



不同场景下挖掘需求的方法





销售流程



销售流程



目录

CONTENTS

01. 分析客户背景

02. 用不同方法挖掘客户需求



PART 01

分析客户背景





分析后台信息



分析销售系统信息



分析客户行业



分析后台信息——客户资料



企业名称



注册时间



注册手机



小王公司

重置密码

红包退款

企业帐号: ivywang

管理员帐号: ivy

企业名称: 小王公司

负责人: 王

主域名: ivywang.yswebportal.cc

注册时间: 2020-03-26

上次登录时间: 2020-04-23

注册邮箱: 8970...@qq.com

注册手机: 13610...32

互动红包余额: ¥0

分析后台信息——客户产品

业务咨询

优惠活动 | 产品介绍 | 产品模板 | 意见反馈 | 帮助中心

当前位置: 客户列表 > 客户信息

客户信息

客户资料 | 客户产品

产品设置 | 购买

产品状态: 全部 | 到期时间: 开始日期 ~ 结束日期

产品	版本	开始时间	到期时间	状态	操作
网站-小王公司	网站试用版	2020-03-26	-	-	打开网站
互动营销	互动营销试用版	-	-	正常	
小程序	小程序试用版	-	-	正常	



分析后台信息



分析销售系统信息



分析客户行业



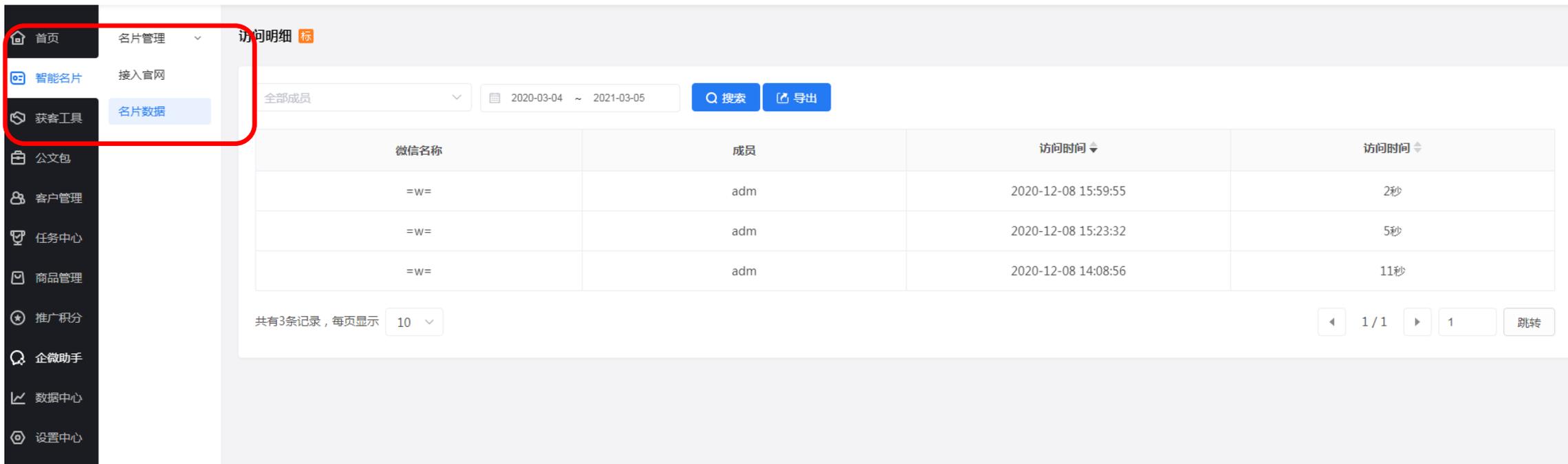
利用销售系统分析客户



我们可以利用销售系统中的商机雷达来分析客户



利用销售系统分析客户



名片管理

名片数据

访问明细

全部成员

2020-03-04 ~ 2021-03-05

搜索 导出

微信名称	成员	访问时间	访问时间
=w=	adm	2020-12-08 15:59:55	2秒
=w=	adm	2020-12-08 15:23:32	5秒
=w=	adm	2020-12-08 14:08:56	11秒

