

《医药销售实务》实训指导书

主编：卫军锋

工商管理系

编写说明

为了让学生学到更加实用的推销技能，促进我院教学继续向职业教育方向转化，按照学院的有关要求，编者编写了本实训指导书。

本指导书供我院学习《医药销售实务》课程的同学使用，包括必修、系选修及学院选修的同学。

本指导书适用于我院药品经济贸易系药品营销和电子商务专业。同时，本指导书的第六到十个实训适用于我院生物制药工程系的生物制药技术专业。

本指导书由卫军锋同志编写。希望各位老师和同学提出意见，我必将认真听取、深入研思，不断改进。

编者

2013. 10

目 录

实训一 推销道德意识的树立-----	1
实训二 电话邀约及打电话的技巧-----	2
实训三 树立良好的印象-----	3
实训四 有效拜访医药市场终端-----	4
实训五 推销洽谈之培养倾听的习惯-----	7
实训六 推销洽谈之销售陈述的技巧-----	8
实训七 推销洽谈之提问技巧-----	10
实训八 产品销售演示技巧-----	11
实训九 处理顾客异议的技巧-----	14
实训十 促成交易的技巧-----	15

实训一 推销道德意识的树立

一、实训目的

通过对一背景资料的分析帮助同学们树立讲推销道德的意识。

二、实训内容

对下面背景资料进行分析辩论,并讨论合乎推销员道德的推销方法。

背景资料:

西安医务人员惊爆回扣黑幕 30 元以上的药品都有回扣

中国新闻网 2002 年 10 月 30 日电,据三秦都市报报道,一边是药价高看病贵、住院贵,患者反映强烈;另一边却是各大医院药品回扣风屡禁不止。日前,一位医务人员向记者投书惊爆回扣黑幕。

这位不愿透露姓名的医务人员在举报信中痛心地说,虽然有关部门对药品回扣问题曾多次进行过整顿,短期收到一些效果,但目前情况仍很严重,甚至发展得更隐蔽、更猖獗。

各大医院药房仍然给厂家每月“统计处方”,每月后几天,为厂家提供各医生用药量,回报是给统计者每张处方 1—2 元。药物回扣更是量大惊人,举例如下(指住院部病人)

先舒:每支出售价还不足 80 元,给医生回扣 18 元,一般医生给病人每天开 5—8 支(指此一种药);果糖:每瓶给医生回扣 16 元;壹枚泰、血活素:每支回扣 10—15%。具体仅举上述几种,一般价格 30 元以上 1 支(盒)药品几乎都有回扣。

该医务人员还点出了每次整顿效果不大的根本原因,那就是每次执法部门来医院检查前,上级卫生管理部门就有人电话先通知到医院,医院立即通知到各厂家医药代表,除几个小厂家外,检查这几天医药代表就不会来医院了。

据称,现在回扣大的厂家代表,每月只到医院 1—2 次即可(取统计名单和送款)。据称上述现象在省市各大医院都一样,还不涉及药品进入医院公关费及有关人员(负责人)费用。所有这些费用加起来高达药品价格的 50%。

三、实训要求

- 1、阅读背景资料,注意思考医药回扣的方面的问题。
- 2、对于给医药代表给医务人员回扣,请同学们选择你的观点:为了完成销售定额,提高自己的销售业绩,医药代表给医生回扣是不得已而为之的办法,可以理解;

违背推销员的道德标准，不值得应用，应当用其它方法。

3、观点不同的同学在课堂上公开辩论，教师做出点评。

4、讨论合乎推销员道德的推销方法。

5、写出实训报告。

四、实训场所

教室

五、考核标准

1、扼要概括的书面材料要求基本能说出：药品回扣十分严重，导致了药品价格过高，患者负担加重；药品回扣是现在医药代表所使用的一种推销手段；药品回扣是执法部门所禁止并要查处的推销手段。该项分值满分为1分。

