
咨询顾问自学手册

我们的使命

成为我们生活的方式

- 通过提供最优秀的教育服务与信息技术解决方案，以此我们使个人，全球化的公司及社团组织产生转变
- 我们承诺一个美好的未来，伴随相同的志愿与目标，未来由充满朝气的年轻人一同搭建

每一天，我们的生活以价值来衡量……

- 许给组织中每一位成员及股东的承诺，我们将恪守并以之为荣
- 我们将创造一种争优革新的环境与气氛，使得我们的成员通过不断的学习以激发他们最全面的潜能。我们同样会鼓励成员在正视风险的同时去争取更大的成绩
- 我们将尊重每一位成员与合作伙伴在其业务中脱颖而出的愿望，并对他们的成就认可
- 作为社会的组成，我们将担负其应有的责任，在法律与道德准则上对于社会、社区表现出应有的尊重。在开展合作的每个地区，我们将时刻尊重与支持当地民族的社会风气。

全国Mini-MBA职业经理双证班



精品课程 权威双证 全国招生 请速充电

你可能准备跳槽或者求职, 却为缺少行业经验和专业证书而被用人单位百般挑惕!

你可能目前衣食无忧, 但随着年龄的增长和社会竞争压力的增大, 因为得不到专业的全新培训而失去竞争的机会和面临被淘汰的危机。

美华教育携手中国经济管理大学面向全国举办迷你 MBA 职业经理双证书班, 毕业颁发双证书。

招生专业及其颁发证书

认证项目	颁发双证	学费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《物流经理》MBA 高等教育双证班	高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《医院管理》MBA 高等教育双证班	高级医院管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元



【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课（远程函授+教学电子光盘自修+网络学院持续视频学习）



【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》;
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》;



【证书说明】

1. 证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）;
2. 毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，证书是学员求职、提干、晋级的有效证明；。



【学习期限】 3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



【收费标准】 全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是经理人首选的学习方式。



【招生对象】

- 1、对管理知识感兴趣，具有简单电脑操作能力（有2年以上相应工作经验者可以申请提前毕业）。
- 2、年龄在20—55岁之间的各界管理知识需求者均可报名学习。



【教程特点】

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习（专家、顾问24小时接受在线咨询，第一时间回答学员的提问和咨询）



【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



【承办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育专家、教育协会常务理事徐传有教授担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】13684609885 0451--88342620

【咨询教师】王海涛 郑毅

【学校网站】<http://www.mhjy.net>

【咨询邮箱】xchy007@163.com



【报名须知】

- 1、报名登记表格下载后详细填写并发送邮件至 xchy007@163.com (入学时不需要提交相片，毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



【学费缴纳方式】可以选择以下任意一种方式缴纳学费

方式一	学校地址	邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室 邮政编码：150020 收件人：王海涛
方式二	学校帐号	学校帐号：184080723702015 账号户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校 开户银行：哈尔滨银行龙江支行 支付系统行号：313261018018
方式三	交通银行 (太平洋卡)	帐号：40551220360141505 户名：王海涛 开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心
方式四	邮政储蓄 (存折)	帐号：602610301201201234 户名：王海涛 开户行：哈尔滨道外储蓄中心
方式五	中国工商银行 (存折)	帐号：3500016701101298023 户名：王海涛 开户行：哈尔滨市道外区靖宇支行
方式六	建设银行帐户 (存折)	中国人民建设银行帐户 (存折)： 1141449980130106399 用户名：王海涛
方式七	农业银行帐户 (卡号)	农业银行帐户 (卡号)： 6228480170232416918 用户名：王海涛 农行卡开户银行：中国农业银行黑龙江分行营业部道外支行景阳支行

可以选择任意一种方式缴纳学费，建议使用第五种方式（中国工商银行，比较方便快捷）收到学费的当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材和考试问卷。

<http://www.mhgy.net>

序言

诸位，欢迎你们把握住这次机会，去更深刻地了解你自己，以及更深刻地去理解成为一名教育咨询顾问这个角色。

今天，“顾问”已经阐释出一种崭新的意义与层面。这项工作的挑战性不亚其它任何工作。作为一名教育咨询顾问，如果可以理解咨询者的需求，并随之用适当的利益点进而交流，那么他便可以比别人更早做到合适角色的转变。

如今的咨询教育顾问不仅仅再是一名推销员与信息提供者，而是一名会思考、有情感的个人，他应能够充分理解并可以满足客户的需求。

这本自学手册将会指引你更深刻的了解教育咨询顾问这个角色的方方面面，同时会告知你一些技巧，它们会协助你在工作中取得更多成功。

在此我们真诚的期待，在你不懈与快乐的学习后，成功将会到来。

咨询顾问进阶

当今的市场环境时刻发生着变化，顾客互动力学同样也在发生着变化。顾客们受教育的程度越来越高，他们希望从付出的金钱中可以反馈回更多的价值。因此作为一名销售、咨询人员，此项工作的挑战性以及其主要的责任所在同样变得更加艰巨、复杂起来。

教育产业中，教育顾问是作为其中重要的角色出现的，他不但需要同客户通过电话、邮件等媒介进行沟通，同时他还需要与他的客户面对面的直接交流。由此客户对于中心的印象，以及所提供的产品、课程在很大程度上将会受到双方互动交流的影响。在这个意义上说，教育顾问就是我们公司的一位全面性的销售人员。教育顾问的压力相对会增加，因为他所需要做的不仅仅包括保证培训中心的入学人数，同时还要以长期维系中心在公众眼中良好的印象作为自己的职责。

