告知于学员，防止不良售后的发生。



## 通过课前问卷，了解学员掌握情况

开课前10-20分钟左右，邀请学员填写问卷，通过问卷结果了解学员对产品或知识点的掌握情况。

### 课前问卷 ( Demo )

( 1 ) 你有卖过本次培训所要讲的X1 Carbon 2017吗？ ( 单选题 )

选项：A：卖过很多 B：很少卖 C：没卖过 D：从没见过此产品

( 2 ) 你在知行汇或其它渠道了解过本次培训的产品吗？( 多选题 )

选项

A：在知行汇下载过课件

B：在知行汇微信上看过产品知识推送

C：在其它网站上看过评测

D：从没了解过此产品

( 3 ) 其它.....( )

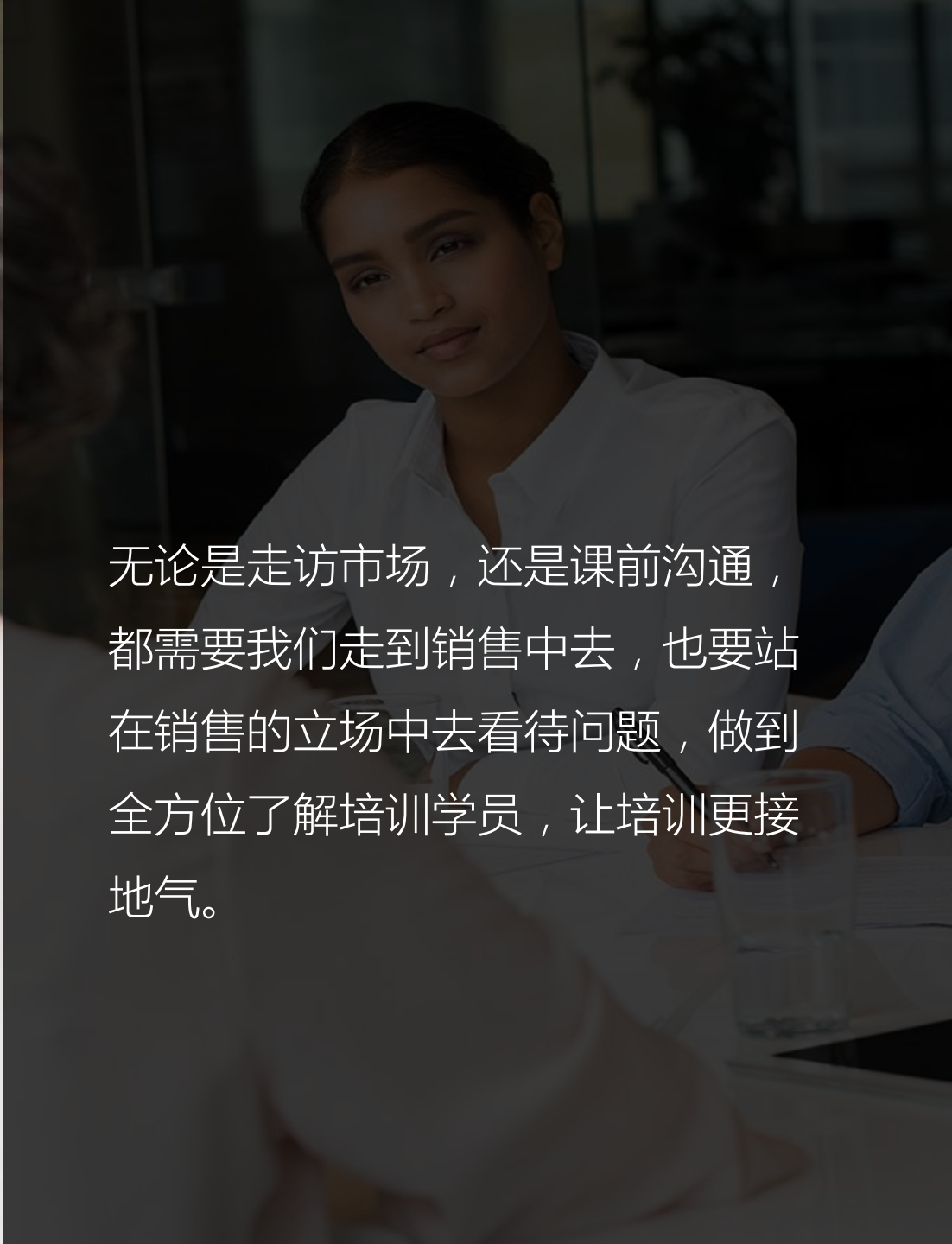
选项：A： B： C： D：



## 和销售去沟通，全方位了解培训学员



无论是走访市场，还是课前沟通，都需要我们走到销售中去，也要站在销售的立场中去看待问题，做到全方位了解培训学员，让培训更接地气。





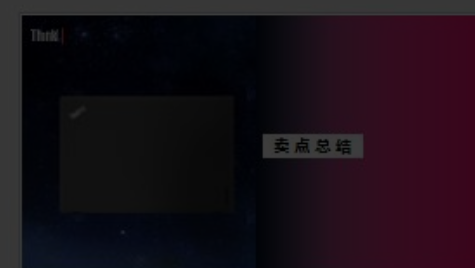
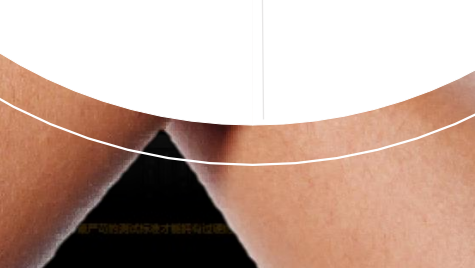
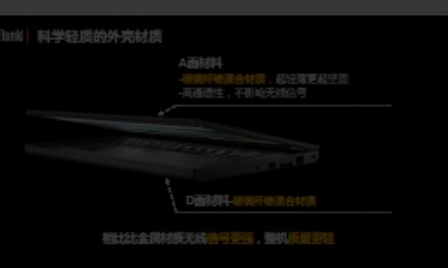