共有3条记录, 每页显示 10

1 / 1 1 跳转



分析后台信息



分析销售系统信息



分析客户行业





常遇行业

文化传媒

玩具

餐饮

粮油

家具

酒业

金融

互联网

母婴

食品

家电

文化传媒

科技公司

旅游

生鲜

机械设备

房地产

装修

教育培训

酒店

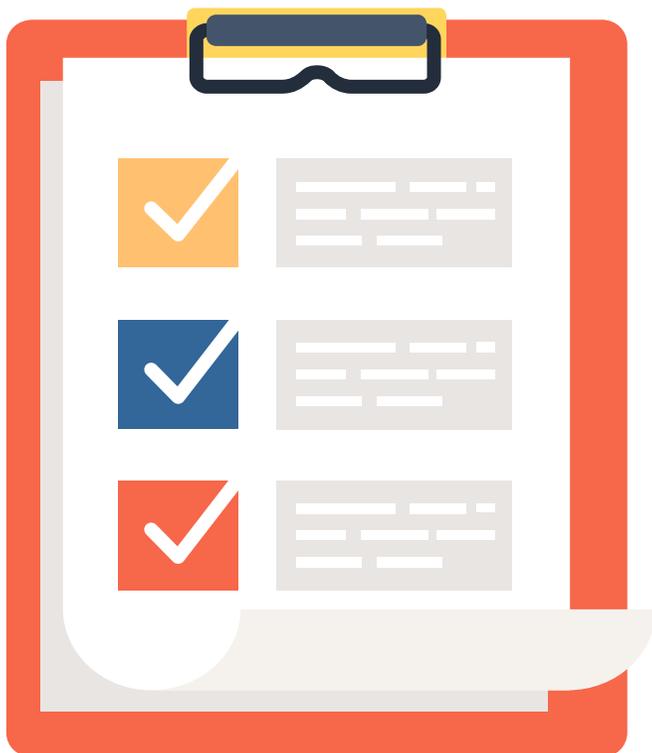
美容美发

汽车

化妆品



行业分析切入点



行业活动

行业标杆

行业需求



行业活动

行业活动就是指某个行业他们在特定的时间地点举办的与行业相关的线上或者线下的活动和会议。

行业活动类型：包含峰会、大会、年会、展会、活动、论坛等。



行业标杆

行业标杆指的是在某个具体行业里面信息化建设取得显著成效，具有先进性（包括部分方面）、示范性和行业代表性的企业；一般为知名度高、信誉好、有发展潜力、综合实力强的企业。通俗来讲，就是在这个行业里面做得好的企业。



参加的活动类型



使用的推广途径



销售的渠道方式





行业需求

行业需求指的是具体某个行业在进行生产经营的时候，对拓宽销售渠道、推广品牌、增加营业额的发展需求。

营销活动常用游戏类型		
序号	行业	常用游戏类型
1	教育	答题、带支付砍价、拼团和秒杀、投票（一般是招生、收集信息）、“我要飞得更高”
2	汽车	投票、“极速狂奔”汽车类小游戏、集福
3	房地产	签到、大转盘抽红包、投票、摇一摇、砸金蛋、建房子小游戏（一般是门店引流送大米、花生油，色调一般是黑金色）
4	政府	答题抽红包、投票、垃圾分类
5	快消品	奔跑吧外卖小哥、天上掉月饼、集月饼、锦鲤抽奖、疯狂抢红包
6	化妆品	网红口红机、投票、寻找单身狗
7	餐饮	大转盘、消消乐、九宫格抽奖、“集美食”、普通版砍价（一般是抽微信优惠券进行门店引流）
8	健身	接力跑挑战赛、疯狂跳跳跳、铁人三项、冲上云霄、带球过人
9	KTV	听歌猜曲、扭蛋机、摇一摇、拆红包、幸运开箱
10	旅游	投票、大转盘抽奖、奔跑抢好礼、拼图
11	金融	吸金大法、答题抽红包、手速数钱、天掉金币、疯狂抢红包