教育顾问所需掌握的内容明细如下：

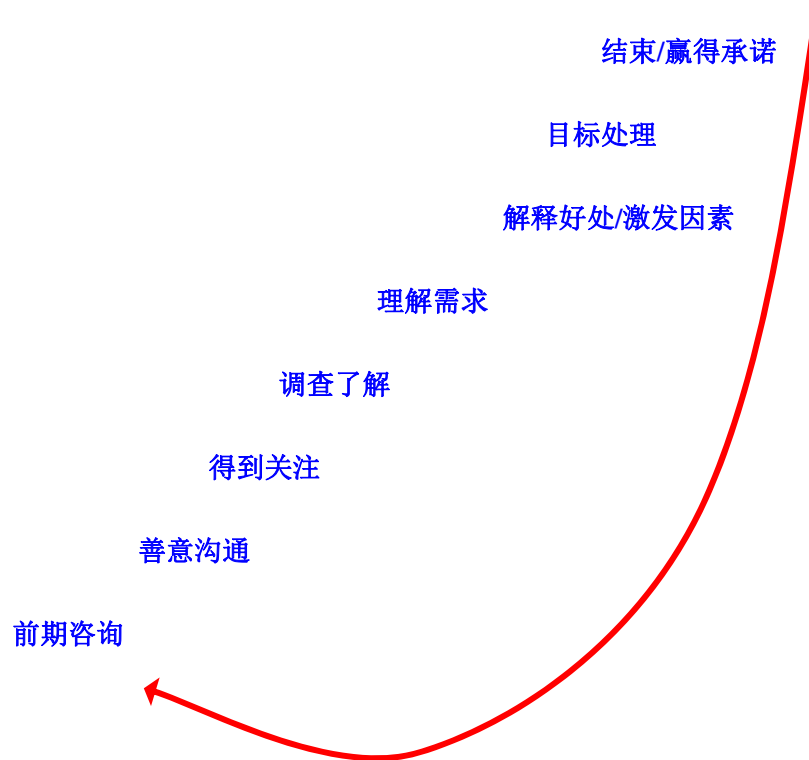
- 各类产品、课程的特点与优点
- 公司相关政策与规划
- 相关方面业务知识
- 询问权利
- 处理各类客户关系的技能
- 提供优质服务的能力
- 电话沟通礼节等等

教育咨询顾问必须保持一种解决问题的心态并以售出解决方案为目标。这就是熟知的双赢式解决问题方式。只有教育顾问做到以下几方面时，解决方案的售出才成为可能：

- 对咨询者的需求感兴趣
- 就此提相关的问题
- 根据咨询者的兴趣，提供适合的相关课程咨询
- 表现出一种主动的心理态度

咨询流程

以下是一则成功咨询项目程序的摘要。请记住其中的关键词语，在每一次咨询之前与过程中作一次流程预览。



在咨询顾问过程中，每一步对于最终项目的确定都起到非常重要的作用，比如“目前有没有第二学期入学的学员”这样一个问题。

下面罗列了咨询顾问过程中的各个步骤，每一步都有其特定的目标。阅读并熟悉这些步骤，以便可以在日后的咨询中使用到。一切终归需要经过实践。首先需要预先准备其中各个流程。随着经验的增加，整套流程将会变得非常自然顺畅。

作为开始的帮助，你可以影印本手册第 7 页，用以提醒你在咨询顾问过程中所发生的每一项步骤。

依据流程系统地进行整套项目，将会提高你达到有效结果的成功性。

每一项咨询步骤执行后，做一下相应的分析。交付到同事与中心负责人一起进行讨论去发觉其中哪里执行正确，哪里达到预期的效果，因为什么原因造成，哪些是你所擅长的部分，以及哪里还可以再做进一步的改进。

坚持不懈的练习与分析将会帮助你提高你在咨询顾问方面的技能！

前期咨询	确保已经问候咨询者，并使其感到心情舒适
亲切交流	在交流开始时同咨询者之间迅速建立良好沟通
注意力	将咨询者的注意力转入本次会谈的主题
调查咨询（询问）	提问问题，认真听取，从中提取必要信息
需求/要求	分析判断商业需求，个人需要以及潜在的障碍， 尤其是财经方面的问题
利益点/激发因素	以咨询者所得到的利益作为沟通点，通过你 清晰的交流手段满足咨询者的需求
目标	尽可能做到先期的准备，充分理解咨询者，使 用专业的手段做以回答并使他们信服
结束/承诺	咨询结束，使得你的咨询者对于你的咨询建议 目标表示出承诺

角色的熟悉

为了你的工作更加有效,你需要去预先理解将要执行的事项;你需要清楚你的工作角色。搞清楚自己的角色位置,做到这点听上去并不复杂。或许你会想,作为一名顾问咨询,你所做的是去执行一系列相关的工作任务。然而,同时你的角色职责还应以该包括其它的方面。