2、踊跃发言的程度总分为3分。

3、学生提出的观点在推销道德上基本围绕“推销中应当首先讲求推销道德”；在方法上能够创造性的提出一些药品给回扣以外的推销方法。总分值4分。

4、实训报告2分。

实训二 电话邀约及打电话的技巧

一、实训目的

要实现与潜在顾客的会面可以采用三种方法：写信、打电话、上门推销。其中打电话邀约是最普遍、最重要的方法。同时，打电话还广泛应用于推销的其它环节。所以推销员应当知道电话邀约和打电话的基本技巧。通过本实训可以让学生掌握打电话邀约的步骤与方法以及打电话的基本技巧。

二、实训内容

1、基于以下背景资料设计电话邀约方案，并按照邀约方案结合打电话的技巧进行角色扮演练习。

背景资料：

某某新特药商店是某某市医药公司下属的一家国有零售药店。总店地处市中心，营业面积达二百余平方米，经营品种二千多种。其下属有四家分店，分别设在市区人口较为密集的居民区，商店几年来通过刻苦努力，不断进取，98年销售额上升到近一千五百万元，挤进了全省医药零售企业的前列。经营特色：某某新特药商店以新药特药为主，分西药、中成药、滋补品及器械化学试剂四大类品种经营，是某某市最早一家以医药零

售连锁经营形式出现的药店。几年来，商店始终注视着市场的行情的不断变化。根据新的需求，不断地寻找新的优质的商品去服务于某某市市民。商店也始终真诚的希望与信誉好的厂家、商家结为良好的商业伙伴，为某某市市民的身体健 康做出自己的贡献。你还了解到了该药店的电话、地址以及该连锁药店总店经理的一些情况。

2、在熟悉了各自的电话邀约方案后，每两名同学一组进行角色扮演练习。

三、实训要求

1、在电话邀约的角色扮演练习中，同学们应注意以下一些问题：

(1) 如何才能保证对方清楚的听到你的讲话？

(2) 电话交流时声音的音量、音调方面应当注意些什么？微笑、友好的表情是否会在你的音调上体现出来从而被对方感知？

(3) 电话交流时如何表明你在倾听对方的谈话？

2、选择电话邀约做的最好的同学进行公众练习，教师做出点评、进行总结。

四、实训场所

药贸系实训教室或者教室

五、考核标准

1、学生应当基本了解到潜在顾客的以下情况：某某新特药商店是某某市有影响力的一家零售药店；该商店以新药特药为主很可能对我们的产品存在需求；该商店重视与供应商的关系。该项分值满分为2分。

2、学生对提示及注意的回答按回答的百分比给分，总分为2分。

3、学生角色扮演练习的效果体现在：能够按照打电话的程序进行电话邀约；在进行电话邀约时能够应用打电话的大部分技巧；打电话的内容有针对性，以邀约为目的；角色扮演投入、认真近似真实场景。总分为4分。

4、实训报告2分。

实训三 树立良好的印象

一、实训目的

良好的印象尤其是第一印象是十分重要的，因为客户往往认为推销员的形象代表了其所属公司的产品、服务以及合作态度。推销员的形象从其外表，举止和语言中得以充分展现。这项实训从外表和举止两个方面培养学生树立良好印象的技巧。

二、实训内容及要求

课堂下对自己的外表进行设计，在课堂上进行展示并对照推销员外表参考标准进行检查，接着进行举止实训。

1、外表实训。教师提前一周给学生布置好任务，让学生按推销员的要求对自己的外表进行设计，并在下周的课堂上进行展示。上课的地点选在实训活动室等适宜展示的地点。

展示时应当由一人朗读下表内容，其他同学互相检查。

学生外表评价参照标准：

具体部位	要求标准
头发	无头屑、不是太长，而且梳理的整洁、得体
耳朵	无耳垢
脸	很干净，没有满脸油光和汗水，胡须刮的干净，无伸出鼻孔的鼻毛
衣领	干净、硬挺
领带	颜色适当，浆红色、兰色带有金色或银白色的小花纹的为佳。刺眼的花色，花纹过大的为下品
衣服	以职业装为佳
纽扣与拉链	纽扣系的得当，没有杂纽扣，拉链拉上
鞋	无磨损，光亮如新
袖口	干净
手	干净，没有长指甲，指甲盖清洁干净无污垢
眼镜	干净、没有破损
口气	饭后刷牙、没有葱、蒜等异味
体味	无怪味和浓烈的香水味
精神面貌	精神焕发、有朝气
携带的物品	没有脏兮兮的名片、笔记本、活页广告等
职业形象	给人一种可信的、专业的推销员的职业形象。
整体	有一种职业形象