PART 02

用不同方法挖掘客户需求





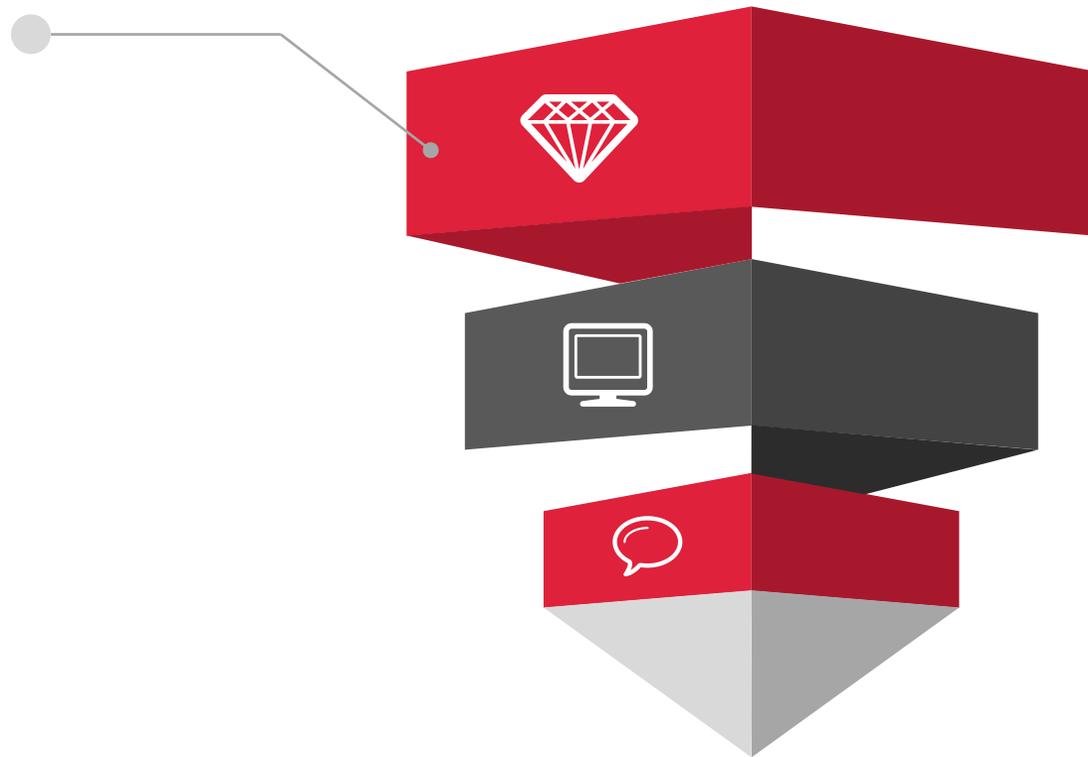
场景一

客户比较冷漠，多次拨打电话后才接通。

客户的注册来源是自来，已经复制了文化传媒网站模板，网站名称命名为：上海塞班文化传媒公司。小李给客户拨打首通电话无人接听，过了一会小李再次拨打客户电话时，电话被挂断。次日，小李再次拨打电话给客户时，电话终于接通。



弱介入询问法





示例

首通电话

您在我们官网上注册了XXXX，您还有印象吗？

我是您的产品顾问，昨天给您打过电话的，您可以叫我小李，这边怎么称呼您呢？

好的，陈总，为了更好的协助您，这边想要请教您几个问题，您这边现在方便吗？

回访电话

陈总，最近在忙什么呢？

前两天看到您发的朋友圈，最近是在参加XX活动是吗？

陈总，上次给您发的资料您这边有没有什么不明白的地方？

弱介入询问概念

当你在询问客户一些有偏向性、私人的问题的之前，先用一系列**简短的、攻击性弱**的问题作为铺垫。

好处：人们在跟陌生人沟通的时候，对于透露自己一些相关信息是比较犹豫的，但是当客户在回答了几个不那么具有**攻击性和私密性**的问题之后，动作惯性会驱使他们**继续回答问题**。



弱介入询问范围

热身问题

简单、简洁，能够让人不假思索就能提供正确答案



- 1.这边是看到您有在我们官网上注册了XXXX，您还有印象吗？（自我介绍）
- 2.好的，X小姐/X总，为了更好的协助您，接下来呢我会请教您几个问题，您这边方便吗？

个人信息问题



这边可以怎么称呼您呢？

细分问题



- 1.您这边是什么行业的呢？
- 2.在此之前您有做过类似的活动/用过类似的产品吗？
- 3.您是想要搭建自己的网站还是要帮客户搭建呢？
- 4.那您目前在操作过程中有遇到什么问题吗？