有效的去执行工作,非常重要的就是关于你对于本身工作角色的理解应该同你同事的理解是相互吻合的。以下是一份角色熟悉表单,可以帮助你更加清楚你的工作职责。

在回答以下问题时,请记住你的工作角色-咨询顾问。这将会帮助你更好地去理解公司对于你的期待以及你个人对于本职位的认知与期待。

1. 作为一名教育顾问咨询,如何理解这个角色,请说出你个人的观点。

2. 为了提高你的培训中心的入学人数，请问你有什么方法。

3. 请写下你所遇到的问题

a) 工作方面

b) 中心内部

4. 你认为一名教育咨询顾问，除了提供咨询之外，还有其它什么职责？如果有，你认为是

什么

5. 你目前的学员中，什么是他们入学的主要原因？

6. 有些咨询者来到你的中心却没有报名入学，你认为主要的原因是什么？

7. 你如何找到客户并与他们联系？

8. 请问你如何使得我们未来的客户赞成并认可你的意见？

完成问卷后，请将你的回答与你中心的负责人探讨，弄清楚其中关于角色理解的所有方面。

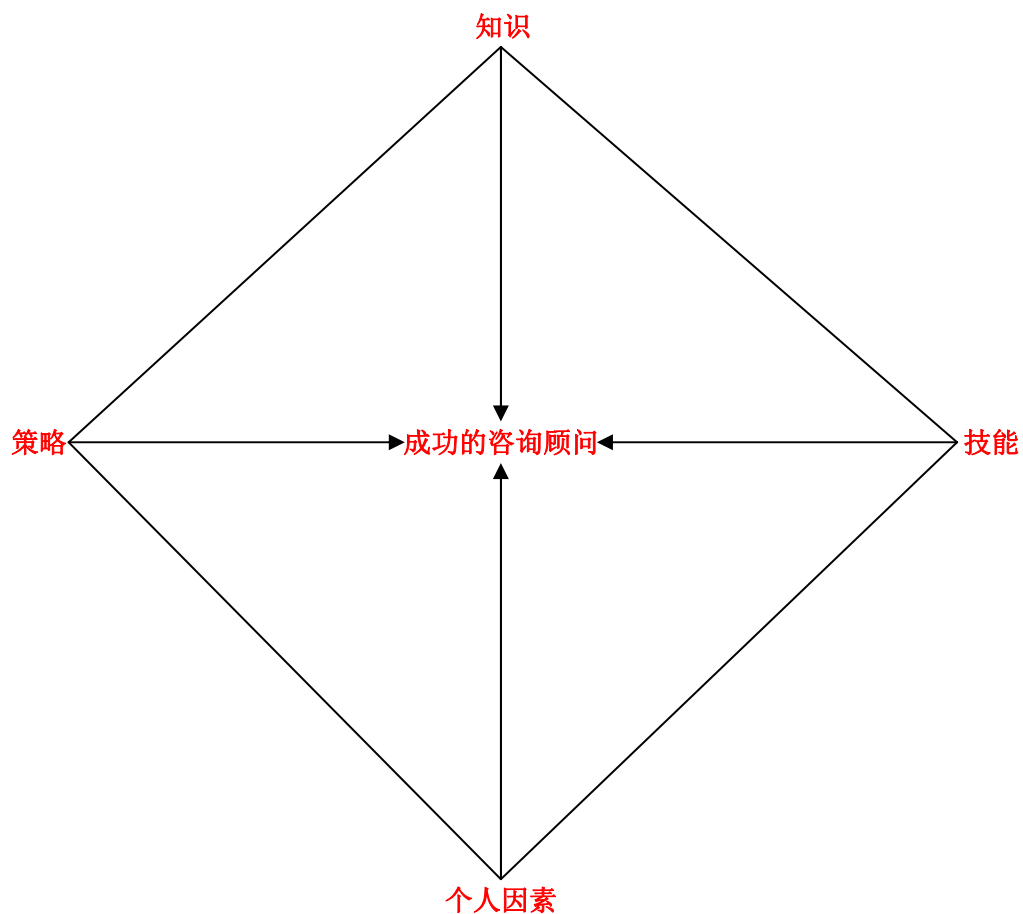
如此作为一名咨询顾问，你与其它的相关人士将清楚了解本职责中的各个方面。

日期& 培训顾问签名

日期&中心负责人签名

[成功因素](#)

如果希望成功的扮演好这个工作角色，你需要掌握大量的基础知识与技能，表现出到位的工作态度——这一切来自调查与前期的准备。鉴于它们在工作所体现的重要作用，我们将其称为成功的要素



A. 教育咨询顾问所需要掌握的知识

产品	组织	竞争者	客户
课程的技术方面	北大青鸟 aptech 的背景	他们是谁?	他们是谁?
优势&应用	北大青鸟 aptech 组织架构	提供何种课程?	他们在哪里?
课程费用	公司运转流程	额外提供的条件 免费机时, 上网, 各项安排, 等等	主要人群的个人资料
指导方针 - 合同, 文件等	培训机构的基础建设需求	被竞争者争取到的客户&原因	他们的确切需要
规划应用		列入竞争序列的入学人数	能力&对上课的急切性
授课			未来规划
所在地区人才市场情况			
B.相关技能:			
计划&组织			
交流&人际关系			
自我推广&信息推介			
具有影响力			

C.相关策略:

不同方式-面对面推销区别于电话沟通
不同顾客-面对学生的销售区别于面对专业人士的销售
不同市场-在城区与城郊销售的区别
D.个人因素:
个人态度-积极主动的
你的允诺-不要过分承诺
个人的自信

练习-自我评估

作为一名教育咨询顾问，你在客户（学员/企业）与组织之间扮演了首要沟通接洽的角色。你的责任就是全面而准确的介绍北大青鸟 aptech 的情况，让客户对北大青鸟 aptech 产生好感并帮助他最终做出决定。

以下提供了一份备忘单，你可以借此评估个人对于北大青鸟阿博泰克的认识了解程度。完成评估后，请与**中心负责人**沟通，弥补其中认识的不足并做出适当修改。

你对于公司/行业的认知理解

主题	认知足够吗	行为	帮助认识到不足的缘由
课程的技术认识			
课程的竞争优势			
价格信息			
宣传册销售			
公司背景与架构			
管理系统			
课程的时间安排			

报名资格			
课程资料			
基础设施			
授课地点支持			
培训学员及公司的数量			
市场份额及未来发展趋势			
提供支持的资源（财务，研发，等等）			
本身工作责任			

个人目标与层次			
推出的新课程			
其它事项:			

你对于（潜在）客户的认知

主题	认知足够吗	行为	帮助认识到不足的缘由
客户是谁/在哪里			
相关的决定制定者（学生本身/朋友/父母等等）			
沟通次数/适当或不适当的决定			
主要人群的个人资料（父母亲，从事的职业，职业目标等等）			
学期时段			
财力束缚			
确切的诉求			
课程完成后的计划			
凭借关系			
目前的入学情况是否令人满意			
未来发展计划			
其它问题:			

关于竞争者的认知（直接/间接）

主题	认知足够吗	行为	帮助认识到不足的缘由
竞争者背景资料（过去，目前，将来）			
提供课程及学费			
提供项目的其它部分（课程，授课地点，实验室基础设施，服务，等等）			
竞争者咨询顾问的信息			
未来计划（产品/价格）			
被竞争者争取到的客户/原因			
入学竞争的胜出/原因			
其它问题：			

中心负责人评语：

需要提高的方面：

客户的喜恶

此项联系的目标将帮助你想起以往作为顾客的所有经历,重新体会当时的心情。在此基础上,你来分析这种经历是令人愉悦的还是相反的感觉。

想一下,过去一段时间你的购物经历。销售人员的所作所为中哪些是你喜欢的购物经历,哪些是你不喜欢的?请写在下面的表格中。

喜欢	不喜欢

完成此项练习后,请阅读下页内容,以下总结了顾客对于销售人员言语举止的喜恶。

以下总结了作为一名教育咨询顾问时,客户喜欢或是不喜欢的因素:

一名顾客所喜欢的教育咨询顾问

1. 问候： 适当的寒暄与问候语
2. 态度： 礼貌，真诚，全心对待客户的需求
3. 良好的表达技能： 清楚，简洁，有充分准备，不偏离讨论的话题
4. 时间的把握能力： 到会准时， 有秩序
5. 相关知识的把握： 产品资料，公司背景，客户公司资料，热忱于讨论，乐于分享经验
6. 对于需求的敏感： 认真听取别人观点，发言有的放矢，欢迎别人的建议，即时记录，通过询问澄清理解不足，赞许旁人观点并做出积极的反应。
7. 外表： 聪明，富有活力，整洁（着装风格适合当时的工作环境）