2、举止实训。包括接近顾客的角色扮演练习和目光接触练习。

接近顾客角色扮演练习：一人扮演推销员一人扮演顾客，两人间隔 10 米以上，推销员自信的走向对方，然后握手、双手递上名片、闲聊。教师应注意观察哪些人走的不够自信，哪些人握手、递名片的方法不当，并令重新练习。

目光接触的练习：学生相向而立，间隔一米左右，参照目光接触的技巧进行目光接触的练习，直到双方都能坦然的与对方进行目光接触为止。

三、实训场所

药贸系实训教室或者教室

四、考核标准

1、外表应达到：学生服饰干净、所选服装的款式及颜色搭配接近于优秀推销员，学生的外表良好，能给人精干、专业的感觉；该项分值满分为3分。

2、学生接近顾客的角色扮演练习过程完整，效果上能达到自信、从容、自然、合乎规范的要求。总分值为3分。

3、学生在“目光接触”的练习中能够认真练习，注意技巧，有所体会。总分值为2分。

4、实训报告2分。

实训四 有效拜访医药市场终端

一、实训目的

抓住了终端，就等于抓住了市场。医药市场终端主要包括OTC市场终端和医院市场终端。任何一个市场终端都不容推销员忽视。对于刚刚进入医药企业的推销新手来说，更多的是从事面向OTC药店的销售，所以对于同学们来讲，我们这个实训选择拜访OTC药店。通过本项实训，学生可系统掌握拜访客户的技巧，从而能够更加自如的应对未来拜访OTC药店时的挑战。

二、实训内容

对选择的OTC药店进行拜访或者进行拜访OTC药店的角色扮演练习。在拜访完OTC药店以后建立客户档案。

三、实训要求

本实训实施的前期准备工作是：与有合作协议医药企业取得联系，选择学校所在城市的医药一条街，指定同学为该医药企业的推销员，负责该地区该医药企业某种特定药品的销售。并指定同学选择某一药店作为自己拜访的目标。或者在授课班级里设立模拟的OTC药店和医药企业。请按步骤、分课时完成下列实训：

1、了解该OTC药店的基本情况。

药店的详细地址、邮编、电话号码。

药店的性质：国有、集体、个体、股份合作还是其他什么形式。

药店的主要负责人、主要目标营业员、执业药师的姓名、喜好、联络方法等。

药店的进货渠道、付款方式以及资信情况。

药店的经营规模，店堂营业面积、经营品种；是否连锁经营，生意状况如何，以

及与本企业有关联的同类品种的各种情况。

观察店堂内能否开展促销活动，哪一种促销活动形式最为适宜。

此药店购买对象及其相应的习惯。

同类产品竞争状况。了解主要竞争对手的优势、劣势，目前正采取何种策略。摸清对手情况，制定出相应对策运作市场。

OTC 市场终端对企业的建议、要求。

2、对调查到的资料进行整理并建立该 OTC 药店的档案。

通过对以上 7 个方面的调查数据的分析、整理建立该 OTC 药店的档案。并填写以下表格：

编号 OTC 药店客户档案

药店名称		药 店 负 责 人	姓 名		其它
地址电话			电 话		
开业时间			职务职称		
开始交往时间			爱好		
信用状况			性格		
经营项目		采 购 经 办 人	姓 名		
何时购何物			电话、住址		
企业规模及 经营状况			出生年月日		
			性格爱好		
			与本公司交情		

