



电销五步法—挖需求

58同城营销中心培训部招聘组

聘

聘

聘

聘

聘

挖需求——目的

为什么要挖掘需求？

客户需求是成功签单合作的核心！

了解客户真实需求，为下一步导入产品做准备。

注：不见明确需求不轻易介绍产品



聘

聘

聘

聘

58聘

挖需求——案例

情景课堂-----老太太买李子记 情景一

小贩 A：我这里有李子，您要买李子吗？

老太太：我正要买李子，你这个李子好吗？

小贩 A：我的李子又大又甜特别好吃。

老太太：〔来到水果面前仔细看了看，李子果然是又大又红。就摇摇头〕我不买。

聘 聘 聘 聘 聘 聘 聘 聘 聘 聘

挖需求——案例

情景课堂-----老太太买李子记 情景三

小贩 C：老太太，别人都买甜的，您为什么买酸李子呀？

老太太：我的儿媳妇怀孕了，想吃酸的。

小贩 C：您对您儿媳妇真好，您儿媳妇喜欢吃酸的，就说明她要给您生个孙子，所以您天天给她买李子吃，说不定能生出一个大胖小子。

老太太：〔快乐地〕你可真会说话。

小贩 C：您知不知道孕妇最需要什么样的营养？

老太太：我不知道。

小贩 C：孕妇最需要的是维生素，因为她要供给胎儿维生素。您知不知道什么水果含维生素最丰富？

老太太：不知道。

小贩 C：这水果之中，猕猴桃含维生素是最丰富的，如果您天天给儿媳妇买猕猴桃补充维生素，儿媳妇一快乐，说不定就生出一对双胞胎来。

老太太：〔很快乐〕不但能够生胖小子还能生双胞胎，那我就来一斤猕猴桃。

小贩 C：我每天都在这里摆摊，而且水果都是新鲜进来的，您下次再来呢，我再给您优惠。

挖需求——案例

为啥三个小贩有完全不同的结果？

是因为他们在挖掘客户需求层次方面完全不同，所以越深入地挖掘客户的需求，越能够找到销售时机，才可能更多地针对客户的需求来进行介绍，然后更好地进行销售。

聘

聘

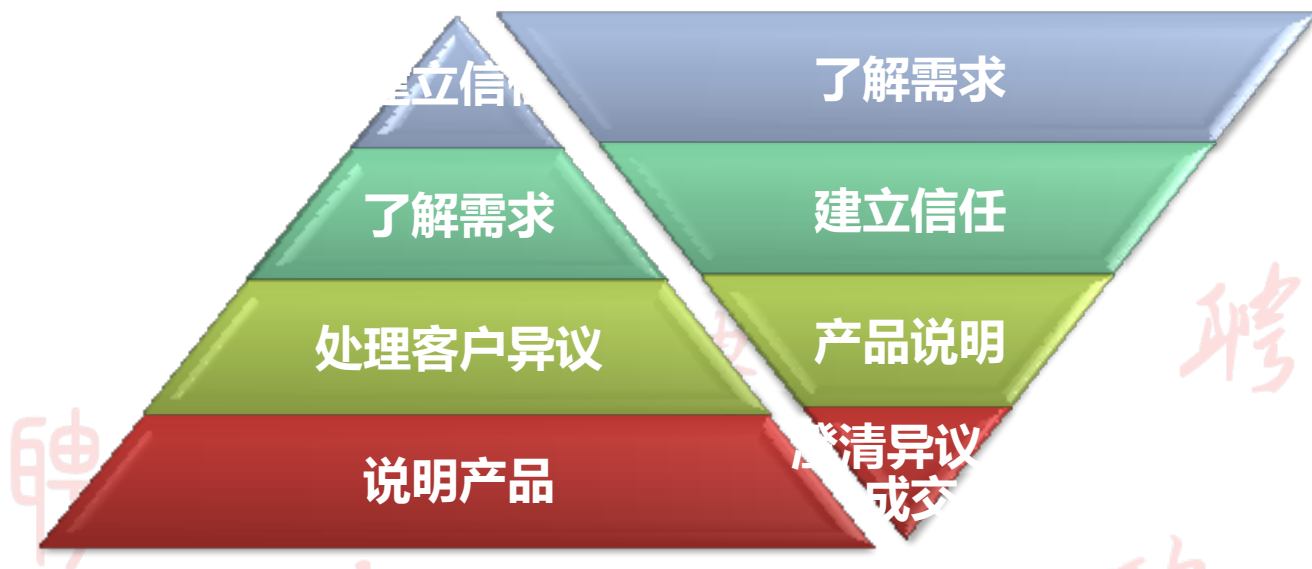
聘

聘

聘

58聘

挖需求——参谋式销售



聘

聘

聘

聘

58聘

定义：

参谋式营销，顾名思义就是站在专业角度和客户利益角度提供专业意见和解决方案以及增值效劳，使客户能作出对产品或效劳的正确选择和发挥其价值，在这参谋式营销过程同时建立了客户对产品或效劳的品牌提供者的感情及忠诚度，有利于进一步开展关系营销，到达较长期稳定的合作关系，实现战略联盟，从而能形成独具杀伤力的市场竞争力。

和传统销售的区别：

传统销售理论认为，顾客是上帝，好商品就是性能好、价格低，效劳是为了更好地卖出产品；而参谋式销售认为，顾客是朋友、是与销售者存在共同利益的群体，好商品是顾客真正需要的产品，效劳本身就是商品，效劳是为了与顾客达成沟通。可以看出，参谋式销售将销售者定位在客户的朋友、销售者和参谋三个角度上。因此，如何扮演好这三种角色，是实现参谋式销售的关键所在。

显性需求：

客户对愿望和需求的具体陈述。比方

1. “我希望一个月快速招聘10个销售人员。”
2. “我一年只能给网站四千块钱的招聘预算。”
3. “我想要一个经验丰富的维护人员。”

原那么：不见明确需求，绝不报价

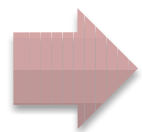
方：

1. “网站的招聘效果不好。”
2. “58的招聘费用太高了，没有预算。”
3. “我觉得你们的售后有名无实。”

挖需求——方法

提问

- 招聘职位类型
- 职位要求
- 招聘数量
- 长期或短期招聘
- 是否有急聘需求
- 招聘渠道
- 招聘效果



分析

- 根据客户回答，**直接匹配需求**
- 当客户表现出**不满**时（效果不好、招聘速度慢）
- 当客户表现出**对未来的期望**时（公司扩张等）

需求

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/047025200120006102>