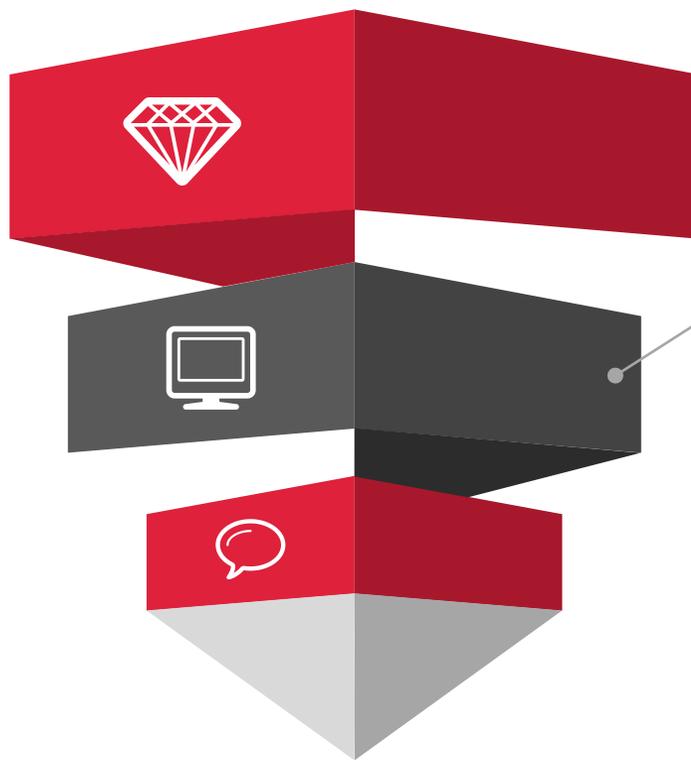


场景二

客户对某公司各种挑剔

李先生前几天了解了某公司的代理，他对该公司各种挑剔，认为口碑不行，销售小美继续与客户联络。





反直觉询问法



示例

- ✔ 您是在哪里看到这些评价的呢?
- ✔ 您跟我沟通这么久之后，您是怎么看待网上的那些评价的呢?
- ✔ 您想购买一款产品的时候，最不希望出现什么情况呢?
- ✔ 您买了这个产品之后，能够解决您什么问题?
- ✔ 是不是我服务不到位让您感到不舒服了？还是我说漏了什么？





直觉的含义

直觉是指对一个问题未经逐步分析，仅依据内因的感知迅速地对问题答案作出判断，猜想、设想，或者在对疑难百思不得其解之中，突然对问题有“灵感”和“顿悟”，甚至对未来事物的结果有“预感”“预言”等都是直觉思维





反直觉范例

一夜之间变美白



护肤品



停下来，享受美丽

神采飞扬，柔顺人生



洗发水



洗了一辈子的头，你洗过头皮吗？

品质传承，荣耀人生



房地产



你的邻居和你要住的房子同样重要



反直觉询问范例

你跟小张去吃饭，但不知道吃什么才能符合两个人的口味。



情境一

你：“小张，你想吃什么？”

小张：“随便。”

然后进入了一种死循环



情境二

你：“你昨天吃的什么。”

小张：“我昨天吃的串串。”

你：“想不想来点麻辣的。”

小张：“算了，有点上火，清淡一点好。”

你：“那我们去吃日本料理吧。”

小张：“可以呀。”



反直觉范例

老板给你交待事儿，说了很多，好像都是重点，其实比较杂乱，你并没有听明白。此时你面临两个选择：第一，回去自己猜老板的意思；第二，问一下老板。如何问老板才能让他回答你的问题并且不骂你？



反直觉范例



第一种问法：“对不起，您能再说一遍吗？我没有听太明白。”我们通常不敢这样问，因为这样可能会挨骂，可能会被老板怀疑能力。



第二种问法：“领导，您说的有点多，您看我这样理解对吧……”我们可以将自己的理解和疑问列出来，领导通常会重新理自己的思路，以便让我们能听明白。这种提问方式就是一种反直觉询问法。



反直觉询问的意义



乔布斯：人们根本不知道自己需要什么，直到你向他们展现出来为止。

人们最善于回答的是自己不想要**什么和自己过去**做过**什么。**

反直觉询问含义

核心：不是问用户想要啥，而是去问客户不想要啥和以前做过啥。

“反直觉询问”并不是一个新的概念，说白了就是颠覆了普通的询问方式，利用非常规的询问方式来了解潜在客户的内在心理，并根据其心理特点采取相应的销售策略，从而提高销售业绩。