3、教师为学生确定较为简单的拜访目标，学生制定拜访该 OTC 药店的计划。

根据前期工作情况和终端档案及网络情况，明确拜访的过程中哪些是重点对象，当天要解决哪些主要问题等。

确定应当带什么宣传品（数量、种类）、演示用品、问卷、小礼品。

确定接近药店的策略。

计划好如何向店主、经理、柜长以及营业员问候，说第一句话赠送礼品。

制定计划时可结合填写下表来进行。

拜访计划概要

重要步骤	内 容
拜访目的	
拜 访 前 应	

有的准备	
接近药店的策略	
找准面谈对象的策略	
你最可能说的第一句话	
突出你自己策略	
完成任务的策略	

4、学生个人按计划对该 OTC 药店进行拜访。

5、根据当天的拜访情况进行总结分析，要肯定成绩，发现问题，找出不足和改进之处。

6、学生写出总结，集体交流拜访经验。

四、实训场所

药贸系实训教室或者教室

五、考核标准

1、学生对所选定 OTC 药店的了解应当先抓住必要了解内容、所了解情况尽量详细、完整。该项分值满分为 1 分。

2、学生所建立的 OTC 药店档案应当规范、完整。该项分值满分为 2 分。

3、学生所写的 OTC 药店拜访计划应当有针对性、可操作性强。该项分值满分为 2 分。

4、学生个人对 OTC 药店进行拜访应当达到让客户满意和实现拜访目标的要求。可以通过对学生所拜访 OTC 药店的调查和学生写出总结、集体交流拜访经验时的发言进行考察。该项分值满分为 3 分。

5、实训报告 2 分。

实训五 推销洽谈之培养倾听的习惯

一、实训目的

倾听的人不仅了解自己而且能了解说话的人。推销员倾听的越多，他获得的客户

信息就越多，销售业务达成也越有可能。所以，推销员应当多听少说。本实训就是要帮助学生在推销中树立“多听少说的”的观念和养成倾听的习惯。

二、实训内容

练习倾听的技巧。

三、实训要求

1、教师应当首先要求同学们实事求是、认真对待该项实训，接着让学生写出一个到两个各自最有见解的话题。

2、将那些见解相似同学以3人或4人为一组学生分成多个小组。

3、小组的每一个人轮流扮演倾听者，倾听其他几位同学就自己最有见地的话题进行的10分钟左右的交谈。倾听者有说话的权利，但当受到小组内的人的制止时则应停止插话继续倾听。

4、倾听者在倾听他人的交谈后要完成的工作有：①测试自己可以保持多长时间的沉默。②记录下自己的心灵感受：写出不说话的滋味；写出企图说话而被别人强行制止的感受。③分析，为什么会有以上的感受。④写下所听到的并交给小组的其他人。

5、小组的其他人评判倾听者的倾听效果。评判可以按下表所列的指标来进行。

项目及对应表现	总是	通常	有时	很少	从不	分数
能记住交谈者的一些言语						
有鼓励交谈者继续谈话的话语。						
与交谈者有较早的一贯的目光接触						
无让交谈者感到完全沉默的感受						
无被交谈者制止的冒失的插话						
清楚交谈者的意图						

总是5分；通常4分；有时3分；很少2分；从不1分。总分数高于24分的倾听者具有良好的倾听习惯。总分数小于12分的倾听者具有非常差的倾听习惯，需要对照以上所列的指标进行更多的练习。

四、实训场所

药贸系实训教室或者教室

五、考核标准

1、学生参与练习的投入程度的分值满分为2分。

2、学生在第四步中所完成的工作应当认真、事实求是。该项分值满分为2分。

3、学生在第五步练习中倾听效果的分数转化为总考核分数后满分为4分。

4、实训报告2分。

实训六 推销洽谈之销售陈述的技巧

一、实训目的

销售陈述好坏直接关系到销售的成功与否。有经验的销售人员会妥善把握好产品卖点与客户需求之间的关系，合理设计自己的销售陈述，往往会起到事半功倍的效果。而很多销售人员却不明白销售陈述的重要性，客户需求把握不准，产品卖点总结不够，从而导致了销售的失败。

