

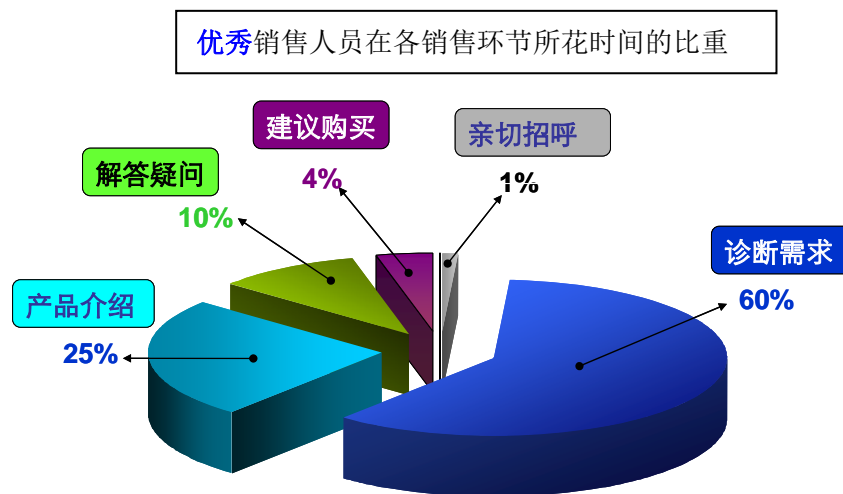
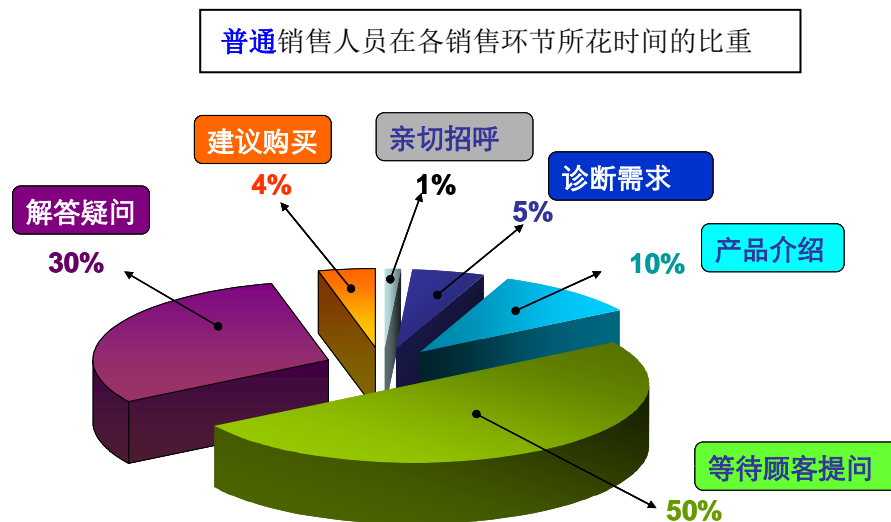
《终端销售技巧》第一期

随着零售市场竞争的日趋激烈，顾客需求的不断变化，终端销售工作变得越来越艰难。同时，厂家和顾客对店面销售人员的要求也越来越高，希望《终端销售技巧》能给终端店面的销售工作带来提升。

三、诊断需求

亲切地将顾客迎进门，接下来要进行销售中最重要、最关键的一步，即诊断需求，这一步决定着销售成功与否。因为目前市场上产品更新速度越来越快，不同厂家的产品同质化严重，在这种情况下，顾客往往不知要如何选择产品，但顾客很清楚自己买产品的目的。作为销售人员，就需要清晰了解顾客的需求，将产品特性和顾客需求紧密结合，为顾客进行针对性地产品介绍，才能打动顾客，促成销售。

普通销售人员和优秀销售人员在销售过程中所花费的时间是不一样的，对比如下图，请关注诊断需求这个环节的比例：



普通销售人员见到顾客后只是简单询问，随后就进入产品介绍，大部分时间是自己说或等待顾客提问。优秀销售人员则不同，诊断需求的环节会贯穿销售全过程，他们会不断地探寻顾客的需求，然后做针对性的介绍。

诊断需求的方法：

- 用眼睛看
- 用耳朵听
- 用嘴巴问

只有这三方面结合起来，才能深入了解顾客真正的需求，才能有针对性的进行产品介绍。否则销售推介只会成为徒劳。



看：在顾客刚进门我们就要仔细观察，看的目的是能更快地了解顾客的初步信息，从而有效与顾客沟通。例如通过他的举手投足，销售人员就能看出他的个性特点，在介绍时就会调整自己的介绍方式。

我们需要看如下内容：

- a) **顾客进门时手上是否有彩页：**从这点可以判断出顾客去了哪些店，比较关注哪些产品，在问的时候可以更有针对性。
- b) **看顾客的面部表情和肢体语言：**看顾客停留在某款产品前的眼神、面部表情及是否对产品有触摸动作，如果顾客在某款产品前停留时间长，并开始操作、查看，或者盯着某款产品眼睛发亮或者表情有变化，则说明对此产品有很大的兴趣。
- c) **看同行者：**不要忽视同行者，有可能同行者是最后做决定的人。

请记住：千万不要以貌取人



听：听在销售过程中是最难做到的，也往往会被销售人员所忽略，要做到**真正意义上的听**，有几点要求：

1. 认真听顾客的每一句话，千万不要有选择性地听。
2. 适时给予顾客简单回应，目的是让顾客知道你在认真听，如点头、说“嗯”、“明白”、“清楚”、“理解”，千万不要打断顾客讲话
3. 不要急于下结论，往往下结论过早会导致判断需求的失误
4. 在听的过程中要进行核理解，这样才能保证最终准确把握顾客的需求
5. 听弦外之音，注意顾客说的背后的含义，例如：有的顾客说这产品太贵了，其实他的意思有可能是产品并没有让他感觉物有所值或物超所值

请注意：有时顾客对产品 & 价格提出异议，不一定是真正不购买的理由。



问：问是销售人员诊断需求常用的方法，但一般销售人员问过几句话后，就直接进入产品推介了，这种问不是我们要谈的，我们这里所说的问，其目的有两个：

- 让顾客感觉到销售人员在帮他/她挑选更合适他/她的产品，帮助他/她解决问题。
- 挖掘顾客更多的潜在需求，为下一步升级销售做准备。

小窍门如下：

a) **四要问：**

- 谁使用？例如自己用，还是送人？
- 在哪里使用更频繁？在家，还是办公室？如在办公室使用，移动的几率大吗？
- 对本品牌是否了解？
- 过去的使用经验，例如
 - ✓ 以前用过同样产品吗？
 - ✓ 过去使用的产品品牌是什么？
 - ✓ 过去使用中最满意的是什么？
 - ✓ 过去使用中还希望增加的功能是什么？

b) **三不问：**

- 不问年龄。尤其是女士，问年龄是不礼貌的
- 不问收入。此问题会让顾客感觉尴尬，而且收入对不熟悉的人应该保密
- 不问预算。此问题是很多销售人员最喜欢问的问题，但顾客要么不回答，要么回答的不是顾客心里的真实想法，因为没有顾客愿意让销售人员知道他/她的预算。

请注意：连续问问题会让顾客感觉不舒服，所以通常待顾客回答完一个问题后，销售人员用自己的语言重复一下顾客的内容，这样做一方面可加强销售人员的理解，另一个方面也给顾客一个放松的时间。

更多精彩在下期中，敬请关注！