反直觉话术应用

一、客户不想要什么



您不希望在搭建网站中出现哪些问题？（如服务器稳定、操作简便程度等）



您的同行用了我们的营销活动，吸粉效果显著，您不想了解下同行是怎么通过创建游戏成功引流吗？



首通电话中客户拒绝觉得别家产品好，话术：其实，对比起好的产品好的服务，您应该更加不喜欢廉价产品和较差的服务体验，对吧？



反直觉话术应用

二、过去曾经做过什么



看您之前是搭建了一个网站对吗？您之前是怎么搭建的呀，您觉得搭建的效果还好吗？



您之前有做过什么活动吗？



您是用什么方式去进行活动的呢？



您认为当时的效果怎么样？

三、你讨厌我吗？



我想请教一下，什么是让您决定不购买我们产品的最大原因呢？/是什么原因让您不考虑与我合作呢？是我说了什么或是没说什么？还是服务不到位呢？



TIPS

无意识**模仿**客户的行为，让对方下意识的觉得和你是一类人。



顾客说话快，就把自己语速加快



客户喜欢使用什么语气词，也使用同一种语气词



客户喜欢用表情包，与该客户沟通时可多用同类型的表情包





模仿范例





场景三

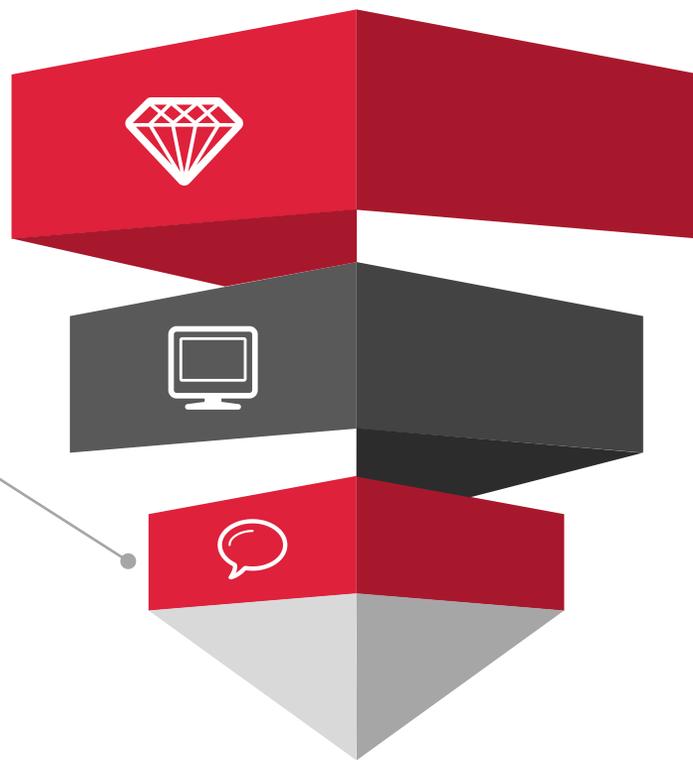
客户愿意沟通，需求不急迫，想要考虑考虑

2019年7月，客户已经在某公司创建3个营销活动在体验，之前有了解到将游戏关联到公众号里面去，销售小张从7月一直跟进到9月，客户一直说不着急，始终没有定下来。





SPIN结构提问法





示例



x总，最近在忙什么呢？



这段时间有在做什么活动吸引客户吗？



最近这两个月还是有蛮多节日可以搞活动的，咱们的活动还没开始会不会影响到品牌的曝光/客户到店率/营业额？



很快就国庆了，您也不希望客户被其他竞争对手吸引过去吧？





SPIN结构提问法

SPIN提问模式

情况型问题
难点型问题
暗示型问题
需求效益型问题

SPIN运用关键

提问范围
提问把关-封闭式与开放式
提问升华-PMP润滑剂



情况型问题

目的：了解客户的**现状**

定义：每一个问题都是在**收集有关客户现状的事实、信息以及背景数据**



个人信息提问

您的意见如何？

您考虑了多久的时间？

在这个方面您的目标是什么？



公司情况提问

您从事什么行业？

您年销售额是多少？

您公司现在雇多少人？

这个行业的前景怎么样？



公司如何运作提问

目前您使用什么渠道进行宣传营销？

您用它有多长时间了？

多少人用它？

这个是买的还是租的？

情况型问题

注意

提前做好**准备**、每个问题都有**目的**、且问题是**容易回答**的，产品和服务可以解决的**难题**、问的问题要能引申成为**明确需求**或**隐含需求**。





