

概览 – SPIN[®] 行销研习班

目标

在培训结束时每个参与者将能：

- 在复杂且高价值的销售活动中，阐明客户团队的决策流程，并且将其联结应用于自己的销售循环中。
- 了解高效销售人员所使用的行为技能和他们是如何建立并发展客户的需求认知。
- 建立分析竞争状况的架构，了解目标市场决策条件以取得最有力的区隔。
- 以最有力的竞争区隔为基础，说服客户接受发展出的方案。
- 了解在目标顾客心中对于购买产品或服务的风​​险顾虑，以及在行销传播过程中消除这些顾虑的必要性。
- 了解做出高可信度陈述之重要性，以展现产品或解决方案能够符合客户需求，并提前排除客户顾虑。
- 评估现有的行销传播材料，重新设计，使其更为真实，并提供以客户为导向的销售讯息。
- 了解产品上市时最常令人失望或导致滞销的原因，发展出一套更有效的计划，以确保销售团队在产品上市初期能把握最好的销售时机。
- 建立一个模板以计划、执行和评估商业应酬活动的收益。

目标对象

任何从事组织内/外部书面或语言的市场行销工作，传播人员。

此培训与以下工作有高度关联：线上和线下的市场行销活动，包括媒体广告，直接邮件，产品信息/小册子，公关，产品上市和企业活动管理。

企业行销团队的不同部门能共同进行培训，例如直邮和产品手册部门，将可在企业营销信息上取得更高的一致性而产生协同综效。

课程内容

- 购买循环：购买者在复杂、比较性高的购买行为中所历经的心理阶段。

- SPIN[®] 提问模式 – 大多数高效销售人员使用的顾问式销售技巧。
- 购买决定准则的分析 – 评估顾客购买条件并最大化关键竞争区隔的方法论。
- 说服力案例分析 – 使用 SPIN[®] 全面分析你的产品或服务能解决的问题及其连带影响，以及客户将从你的解决方案所获得的利益回馈。
- 客户的顾虑 – 它们为什么会​​产生，它们如何妨碍销售，及如何以正确的行销方法来预防和消除这些顾虑。
- 使用问题、利益回馈和证据陈述引起客户兴趣，消除顾虑并且体现你商品的价值。
- 新品上市 – 行销技巧如何将新产品定位为“问题解决者”，将学习曲线最小化，且帮助销售团队快速全面掌握并使用 SPIN[®] 销售技巧。
- 商业应酬 – 设定目标、计划目的性信息、讨论并评估成功。

讲师和学员人数

课程将由荷士卫认证的讲师授课。为了确保每个学员都能得到适当的关注，课程人数上限为 12 人。