一名客户所不喜欢的教育咨询顾问

1. 表达技能不足：未做充分的准备，滥用销售手段，说话油腔滑调
2. 不能接受的举止：傲慢自大，穷极追问，对人不尊，态度乏诚，经常插言
3. 时间观念欠缺：拖沓，无重点的谈话，言语太碎太长
4. 压迫感：过于给人压力，态度过激
5. 外表：着装随便，不整洁，非常重的吸烟味道
6. 知识信息的欠缺不足：不清楚课程细节，收费，课时安排，课程节数，课程时段，考试合格标准。

咨询者入学学习课程的四个原因：

相信



需求



价值



满意

“我的朋友们认为这门课程很不错。”

“我听说课程结束以后你们可以推荐我们的工作”

“我现在的工作需要我学习这门功课”

“对于我来说，一门计算机课程远比全职的机械修理师来的重要”

“我觉得你所建议的课程确实可以对我起到帮助。”

“我父母赞成这个决定。”

“我只在这一家计算机培训学校进行培训。我所有的朋友都是在这里上的课，他们都非常满意到学习这里”

记录：请写下你所遇见到的入学者他们对于以上这四点的评述。

作为一名专业的教育咨询顾问.....

一名专业的教育咨询顾问需要做到多种角色的组合，可以满足各种的需求。要做到完全理解一名教育咨询顾问的职责，你需要从以下三种不同的角度看待这个角色。

一从客户的角度

一从公司的角度

一从本身的角度

客户的观点	公司的观点
优秀的组织者	研究调查人员
关系的发展人	公共关系人员
具有商业的头脑	商业经理人
专业的教育咨询顾问	计划人

客户的观点

为了在面对客户诉求时做到积极有效的解决方式,客户希望你的角色可以体现出以下四个方面的内容。

1. **优秀的组织者：**能够对事件发生提出有效的组织方式并做出控制

以下几点可以帮助你更加有效的组织你的活动事项，达到你的目标：

- 将你的入学目标完成计划按照月度划分
- 细分为周计划/日计划
- 考虑到说服成功比率
- 为了完成目标，定出你需要提供沟通咨询的人数
- 做到每日进行数据的统计

以下几点可以帮助你完成更有效的组织，提高你的说服成功比率：

- 明确咨询者的寻求
- 清楚了解你的产品中的独特卖点
- 预先考虑会发生的障碍点，做好准备以回应并解决它们
- 通过练习与观摩别人的做法，提高自己的谈判技能
- 掌握竞争对手最新的资料，需要时可以做出比较
- 随时掌握对产品表示称赞的推荐人名单
- 在咨询者咨询以后定时沟通联系

2. **关系的发展人：**作为公司的代表，同其它人群维系友好的关系。

提示与技巧：建立良好关系的做法

1. 优秀的倾听者：每个人都希望别人对自己的话题感兴趣并听他的说话。
2. 正确拼读别人的名字，在交谈的时候说出来
3. 善于观察，感觉敏锐。注意发现对别人重要的或者相关的事情，并且以适当的方式对其发表评论或不就其谈论。
4. 诚恳地赞赏，适当地赞赏。
5. 言语要真诚，不轻易承诺。
6. 对客户，公司及同事要以诚对待。
7. 当自己或是公司有了失误，要承认。不承认错误会使事情恶化；为人诚实能够赢得对方更多宽容。
8. 笑容—任何语言中，笑容都表达热情
9. 态度热心主动—反馈积极，热情地表达承诺，在客户心中可以留下长期的印象。

3. **具有商业头脑：** 沟通并以说服，清晰表述可以提供给客户的价值与利益，关注咨询者的成功说服。

以下问题可以帮助你判断你在咨询者说服方面的优势与劣势

- 去年入学的人数是多少？
- 今年入学人数与去年相比如何？
- 入学费用总收入是多少？
- 此项费用同去年相比如何？
- 多少费用仍在周转过程中？
- 哪门课程的销售成绩最好？为什么？
- 哪门课程的销售成绩最差？为什么

技巧与提示：沟通技能

言语方面

- 对咨询者的问候致意
- 致辞&称谓
- 问询技能
- 认知&评估客户的需求
- 获得正确&相关的信息
- 同客户间建立和谐的关系
- 事件处理结束

非语言方面

- 音量的协调
- 身体的姿势
- 目光的接触
- 克服问题&障碍

听的方面

- 积极主动地倾听
- 克服障碍，有效的倾听

工作表

专业教育咨询顾问

现在你应该可以明白，成为一名专业的教育咨询顾问需要良好的规划。就让我们立即着手执行吧。

准备一个工作计划，记录自己以下几方面的知识的提高：

专项内容	计划	完成日期
产品		
竞争		
财经资讯		
市场		

计划中提供开始与结束的日期非常重要，你可以借此监测工作的进度。

将此计划提交给中心负责人。在计划的结束日期时，同他一起回顾整个工作流程，同时根据此做出改进后的工作计划。

中心负责人签名

教育咨询顾问本人签名 日期

4. 专业教育咨询顾问：提供商业性建议，帮助满足咨询者的需求，分析与解决问题。

大多数的时间你将会扮演教育咨询顾问这个角色-其作用类似一名“需求满足者”，“问题解决者”的形象，以客户的利益为重，这样才可以把你与一名“业余”的资讯顾问区分开来。但是有时候，你仍需要根据不同的环境去改变你所从事的角色位置。

一个真正的专业人员应具有敏感性与灵活性，可以使他在特定时间面对特定对象时表现出特定的角色位置。然而请切记，在此项目服务一付结束，你必须将自己的角色转回到一个完全的教育咨询顾问上来。

公司观点/看法

你的客户满意，公司也会满意。为尽到你对于公司的各项责任，你仍旧需要扮演好以下的角色。它们是：

研究调查人员：针对客户、竞争者以及整个市场，获得同时反馈相关信息

公共关系人员：代表公司形象，体现专业品质

商业经理人： 以企业效益为重，将开支降至最低，提高获得利润，增加现金流量。

计划者： 通过预先计划与正确的沟通策略提高入学费用

个人观点

交流中促成销售 以及 “您……” 表达法

一个真正的专业咨询顾问是看不出他在向别人推销什么。面对你的客户，你要表现出你仅仅是在同他展开对话与交流—探讨他的需求。“问”与“听”这两项技能会帮助你完善资讯顾问的角色，将产品在对话的过程中售出。另外一种重要的手段就是使用“您……”的表达法。在考虑问题和讲话时随时关注客户的兴趣，交谈中尽可能多地使用“您……”或者“您的……”这种表达方式。