难点型问题

目的：针对目前现状找出客户关心的问题

定义：每一个问题都是针对**难点**、**困难**、**不满**来问，而且每一个问题都是在引导客户说出**隐含需求**

示例

-  对于现在的宣传方式您是否满意？
-  你们正在用的方法有什么缺陷吗？
-  增加一个粉丝的成本是不是很高？
-  有没有考虑过这款产品的可靠性问题？



难点型问题

注意



越了解产品，问题的痛苦就挖掘的越深



有些问题客户认为不重要，按照重要性和紧急性来划分优先顺序，
找个客户非常在乎的问题来引导就可以了。





暗示型问题

目的：根据客户关心的问题挖掘最大的**痛苦**

定义：关于客户难题的**影响、严重后果与暗示**

示例



这对销量有什么影响？



这会不会降低您提议进展的速度？



这会导致成本的增加吗？



如果不能按时完成任务，客户会对你有什么抱怨？



这对您的进度有什么严重的后果？

暗示型问题

注意

使用暗示型问题存在一定**风险区域**



高风险

沟通过早阶段

有我们不能解决的暗示

影响：会存在一定的负面作用，让客户沮丧



低风险

难题很重要

难题不清晰

影响：加强客户信任，增加成交机会



练一练

如果进一步让成本降得更低，您认为哪些方面可以改进呢？

合作公司缺乏售后服务以及培训课程，会给你带来什么不方便呢？

这些毛病会导致困难产生吗？

每一个客户都使用效率低的传统写代码模式，对你来说影响是什么呢？

难点型
问题

暗示型
问题



需求效益型问题

目的：针对最大的**痛苦**给予**快乐**的对策

定义：以**对策、解决方案**为核心内容的**问题**为需求效益型问题

示例



解决这个问题对您很重要吗？



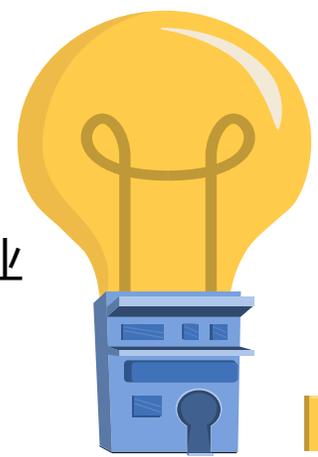
您为什么觉得这个对策如此有用？



还有没有其他可以帮助您的方法？



假如有专业的团队可以解决你的售后问题，和提供专业的培训给到您，对您有什么帮助呢？



需求效益型问题