# 02

把卖点和实战结合



# 给授课PPT做减法



客户利益的描述

减文字

冗长的名词解释

重复的基础卖点

减文字

# 需要减去的內容

## Think | 可扩展更多接口

1

### 完美的综合线缆解决方案

- 桌面更简洁：所有线缆连接在扩展坞上，让桌面更简洁**提升工作效率。**
- 接线更方便：每天进入办公室，**无需连接任何线缆**，把电脑卡在扩展坞即可完成所有连接。
- 提升接口寿命：使用扩展坞可大大减少线缆插拔次数，**延长主机接口使用寿命。**



## 什么是帧数？

2

帧数 (FPS),即每秒电脑生成和输出的图片数量, 电脑生成的图像每一帧都是静止的, 通过快速连续地显示帧便形成了运动的假象, **每秒帧数愈多, 所显示的动作就会愈流畅。**电影/动画一般在24帧, 游戏一般FPS>30可以接受, 但是将性能提升至60FPS则可以明显提升交互感和逼真感。



## Think | 强大的硬盘保护

3

### APS主动硬盘保护

主板上嵌入重力加速度感应芯片  
持续监测笔记本任何动作  
跌落、震动时  
自动停止硬盘读写  
稳定后  
自动恢复硬盘读写  
500毫秒 快速响应  
持续震动  
自动忽略保证使用