在销售与咨询顾问过程中，最重要的词语是 **您**
(意指客户)

在销售与咨询顾问过程中，次之重要的词语是 **我们**
(意指客户与咨询顾问双方)

在销售与咨询顾问过程中，再次重要的词语是 **我**
(意指咨询顾问)

专业咨询顾问的目标在于使得人们购买某类产品，只要他们有这方面的需求。

要想成为一名成功的教育咨询顾问，你需要将以上这四种角色的因素进行最佳的组合。

以下给出的表格内容将帮助你确认你的潜在**优势与劣势**。阅读表格前，请在下面的空格处写出你所了解到的优势与劣势。然后阅读下页，再次给你自己做一下评估。填上表格中没有给出的部分。通过这个表格，你会形成一个**个人行为计划表**，帮助你充分利用本练习中的资料来执行你个人的**个人发展计划**。

记录：

练习一自我提高

表现	好	一般	不好	差
自信				
主动				
热情				
诚实				
令人信服				
乐于帮助				
系统化				
目标性				
精确				
可靠				
友善				
理解				
老练				
脾气好				
谦恭				
有同情心				

咨询顾问中的交流

交流—信息交换的行为—作为互相作用的基本方面，在销售中表现更强。有效的交流需要包括以下几方面的专业技术：

- “**信息收集**” 借助问与听的技巧找到事实资料
- “**信息给与**” 表达简洁清晰，动机明确
- “**采访控制**” 以“交流”的方式，合理安排探讨于其中
- “**建立亲密度**” 凭借语言与非语言的沟通，在个人、情感的层面上表达出亲密与兴趣

I 信息收集

不同形式的问题可以得到不同形式的回答，适用于不同的目的。

问的技巧

完整型问题

回答此类问题时使用“是”或“不是”（或者有时候用“可能”！）因为此类问题回答简短，有时就是简单的是或者不是，因此它们可以帮助调控外向型的客户。在确定与澄清事实时，此类问题非常有效。

例如： 您能够……………吗？
 您可以……………吗？
 您已经……………吗？
 您是在……………吗？

例句：

- 我可以到您的住处拜访你吗？
- 您对于 accp 这门课程感兴趣吗？
- 您有参加过别的培训机构的课程吗？
- 您是否注意到北大青鸟 aptech 的中心遍及全国？
- 您是否希望成为一名企业网的开发人员？

以上面的例句为基础，请写出在咨询过程中你会问到的完整型问题

开放性问题

开放性问题用以获得信息。因此对于它们的回答比较长, 包含有客户对此问题的观点与动机, 同时可以帮助内向者放松后展开话题。

例如: 请告诉我……

请解释一下……

你可以描述一下……

你的产品是如何组织的?

在这个问题上, 你的观点是……?

例句:

- 为什么你对这门课程感兴趣?
- 关于我们的学院, 你想了解些什么?
- 你有什么职业规划?
- 你对于信息产业的接触有多少?
- 什么样的课程时间安排适合你呢?

请在下列空格中, 写出一些开放型问题

探查型问题

用于了解更多细节或者以往的问题尚留有不清楚的地方。

例如：为什么？

你能否就……再谈一下呢？

探查技巧

以下是一些探查问题的微妙做法，用来配合发问或者替代问题。

例如： 有计划的暂停，一段沉默，一个未结束的语句

- 在北大青鸟你想要上什么样的课程？
- 你是想找一年的课程，还是两年的？
- 一年的课程中，您在找哪一类专业课？
- 有一门电子商务公司课程，不知道您是否感兴趣？

请在下面的空格中，写出你在咨询过程中可能碰到的探查型问题。

限制性选择问题

此类问题将别人的注意力吸引到设定好的选项范围内，不过给以他们问题的最终选择权。

例如： 这三种课程，哪一种最合适呢？

您看我是明天来拜访你还是后天来呢？

您是报名参加一年制的课程还是两年制的呢？

您是选择电子商务专业还是网络专业呢？

请在下列空格中，写出一些限制性选择问题的例句。

引导型问题

引导型问题在引导人们给出其肯定的回答时非常有效，但是此类问题最好单独使用。使用过于频繁会让人产生受到压抑与挑战的感觉。

例如：你是否同意……………？

关于……………，难道你不觉得……？

例句：

- 你是否认为，在当今的商业生活中，计算机扮演了越来越重要的角色？
- 根据现在的工作规划，难道你不觉得就业协助在计算机教育培训学院的业务中作为一项非常重要的因素？
- 你是否认为，在因特网热的影响下，现今每一个人将会掌握最进步的技术？
- 你是否认为，计算机培训学院应该在知识结构中加入最新的技术内容？

请在下面得空格中，写出你在咨询过程中可能使用到的引导型问题。

转连型问题

转连问题可以将讨论从一个话题转入另外一个话题,同时可以使回答者尽可能的发表评论.

例如: 就刚才你所提到的信贷条款的重要性, 你是接受利用学生的贷款项目?

为了能够给你的咨询者提供一个令人满意的回答, 为什么你今天没有同相关的人员碰一下头呢?

通过我们的讨论, 问题很明白, 你的障碍在于参加课程的时候, 如何控制课时的把握, 是这样的吧?