注意



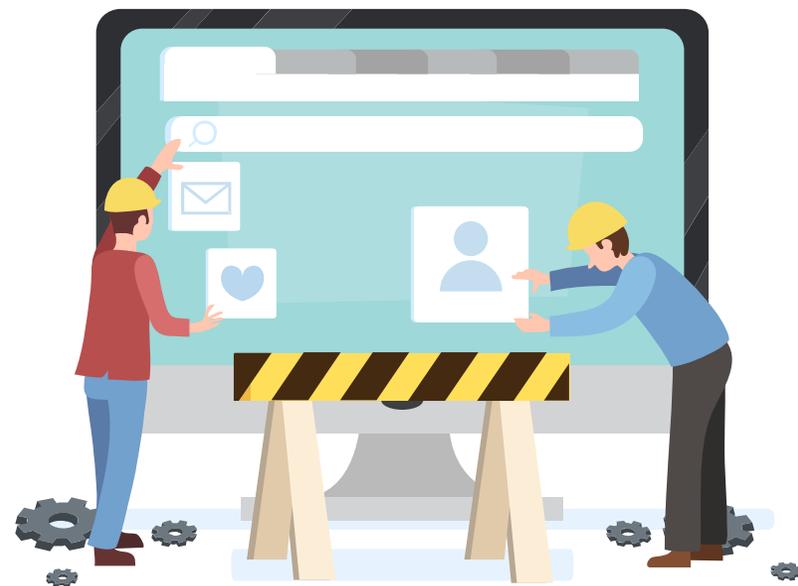
是否有需求



对这个问题是否认可



这个问题真的是企业需求吗？





SPIN结构提问法

SPIN提问模式

- 情况型问题
- 难点型问题
- 暗示型问题
- 需求效益型问题

SPIN运用关键

- 提问范围
- 提问升华-PMP润滑剂



提问的范围

客户的特殊需求

客户以往的经历

01

客户的目标或挑战

- 贵公司今年产量的目标是什么
- 贵公司今年的市场占有率有什么目标？部门有哪些目标？
- 目前遇到什么挑战？

02

客户希望的结果

03

客户个人的信息

04

05

提问升华-PMP润滑剂

- 1.在朋友圈看到您.....真的是行家啊/很有才啊
- 2.根据您对产品的了解,看来您很专业啊/很有眼光啊

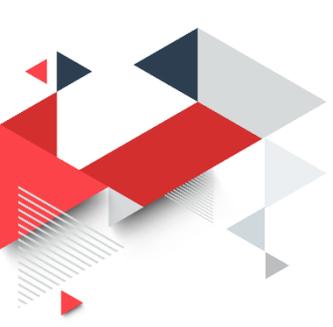
与其赞美客户本身不如称赞客户过去的成就及所属物

张总 您提出来的这个点呢,我也非常认同

称呼客户的称谓

从细节着手

直接赞美



思考：

- 找出女销售的SPIN



你父母还健在吧？

你妈妈多大年纪了？

你爸爸安葬在哪个地方？

情况型问题

你爸的骨灰安放在一个小格子里，你妈要是去了，难道还要他们两个老人家，都挤在一个小格子里啊？

难点型问题

他爸妈的骨灰放在一个小格子里，清明上香的地方都没有？你说你这叫孝顺吗？

暗示型问题

我买一个墓地不就行了！

承认需求



教务系统spin话术

情况型问题

- 你们机构开学了吗?
- 课时和老师都安排到位了吧?
- 您这边是怎么排课的呢?

难点型问题

- 报名人数多，但教室和老师不够，会不会需要花更多时间来做课程的安排?
- 使用excel表来进行排课，是否会更容易出错?

暗示型问题

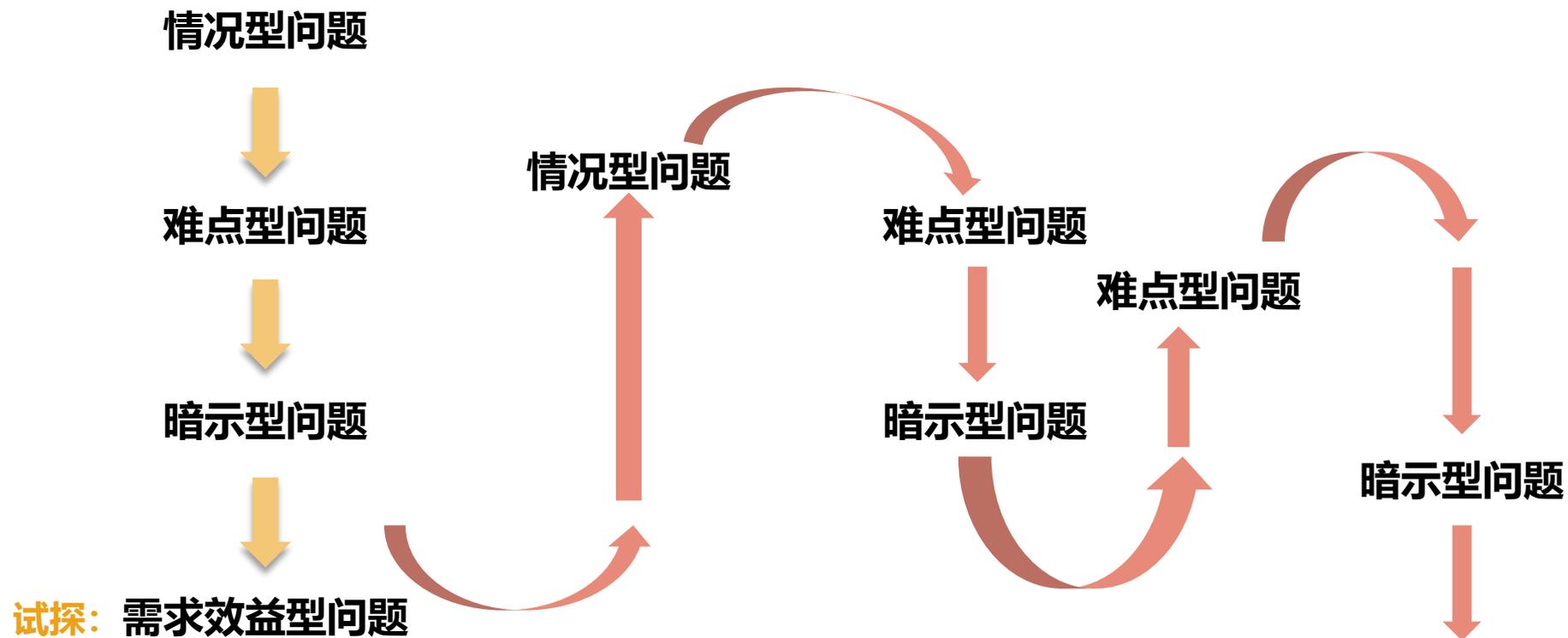
- 如果老师没法投入更多的精力在上课质量上，是否会影响机构的服务质量和老师的积极性?