二、实训内容

对背景资料中所述的内容按要求进行关于销售陈述的讨论和角色扮演练习。

背景资料：

“健儿消食口服液”的产品说明书：

药品名称：健儿消食口服液

生产厂家：天津市爱康药业有限公司

经销药店：京卫大药房

产品介绍：【功能主治】健脾益胃，理气消食。用于小儿饮食不节损伤，脾胃引起的纳呆食少，脘胀腹满，手足心热，自汗乏力，大便不调，以至厌食、恶食。

其他说明：

【成份】黄芪（制）、白术（麸炒）、麦冬、陈皮、莱菔子（炒）、山楂（炒）、黄芩。
辅料为：蜂蜜【性状】本品为棕黄色的液体；味甜、微苦【作用类别】本品为厌食类非处方药药品【用法用量】口服，3岁以内一次0.5-1支；3岁以上一次1-2支；一日2次，用时摇匀。【注意事项】1. 患儿平时应少吃巧克力及带颜色的饮料，和滑腻厚味等不易消化的食品。2. 过敏体质者慎用。3. 药品性状发生改变时禁止服用。4. 儿童必须在成人的监护下使用。5. 请将此药品放在儿童不能接触的地方。6. 如正在服用其他药品，使用本品前请咨询医师或药师。【贮藏】密封，置阴凉处。【包装】棕色管制玻璃瓶装，10毫升*6支。【有效期】三年。【批准文号】国药准字Z12020443 市场价：13.80元

1、请所有同学思考、讨论以下一些问题，以提高销售陈述的质量。

在对消费者、OTC药店店长、医院的药剂科主任进行销售陈述时分别应当突出健儿消食口服液的哪些方面？

进行销售陈述时专业用语用的多了好不好？

说产品的特性好还是产品的利益好？试比较“这种药是甜味的口服液”和“这种药是甜的，孩子喝药时不会抗拒，十分省事”哪个更能打动人心？

介绍药品时是先介绍药品的优点还是先介绍药品的缺点？“这种药的效果相当的好，就是价钱稍微高了一点儿。”和“这种药的价钱稍微高了一点儿，但它的效果非常好。”这两句话比较起来，哪个陈述较好？

语言越简炼点好还是详细点好？试比较“这种药是甜味口服液，不刺激小孩只要直接口服就行了。”和“这种药是甜味的。”或“这件药味甜，喂孩子方便多了。”哪个更能吸引顾客的注意力？

语言是抽象点好还是具体点好。“这是天津市爱康药业小儿消食药，请您放心”与“这是天津市爱康药业小儿消食药，药品疗效是几种药品中最好的”哪个抽象哪个具体？

2、阅读以上背景资料并根据以上思考和讨论，对自己的销售陈述进行构思。

三、实训要求

1、两人一组，进行角色扮演练习。其中，一人扮演药品推销员另一人扮演消费者或者OTC药店店长或者医院的药剂科主任。“推销员”向“消费者”或者“OTC药店店长”或者“医院的药剂科主任”介绍产品，展开有针对性的销售陈述。一个练习完成后，两人交换角色。

2、选择角色扮演最好的一组在讲台上进行角色扮演练习。教师做出点评。

四、实训场所

药贸系实训教室或者教室

五、考核标准

1、学生对要求讨论的问题要积极发言，观点鲜明，有理有据。该项分值满分为3分。

2、学生进行销售陈述角色扮演练习的效果可以从以下几个方面考察：学生在销售陈述中是否灵活的用到了销售陈述的技巧；学生的销售陈述是否针对顾客的谈话内容。该项分值满分为5分。

3、实训报告2分。

实训七 推销洽谈之提问技巧

一、实训目的

恰当的提问可以帮助推销员识别顾客的问题，有助于抓住潜在顾客的注意力，有助于树立相互信任的关系，有助于检验自己对顾客所做的推测与判断，有助于控制推销洽谈的过程。通过这项实训学生可深入掌握这一十分重要的技巧。

二、实训内容

关于提问的角色扮演练习。

三、实训要求

1、学生每3个人分成一组，一位同学扮演销售人员，一位同学扮演购买者，一位同学扮演观察者，每一位同学详细了解下列药品功效。复方草珊瑚含片；白加黑感冒片；金嗓子喉宝；海王银得菲；创可贴；正大福瑞达润洁滴眼露；诺氟沙星胶囊（氟派酸）等。

2、销售人员对购买一个或多个上述产品的顾客提出关于个人需要和存在的问题方面的问题。观察者对销售人员所提出问题的质量和问题对了解顾客问题的效果进行评价。每一组的每个人轮流扮演销售人员。