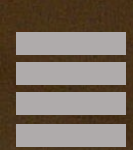
提供普通硬盘 **5倍** 的防撞击保护

第1页：删除**红字**的客户利益，因为客户利益需要我们去引导学员自我发现。

第2页：删除**红框部分**的名词解释，由于我们的原始课件是阅读型PPT，带有很多名词解释，而在演讲中，这些名词需要我们去讲明白，而不是让学员自己看。

第3页：删除**整页**，因为APS主动硬盘保护已经是老生常谈的卖点了，学员对比了解的也很清楚，无需使用过多的语音去讲解此类卖点。



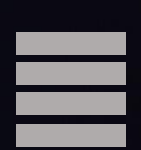


# 为培训内容做加法

对应产品定位的  
客户特点

从产品卖点到  
客户利益

知己知彼



## 对应产品定位的客户特点

望

闻

问



# 仔细观察

## 观察内容

穿着打扮  
随身物品  
言行举止  
神态、年龄  
对产品及推荐的反应  
对流行及科技因素认知  
随行人员及关系



## 得到信息

兴趣所在  
性格特点  
经济状况  
满意程度  
决策因素

# 望





# 需求五问

**Who**

使用者（或决策者）

**What**

用途（主要、次要）

**Where**

使用环境

**When**

使用经验和个人偏好

**HOW  
much**

预算

# 问

## 细心倾听

听取客户的牢骚和抱怨，不要中途打断

听取客户于同行之间的交流，探寻有用信息

听取客户的不同意见，不要强行反驳



闻

## “望、闻、问”如何应用在课程中

望：

客户进入店面穿着精致的西装，带着几万块的欧米伽手表进入店面。

可初步判断用户的经济实力不俗

问：

是购买一台自己使用的电脑还是给他人购买

如果是自己用可询问用户想要一款用来做什么的笔记本，如果是给别人购买，再继续询问是给谁用（家人还是公司员工）

闻：

客户回答想要一款轻便的超薄的笔记本，

我们可尝试推荐X1 Carbon 2017





## 销售员错误案例剖析

“  
销售人员：我们X1 Carbon这款电脑的重量仅有1.13Kg,比上一代产品轻了6%，即使产品这么薄，但它也通过了严苛的12项的军规测试，机身又轻又结实，

”  
以上对话来自于走访市场时，某销售人员的对 X1 Carbon的讲解，请问这样给客户推荐产品真的可以吗？



## 引导学员思考客户利益

其实很多销售人员存在只简单的说卖点的情况，但销售的目的为互赢，满足了用户的需求后客户才会购买，由于上面我们已经把PPT内容中的客户利益部分删掉，所以在讲课的过程中，我们需要引导学员说出卖点所针对的客户利益。

Technology



## 把客户利益场景化

“  
您好，我觉得这款产品蛮适合您的，这是因为这款电脑有可能是全球最轻薄的商务笔记本了，它和两瓶矿泉水的重量差不多（产品拟物法，直接说重量有可能客户没概念），这样您在外出旅行和出差的时候携带都特别方便，您在机场候机厅等待登机的时候也可以随时把笔记本拿出来看个电影啥的，多好啊（产品利益场景化）再说了，这样的笔记本，也特别符合您高雅、稳重的气质（PMP）  
”





## 拿竞品作对比

之前我们讲过要了解竞品信息，是因为客户经常会拿竞品和我们的产品作对比，遇到此情况，我们可以告知学员可以通过两步去解决，并给学员举例说明。



客户关于产品对竞品的疑问



化劣势



谈优势

# 拿竞品做对比

## 举例说明

1

客户提出关于竞品的问题

为什么你们这款电脑（X1 Carbon）的内存频率是DDR3L，而其它品牌却是DDR4的呢？

2

先优劣势

首先给客户说明DDR3L和DDR4内存的差距只是体现在跑分上,对日常使用的影晌根本微乎其微,只会增加电脑的总成本。

3

谈优势

打消了客户疑虑后，接下来向客户阐述其实现影响电脑速度的是固态硬盘，一块好的固态硬盘，可以使电脑的开机速度和打开文件的速度提升很大，然后我们再来讲X1 Carbon PCIe NVMe硬盘的优势。

## 拓展自身知识



**随身携带的歌剧院**

对比全景声突破了传统意义上5.1、7.1声道的概念，能够结合影片内容，呈现出动态的声音效果，更真实的营造出环绕般的音效，仿佛置身电影中的世界。

PPT课件的内容

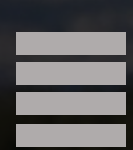
何谓“杜比全景声”？与5.1、7.1声道系统不同，杜比全景声打破了传统的以声道为基础的概念，引入“声音对象（audio objects）”，让声音可以在三维空间内任何位置出现和移动，包括头顶上方，给你带来犹如真实世界般的自然、生动、细腻的声音，让你穿越到娱乐体验之中。



正因如此，杜比全景声诞生以来就一直被以好莱坞为代表的全球电影从业者所推崇，很多大片也得益于此技术而在音效方面加分不少。杜比全景声目前被广泛应用于全球的高端影院中，最新的数据统计显示，全球每56个影厅中才有1个杜比全景声影厅。

由于我们PPT课件的篇幅有限，对一些卖点描述的不够详尽，但为了更好的让学员理解此卖点的优势，我们还需要自行拓展学习，左侧图片中对于杜比全景声的描述来源于小米电视微信公众号，对全景声的解释很到位。我们也可以在课程中学以致用。