需求效益型问题

- 如果我们的教务系统可以智能排课，提高员工效率，是不是帮您带来更高的效益?



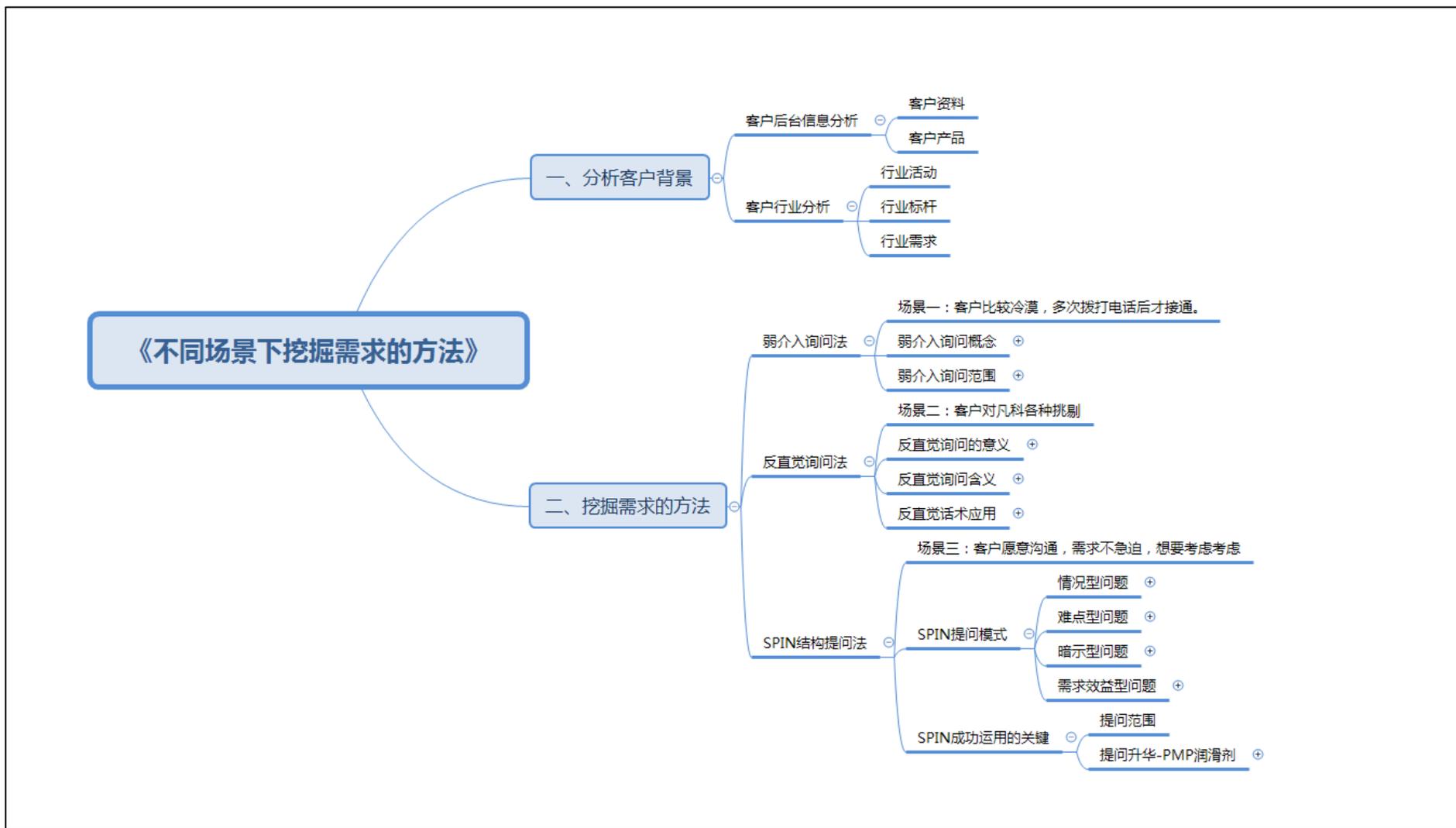
灵活运用SPIN结构



把SPIN模式看成一个公式，你会失败的！

把SPIN模式看作是一个灵活的会谈路径图，它就可以如帮助成千上万其他人一样帮助你

总结回顾



感谢您的聆听