观察者对销售人员提出的问题的质量进行评价时可依据以下标准：对不善言谈的人的提问应当有较多的封闭式问句；对于一些敏感性的问题如个人隐私和感到比较尴尬的问题采用了巧妙的问句，比如第三方问句：“很多人认为在秋季准备治痢疾的药很重要，你也这样认为吗？”，随意式问句：“顺便问一下，你是不是很喜欢上网”；提问的过程合乎“油灯法则”或“灯笼原理”；提问-回答-再提问之间有合理的间隔；所提问题简单易答。

3、教师在观察了同学们的情况后，选择提问最好的同学在讲台上对顾客进行提问，并对全班的提问情况做出点评。

四、实训场所

药贸系实训教室或者教室

五、考核标准

1、学生在提问的角色扮演练习中应当积极参与，认真练习。该项分值满分为2分。

2、学生的提问应当围绕顾客的需要，帮助顾客识别到其自身存在的问题。该项分值满分为4分。

3、学生在提问中运用提问技巧的情况可以从提问技巧的数量和质量上来测评。该项分值满分为2分。

4、实训报告2分。

实训八 产品销售演示技巧

一、实训目的

一次成功的产品销售演示的重要意义，怎样估价也不会过高。通过本项实训，学生可系统掌握进行产品演示的技巧。

二、实训内容及要求

学生按照科学的步骤，用学到的产品销售演示的方法，在讲台上当众进行指定或另选药品（或医疗器械）的销售演示。

背景资料：

“金嗓子喉宝”含片的有关介绍。

“金嗓子喉宝”是上海华东师范大学生物系王耀东教授的高科技成果，系广西名牌产品、国家级新产品。

咽喉疾病是困扰人们的情绪、工作和生活的多发病。一般的药品，口服后便分散到全身，而咽喉部位药量微乎其微，因此疗效欠佳。

上海华东师大生物学家王耀发教授提出，治疗咽喉炎，既要有外在的消炎成份，又要有内在的消除咽喉劳损、恢复咽喉肌体活力的东西，还要有从整体上提高肌体免疫力的物质，才是最佳方案。

金嗓子喉宝系王耀发教授根据生物系新兴的自由基理论，结合中西经验、精选青果、罗汉果等十多种优质天然中药材精制而成。对咽喉炎、咽喉肿痛、咽干口燥、口臭等疗效奇佳，无副作用。

金嗓子喉宝现已成为患者首选的护嗓品牌。

功能与主治：疏风清热、除口臭、解毒消肿、利咽止痛，适用于咽喉肿痛、声音嘶哑、急性咽炎、急性喉炎等。

用法与用量：含服一次1片，一日6次，七天为一个疗程。

规格：每片2g，每袋10片，每盒两袋。

金嗓子的广告：“保护嗓子，请选用金嗓子喉宝”

广西金嗓子有限责任公司

地址：广西柳州市跃进路28号 邮编：545001 电话：（86）-772-2825718

传真：（86）-772-2821456 电子邮件：jinsangz@public.lzptt.gx.cn

以指定的药品“金嗓子喉宝”为例，其余产品的实训要求与此相同。

1、请同学们根据以上材料认真对产品进行分析，填写产品分析表。

产品分析表

产品特征	产品优点	利益	满足 动机	戏剧化方式

2、请同学们根据患者心理，结合所学知识，解决顾客没有说出但却存在于心中的问题。

解决顾客心中的六问题表

顾客心中六问题	你解决的方法——戏剧化内容
我为什么要听你讲	
这是什么	
对我有什么好处	
那又怎么样	
谁这样说的	
还有谁买过	

3、请同学们结合以上两个步骤的分析与方法写出产品演示方案。

_____产品销售演示方案

◆产品销售演示时的辅助物品有：_____

◆产品销售演示的步骤：

4、同学们挨个上讲台，当众进行产品销售演示，并由教师做出点评。

三、实训场所

药贸系实训教室或者教室

四、考核标准

1、学生在进行销售演示应当认真准备，凡不能认真准备的一律扣分。该项分值满分为20分。

2、学生填写的产品分析表的质量可以从完成表格的质量上评价。该项分值满分为10分。

3、学生所写销售演示方案应当规范、细致、可操作性强。该项分值满分为10分。

4、学生进行销售演示的效果可以从以下几个方面考察：同学们的反应及掌声；在销售演示中所运用的戏剧化方式的数量与质量；在销售演示中合理的选择了演示工具。该项分值满分为4分。

