

主 題		【銷售實戰研究所】7 商品說明與銷售表達實戰班			
對 象	主管	時數	6 小時	講師	王人國
課程介紹	許多業務人員對產品非常熟悉，但在面對客戶時，卻常出現「講很多、客戶卻沒感覺」的情況。問題不在產品不好，而是在於商品說明缺乏重點、無法連結客戶需求、說不出產品價值，導致客戶聽不懂、沒感覺、難成交。				
	本課程以「商品說明」為核心架構，從商品特色分析、客戶需求連結、價值說明技巧到成交引導，協助學員建立有邏輯、有吸引力、有說服力的商品介紹能力。				
	課程透過實務案例、互動演練、情境模擬與商品說明實戰練習，引導學員學會如何把「產品功能」轉化為「客戶利益」，讓商品介紹不再只是規格說明，而是真正做到「說出價值、提升信任、促進成交」。				
課程目標/效益	1 建立專業商品說明能力				
	學會有邏輯、有重點地介紹產品，提升專業形象。				
	2 提升客戶需求連結技巧				
	懂得從客戶需求出發，說出客戶真正有感的價值。				
	3 強化商品說服與成交能力				
	運用商品利益與價值說明技巧，提高成交成功率。				
	4 提升客戶信任與產品認同感				
課程目標/效益	讓客戶不只是聽懂產品，更願意相信與購買。				
	5 降低價格競爭與客戶比價問題				
	從價格競爭轉向價值競爭，提高商品價值感。				
	6 建立高績效商品介紹模式				
打造可複製、可應用的商品說明 SOP 與銷售流程。					
課程大綱					
課程單元 時間		課程內容		教學方式	
一、商品說明核心觀念： 從介紹產品到創造價值 1.5H		課程重點 - 商品說明的重要性 - 客戶真正想聽的是什麼？ - 商品功能 vs 客戶利益差異 - 商品價值傳達技巧		分組團隊競賽 美式互動教學 團隊互動式研討 分組練習 / 報告 講師指導 / 回饋	

	• 客戶購買心理分析 • 高成交商品說明案例解析 學習效益 • 建立正確商品說明觀念 • 提升價值表達能力 • 強化專業銷售形象 • 增加客戶注意力	
二、商品介紹技巧： 讓客戶聽得懂、記得住 1.5H	課程重點 • 商品特色整理技巧 • FABE 商品說明法 • 商品優勢與差異化分析 • 商品說明結構設計 • 數據、案例與故事應用 • 商品展示與說明技巧 學習效益 • 提升商品介紹能力 • 增加商品吸引力 • 強化客戶記憶點 • 提升說話邏輯與重點表達 課程產出 • 商品特色分析表 • 商品說明架構表	分組團隊競賽 美式互動教學 團隊互動式研討 分組練習 / 報告 講師指導 / 回饋
三、客戶需求連結： 提升商品說服力 1.5H	課程重點 • 如何挖掘客戶需求？ • 客戶問題與痛點分析 • 客戶需求提問技巧 • 商品利益連結技巧 • 客戶異議處理方法 • 價值型銷售說服技巧 學習效益 • 提升需求分析能力 • 增加客戶認同感 • 強化說服技巧 • 降低價格抗拒問題 課程產出 • 客戶需求分析表	分組團隊競賽 美式互動教學 團隊互動式研討 分組練習 / 報告 講師指導 / 回饋

	商品利益轉換表	
四、成交引導技巧： 把商品說明變成交機會 1.5H	課程重點 - 成交關鍵時機判斷 - 客戶猶豫原因分析 - 成交引導技巧 - 客戶比較與比價應對 - 商品加值與組合銷售技巧 - 商品說明實戰演練 學習效益 - 提升成交成功率 - 增加客戶購買意願 - 強化臨場應對能力 - 建立高績效銷售模式 課程產出 - 商品成交引導話術 - 個人商品說明 SOP	分組團隊競賽 美式互動教學 團隊互動式研討 分組練習 / 報告 講師指導 / 回饋
備註	請註明此單元是否需要特殊教具、軟體，或對學員的特殊要求。	