# 多种渠道拓展自身知识



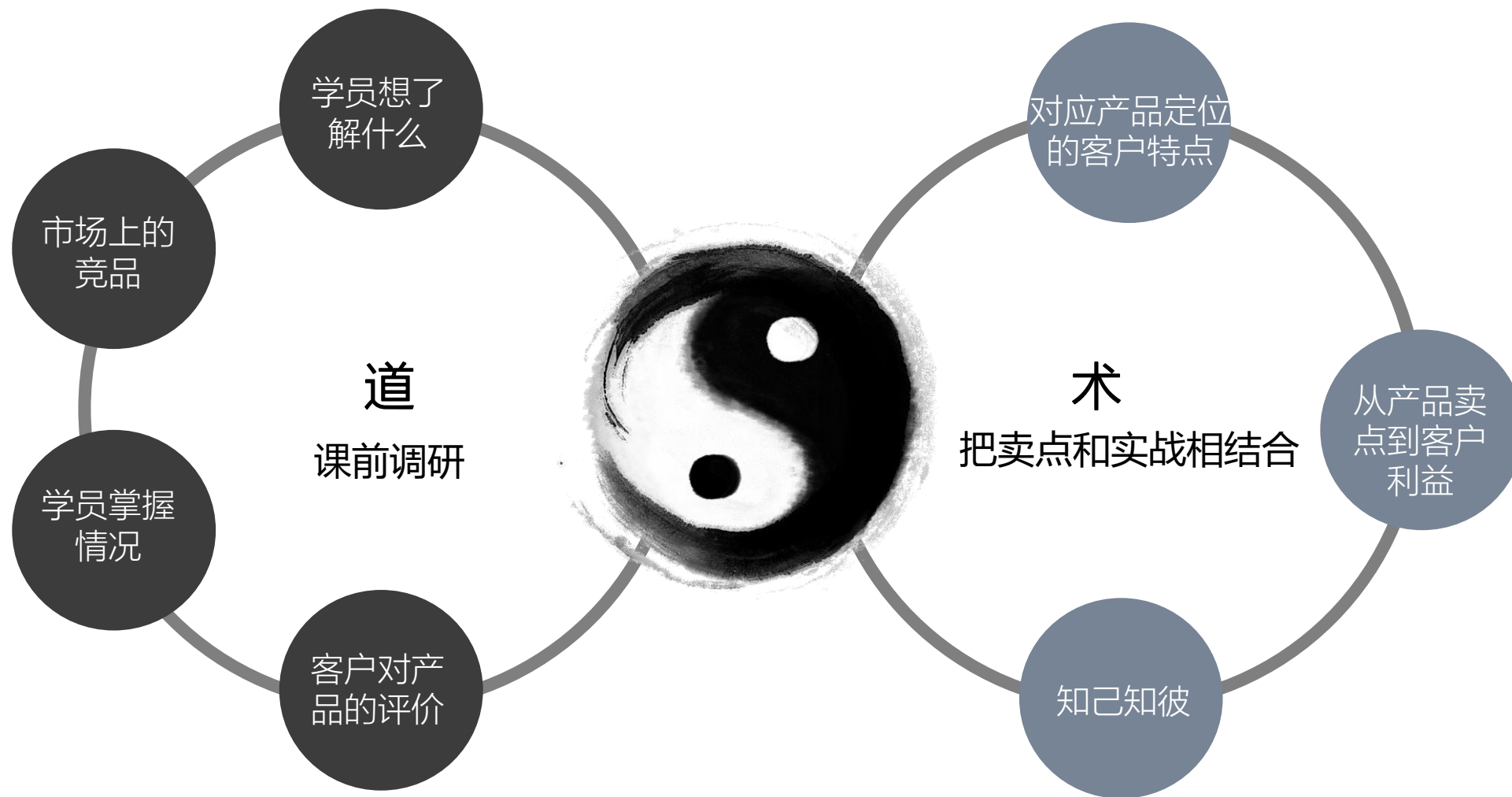
作为一名销售导师，我们除了要了解产品PPT课件中所讲的知识外，还需要通过其它渠道增强自身的知识。




# 03 总结



# 如何让产品授课更具实战





A black and white photograph of a man in a dark suit, seen from the back, standing on a stage. He is surrounded by several microphones on stands. Three bright spotlights are visible in the dark background, illuminating the scene. The overall mood is contemplative and professional.

演讲，成就他人，还是成就自己？

Thanks