5、实训报告为2分。

实训九 处理顾客异议的技巧

一、实训目的

推销员应当欢迎异议，因为那些提出异议的顾客实际上是对产品感兴趣的人，而且通过顾客的异议推销员可以知道顾客究竟有什么问题、想法。接下来推销员应当巧妙的处理好顾客的异议。这项实训就是要帮助同学们掌握处理异议的技巧。

二、实训内容

对顾客异议进行思考讨论，对一些顾客可能提出的异议进行分析，写出几个处理这些异议的较为恰当的对策。然后，进行角色扮演练习，并灵活运用处理顾客异议的技巧。

1、结合所学内容对以下一些问题做出思考。

顾客异议都是顾客真实的理由和想法吗？

顾客提出异议后我们都必须做出正面的回应吗？

如何澄清顾客异议深层的原因？

对待异议一般有哪几种处理策略？

顾客异议的处理时机应如何把握？

2、以下是一些在药品推销中经常遇到的异议，请同学们认真分析讨论写出处理这些异议的对策。并按典型异议、处理策略、恰当的语言造表。

我们没有足够的钱来购进你的药品。

药品的采购不是我负责的，你去找其他人吧。

我们不需要你的药品。

你们这种药品给的折扣空间太小。

我听说你们这种药品的疗效并不怎么样。

我们现在还不想采购你的药品。

三、实训要求

两人一组，进行角色扮演练习。一人扮演推销员，而且要具体的选择一种药品向顾客推销。另一人提出异议的顾客，针对推销员的推销内容提出各种各样的异议。

四、实训场所

药贸系实训教室或者教室

五、考核标准

- 1、学生应当了解处理顾客异议技巧大部分技巧。该项分值满分为2分。
- 2、学生应当能够基本解决常遇到的异议。该项分值满分为2分。
- 3、学生在处理顾客异议的角色扮演练习中应当运用技巧，有针对性，方法灵活，让“顾客”满意。该项分值满分为4分。
- 4、实训报告为2分。

实训十 促成交易的技巧

一、实训目的

在做出了完善的销售陈述和销售演示后推销员接着处理了顾客的异议，这时候就需要推销员进一步促使顾客达成交易，因为在推销中客户主动做出购买决定的情况是很少的。这个实训能够帮助同学们深入掌握促成交易的技巧。

二、实训内容及要求

首先对客户购买信号进行识别，然后进行促成交易技巧的练习。最后，进行角色扮演练习，并灵活运用促成交易的技巧。

- 1、结合所学内容识别下列哪些情况属于说明顾客有了订购的意图。

客户再次审视药品的说明书、包装、药品广告等？

客户表情放松，更加和善友好。

客户问还有没有别的产品。

客户出现了好几次看时间的情况。

客户和其他在场的客户交换赞同的目光。

客户的话题逐渐深入到所推销药品的多个方面。

客户直接说出“这种药品挺好的”。

客户询问交货期、付款方式方面的情况。

2、两人一组就某一种药品进行促成交易技巧方面的练习。一人说：“请用某某技巧促成交易”。另外一人则针对这种药品按照某某技巧促成交易。例如针对客户对白加黑感冒片的订购意图，用综述利益法促成交易，推销员则说：“你看，刚才咱们都认为：白加黑既可治疗感冒引起的鼻塞、咽喉痛、头痛、发热等而且还具有对流行性感冒的预防和治疗作用；白加黑定位独特，具有鲜明的特点，市场潜力巨大；白加黑为药店留有相对丰厚的利润空间。如果你决定订购，肯定能够为贵药店争取更高的销售额的”。

三、实训场所

药贸系实训教室或者教室

四、考核标准

1、说出 5 种顾客的表现，其中有的表明顾客有购买意图，有的说明顾客没有购买意图看学生能识别多少。该项分值满分为 2 分。

2、选择出 10 种促成交易的方法，要求学生运用，看能正确应用多少种方法。该项分值满分为 6 分。

3、实训报告为 2 分。