请在下面的空格中, 写出一些转连型问题的例句。

练习一提问技能

以下练习帮助你练习你的提问技能。下面给出一系列的问题。请按照前几页我们所讨论的几种类型分类。

1. 请用简短的语言告诉我，你的职业规划是什么？

2. 请问这门课程如何影响到你的将来？

3. 哪一类课程你比较感兴趣，一年制的还是两年制的

4. 就……，其中的主要因素是什么？

5. 在选择计算机学院的问题上，现实的考虑是什么？

6. 课程的时间段哪一种适合你，白天还是晚上？

7. 做出参加这门课程的投资决定，请问在你的家人里，涉及到谁？

8. 在你对于选择培训学院的决定上，你是否已经指定出一个标准？

9. 如果你需要付费另外参加一门高级课程时，你是否需要财力上的支持？

10. 你到什么时候可以做出决定，今天还是明天？

11. 你的课程学期到什么时候？

12. 你是否认为，这门课程的知识是现今所必须的？

13. 基于目前的市场境况，你是否觉得一家计算机培训学院的声誉非常重要？

14. 你认为什么样的服务才是好的服务？

15. 价格的问题对你的影响很大吗？

16. 在这家公司里你工作了多久了？

17. 在未来的 6 个月到一年中，你预见会有什么变化？

18. 你是否认为，授课的方式同授课的内容一样重要？

19. 你觉得，除了你之外，我们还需要再去找谁交流？

20. 你觉得，在你的行业里，还有谁会从我们所谈的内容中受益？

21. 你可以简要地解释一下刚才提到的主要因素吗？

22. 从我们的谈话中，我感觉在你决定入学之前，你要看一下这所学院的声誉，是不是这样？

23. 通过你的谈话，你觉得时间的问题是你决定入学的主要障碍，是不是？

练习答案

1. 开放型
2. 开放型
3. 限制性
4. 开放型
5. 限制型
6. 限制型
7. 开放型
8. 完整型
9. 完整型
10. 完整型
11. 开放型
12. 引导型
13. 完整型
14. 引导型
15. 开放型
16. 完整型
17. 完整型
18. 开放型
19. 完整型
20. 探查型
21. 探查型
22. 探查型
23. 转连型
24. 转连型

II 信息提供

现在我们看一下交流沟通的第二个方面，信息的提供。在谈话的过程中，你需要表现出时刻“以客户为中心”的态度，将信息提供给他，而且这对于他来说非常有关系。这样可以帮助赢取听者的注意与好感，使他听地更加主动。以下是两种信息提供的方式：

—非正式的言语表述： 坐在桌前，面对面的交流

—正式的言语表述： 讲话人站立，面对一群受众，使用形象的帮助

III 咨询过程的控制

在交流过程中，可以使用适当的问题主动引导会谈来取得对咨询过程的控制。其它的技巧还有：

—**话题引导：** 告知咨询者你对于会谈话题的计划，还有所提问题的原因。

例如，你会问到咨询者的教育背景，文化程度，以及父母的工作经历。提问这些问题的原因是需要判定什么样的课程对于咨询者更有帮助。

—**重复确认：** 重复咨询者的言语，使他确信你已经清晰正确地理解了他所表述的信息。

—**简略概要：** 巩固确认之前的谈论内容，澄清与核对达成的一致与理解。

—**记录：** 相对于记忆力，作记录较少出错。这样还可以向你的客户证明你做事的精确与严谨。

- #### IV 营造和睦气氛

第 43 页 共 78 页

咨询过程中访谈的主要目的在于：

- 1 获得信息
- 2 提供信息
- 3 取得咨询者的承诺 （比如承诺入学参加课程）

如果交谈中我们的讲话占了大部分的话，我们并没有控制此次访谈。“告诉别人去买”这种做法不但缺乏专业，而且经常性地没有效用。不要总是在兜售自己的利益点，应该做一下分配，通过问一些构架化的问题增强它们的功用。这将会帮助你确认顾客们真正需要和关注的东西。

提问的目的在于发现潜在的问题，摆出“购买的信号”并据此在访谈中做出建议，最终获得成功。

我们通过认真的听讲来练习耐性与控制能力。因为有时候我们总是过于急切，没有将事情做到位，反而忽视了那些“购买的信号”。

有效的倾听

为了能做到主动而且有效地去听，请遵循以下指导，直至将这些养成个人习惯。

1. 对情绪化的言语做出回应异常容易。不应该表现出与人争吵的样子，把心态放平，在整个事件明晰之前，先不要做出自己的判断。
2. 如果对方对你的言语感觉到枯燥与毫无关系的时候，请不要立刻打断。听听其中的观点主题，争取从中找出你个人感兴趣或有用处的地方。
3. 有时候，尽管所说的话题令人感兴趣，你所抵制的却是其表述的方式。有些人在交流方面的能力有所欠缺，因此请不要通过一个人说话交流的方式为他做出评价。
4. 同样，要去容忍其它人的沟通习惯。因为这些习惯，交流不时的打断，会使人容易失去集中力。另外如果对方的说话非常拖沓也会造成失去集中力。由于思考在发言之前，所以请利用好这种优势，主动的提问，对所说的内容做出总结与评析。
5. 有时候某些话题显得困难或者愚蠢。不善去听的人总是排除掉这个话题，这样便不会形成“精神控制能力”，既无法去解决它，又不能集中精力地去听。只有正确地记住每一句话，你才会就此提问并确认对其意思的理解。
6. 练习主动的听讲。通过努力可以获得好的习惯，用心去看，去感受，你对于讲话者言语的关注能力也同样会提高。

身体语言

顾客主要通过身体角度，面部表情，手，四肢等身体的姿势来表达他们的真实感情。这些身体的姿势组合成一体，整体的研究可以使得销售人员通过观察从中发现顾客的真实感情。

下面的表格中给出了顾客的身体姿势组合在一般意义上所代表的真实情感。

行为因素	接受信号	警示信号	不赞同信号
身体角度	前倾或者笔直	朝对向你的方向倾斜	耸起肩膀，身体后倾
面部表情	微笑，放松，直接的目光接触	表现迷惑，没有或少有表情，视线偏移	紧张，恼怒，极少目光接触，语调不平和或者突然沉默
手	放松，手势开放，晃动	不安，手势紧握，晃动较少	手势紧张，动作机械，固定不动
胳膊	放松，开和的姿势	交叉，紧张	紧绷，胸前交叉
腿	交叉朝向你，或者不交叉	晃动着，朝对向你的方向交叉	交叉对向你

- **接受信号**，意指客户感兴趣你的所说与所做。

- **警戒信号**是客户对你持有的中立或怀疑的感觉。当在交流中出现障碍或者客户对于你的话题表示出的兴趣不大时，你必须立刻对这些信号做出反应。

!! 当发现这些警戒信号，请参考执行以下方法。

- 改变你原计划推荐的课程
- 借助 T. E. D 技巧(告诉我, 向我解释, 向我描述), 鼓励客户表达出自己的想法。据此对咨询者做深层次的调查, 帮助咨询者对你的问题做出详细的回复。
- 耐心认真地去听, 对咨询者所说的表示出兴趣, 并迅速回答。
- 自己表现出主动的接受信号。

■ **不赞同信号**, 意指客户同你之间产生了强烈的冲突, 你需要马上调整控制局势。你可以使用上述应付警戒信号时的做法, 但还应该:

- 中止原定的计划推广。
- 减少或去除对于客户“需要购买”的压力, 不再使用大使讲话的语气进行对话。
- 马上表达出你已经了解到这种消极的抵制, 向对方表明自己的立场在于一种处于自愿的帮助, 而非兜售商品。

教育咨询过程中的专业方式

现在请仔细阅读，记住下面给出的关键词语，在日后提供咨询顾问时将会使用到。

1. **目标：**明确你有一个清晰的目标。

对于咨询顾问来说，面对咨询者时的一个典型目标就是通过咨询将其转变成为一名入学者。

相关的想一下其它可能的目标，它们也可以成为提供顾问的原因之一。

举例：

- 介绍北大青鸟 aptech 推出的不同层次的培训课程
- 带领咨询者参观中心
- 介绍课程学习完之后，在行业中所处的位置
- 判定之所以选择这门课程的原因
- 评估咨询者对于当前信息产业的认识水平。

2. **确定需求：**通过积极提问与主动听取，收集获得所有相关信息。判定出商业需求，个人

需要以及潜在的障碍，尤其是经济方面的问题。

写出你判定需求的几种可能的方法

例如：通过问问题，给出可供选择的课程选项等等。

（根据你的经验和意见）写出学员对于像阿博泰克这样的计算机培训学院具有什么样的期望？

例如：课程内容，最新的技术知识，良好的师资力量等方面的质量

3. 探查客户：调查可以帮助你了解到激发客户的因素，并把它应用在咨询过程中。这将帮助一名教育咨询顾问把它同利益联系到一起，显示出产品与客户需求之间的关联。

请写出在调查学生潜在需求的时候提出的典型问题。

例如：你在找哪一门课程呢？

你想在北大青鸟的培训中心里上课吗？

你来上这门课程的目的是什么？

a. 注意力：把注意力放在会面的原因上

你是如何使学生对你的话题感兴趣并听你的讲话呢？

例如：提供的事实资料使人感兴趣（比如相关就业的事情），符合学生的利益。

b. 结束/承诺：结束会谈，获得对方对你销售目标的承诺

你是如何获得那些参加课程的学生的承诺的？

例如：通过询问学生们，他们打算从什么内容开始课程的学习？

c. 反对：事前尽可能做好准备，充分地理解问题，用专业的手段给他们以令人信服的回答。

请写出你在咨询顾问过程中你面临到的反对意见，你是如何解决这些问题的？

请在完成后交给你的中心负责人，让他判定你所做事情的有效性，并提出建议使你日后对于这些问题解决得更好。

买方动机

要想把咨询转化为销售的成绩，理解潜在的动机十分重要；我们需要理解，一名学生选择了阿博泰克而没有选择其它的竞争者的原因是因为什么。

购买的动机可以大致分为两大部分—商业性的动机（理性方面）和个人化的动机（感性方面）。这两大部分下各包括了以下的主要动机：

商业原因

个人原因

省出费用或者赢得利润

高兴

有用

忠诚性

保险

自我性

安全

担心

理性方面)

(感性方面)

在众多的购买决定中，教育咨询顾问应当分析明确主从动机的划分。动机的内容变化因人而异。基于此点，我们不应只做一个估测去判断他们的首要动机是什么，而是对他们的需求针对他们所找的课程内容做一次全面性的调查。

为了提高你的成功率，你需要从理性与感性两个方面来满足客户的诉求而并非仅从理性的方面入手，比如说仅仅将诉求建立在费用的基础上。通过对客户多方面动机的诉求提供，你所提供的顾问咨询服务才会是全面而且具有针对性。

例表一购买者动机

我们假设你现在有 200 美元要买一辆新车。人们由于购买原因不同，对于车的选择出现不同的倾向。比如，有人在下列给出的车辆品牌中选择了梅塞德斯—奔驰，因为他觉得选择这辆车不仅仅是看中它现今的技术与过硬的品牌，同时还提高了他在社会上的地位。

类似，也会有许多原因去选择其它的车辆。以下提到了部分原因。

品牌	原因
三菱	先进技术，品牌形象，经济，舒适
福特	地位象征
丰田	可靠的日本技术
梅塞德斯—奔驰	舒适，技术，高贵外观，地位象征

原因可以分为理性与感性两类。

原因中涉及到先进技术，经济，舒适和可靠性的是理性的原因。车辆的外观以及地位的象征是感性的原因。

请记住这个例子，拿一件你购买的物品，然后列出你购买这件物品中理性与感性的两类原因。

根据你的课程所能提供的利益点，对照下面的表格。请再为每一个动机列出你的课程的利益点。

动机	利益点举例	你的课程的利益点
收获	同样费用下更高效率的授课内容	
节省	价格折扣	
效用	每周（至少）一次免费上网	
安全	IT 教育界中众所周知	
保证	工作安排机构	
舒心	中心的课外活动：竞赛，友好日等等	
忠诚	亲戚或朋友在此或已在此学习	
本身	北大青鸟是一家具有成功建树的公司，在 IT 产业中众所周知	

提示回答：

收获

- 使你成为互联网世界的专家
- 特别的学习系统
- 深厚的基础，接触到最新的技术

节省

- 增强的技能加速工作的进度

效用

- 增加资格认证
- 更多的时间/练习
- 积累工作经验

安全

- 增加资格认证

保证

- 类似基础建设水平的更易转变
- 获得全国范围内的好工作
- 不限制地点提供高质量的服务

舒心

- 使你成为互联网世界的专家
- 便捷的付款方式
- 更多的时间/练习
- 积累工作经验

本身

- 关注公司影响力
- 自信面对世界性竞争

如同针对不同的动机你有不同的利益点，针对不同的顾客时你同样有不一样的动机：

顾客	动机	理性/感性
例如：		
在校大学生	增加资格认证	理性
	看重集团影响力	感性
工作族	增强的技能加速工作的进度	理性
	在北大青鸟相关的工作	感性

提供服务分析与顾客动机

提供服务分析是一门技术工作，通过它可以使你用最吸引人、具有说服力的方式同别人来沟通你所提供的全套服务（不仅包括课程，还有其它的服务内容）。

在提供咨询的过程中，练习提供服务分析有很强的必要。通过练习，你可以挑出最具说服力的信息材料源作为卖点，以有效的方式与顾客进行沟通。

提供服务分析阶段

阶段 1： 确定所有的信息与资料：

- 你的实际产品/服务
- 你的组织信息
- 提供给客户的整体“打包”服务

所提供的信息资料必须是精确，更适宜量化，可以经过验证的内容。

阶段 2： 将这些事实/特点转化成为结果/利益点。事实/特点表述了事情是什么，而结果/利益点表述了它们可以用来做什么，或者说它们的效用。

阶段 3： 再将这些结果/利益点引申成为动机或者诉求因素。根据理性或者感性两种分析方式，判定所需沟通交流的诉求方式。这种引申的惯用表现手法是“……”，这样就意味着……”。

竞争者比较

为了激发咨询者报名参加北大青鸟的计算机培训,让他们意识到不但北大青鸟能够提供优秀的培训课程,同时也可以提供最经济有效的服务内容,为他们个人提供更适宜的内容。

直接去批评你的竞争者是不专业而且是不受欢迎的做法,通过提供服务分析,便可以同竞争者进行下面两种方式的比较:

使用专业的方式推出自己的服务内容,将会比竞争者缺乏表现力的推出方式给人们带来更强的心理影响。

多注重自己独家提供的服务项目和内容或者是本身方面的优势与长处,通过间接的表达体现出相对于竞争者的优势。

提供服务分析的实践应用

练习提供服务的分析会使你完全地熟悉你的课程的特点与优势。在对某个个人进行诉求咨询时，能够突出课程的重点。你必须摆出证据来证明你不但可以满足他的商业需求，又能适应他的个人需要。由于在脑中对于以上重点的记忆，你在同你的客户交流时你所提供的信息便可以做到：

- 富有逻辑性
- 可靠感
- 完全性以及具有动机

下页是一个提供服务分析的范例。所给出的范例为便于理解，已经做过简化。

请仔细阅读范例，参考北大青鸟课程并填写 61 页上的提供服务分析表单。

特征	利益点	如何提出诉求建议
此表作为范例，针对一把椅子，用以解释特征-利益-分析的工作的执行流程。	1. 重量轻	举起时不会伤到身体
	2. 容易移动	使会议室容易收拾
	3. 牢固	坚固持久
	4. 使用安心	会议活动中与会代表将坐得更加舒适
	5. 抗摇晃	代表们不会因为椅子而发生事故
	6. 清洁容易	仅需要简单的清洁处理，椅子便可以恢复如新。
椅子是经过铝合金整体压铸成型的整体架构。		

提供服务分析单

姓名_____公司_____

选择分析的产品或者服务：_____

提供服务分析诉求的主题：_____

特点	利益		诉求点	动机
		左边 各项 内容 意味着		

提示回答一北大青鸟 aptech 课程

特点	利益		诉求点	动机分类
全球范围内遍及 1600 多家 aptech 培训中心	国际标准化软件工程专业培训课程	左边各项内容意味着	课程含金量	理性
课程以互联网为重点	使你成为互联网世界的专家		随时学习最新的技术知识	理性
国内各行业对软件人才的需求量极大	得到全国范围最好的工作机会		你得到保证可以找到一份工作	理性
在线多样式培训（四个一教学模式）	独特的学习系统，深厚基础外加先进技术		使你更容易理解同时接触多种学习方式	理性
个性发展模块	协助提高你个人的自信		全新的学习经历	理性
保证学生单机操作	更多练习时间		有更多的时间上机练习	理性
根据实际项目安排课程	着手获得工作经验		更容易理解实际的应用	理性
专业化模块	帮助你在倾向领域内成为专家		根据最新的需求提高自己的技能	理性
获得教育服务行业 ISO9001 认证	提供全球统一服务品质的保证		你会在全国任何中心得到统一优质的服务	理性

打开话题吸引客户的注意力

在每一次咨询过程中，无论是首次沟通还是其它，都需要用一种方式打开话题，用来吸引咨询者的注意力，不让其注意力离开你所控制的会谈目标。单方深入的问询是需要的，但不应该过长，将咨询者背景资料及参加课程培训的目标问清后，更多的时间放在听和交谈上面来。

主要技巧

你可以使用这四种主要的方式开始咨询的谈话，还有一种只适合已接触过的咨询者。

用事实开头：阐述一个令对方感兴趣的事实，既要针对他的事业方面，又要针对他个人。这种事实需要同你的产品或者服务具有直接或间接的关系。

例如：布朗先生，我想有一点你需要知晓，阿博泰克公司在全球范围内已经拥有了一千六百多家的培训中心。

用问题开头：使用提问的方式，既涉及客户的事业，又要同你的拜访目的具有关联。

例如：史密斯小姐，在选择培训中心时，你的标准是什么？

用参考证明开头：使用其它顾客的实例做参考证明来建立信任与兴趣。借助其它客户建立咨询者的信任，使用相关专业内容培养兴趣。

例如：上个月，利奥德先生在这个中心学习完电子商务课程后，表示感觉很不错。

使用销售帮助工具开头：使用宣传册，图片，工作模板，实际案例等手段尽可能影响客户的感受。

例如：皮特森小姐，请你看一下我们的宣传册。其中详细描述了我们的课程内容。

使用转连开头（仅针对有过接触的客户）：将本次拜访同你所做的上次拜访联系起来。

例如：保罗先生，通过我们上一次的谈话，我们看到课时的安排不是很适合你。那么你再换一种课时安排如何？

使用以上技巧的场合多数都是在咨询沟通过程的前期，但是请记住如果需要转变话题方向或者改变话题时，你都必须重新再一次来吸引客户的注意力。

!! 易发生的问题

请避免以下的问题：

地点选择不对：尽量避免在嘈杂的环境下进行咨询沟通（例如接待区）；得体地向咨询者提出建议按照他的兴趣换一处地点。

你同咨询者见面的地点最好选择在咨询室，但要保证不会遭到其它的干扰。

缺乏时间把握：尽可能保持讲话的简明扼要。但如果客户真的时间非常紧张而不可能认真交流的话，最好还是日后再约时间。但是一般情况下，客户说“我只能再呆几分钟了”，是来提醒你说话要简短一点，如果你可以短时间内赢得他的兴致，他仍旧可以继续听取你的咨询建议。

降低谈话层次：开头说“事实上我非常地忙，不过现在你来了……”，这样的话既不能取悦咨询者，也不能吸引他的注意。即使是“礼节性的拜访”也应当抱有清晰的目的，话题转入地直接。

工作表一展开拜访

请对以下关于“典型的咨询采访”方面的问题。同时已经给出范例供你参考。

1. 你会选择哪一个令咨询者感兴趣的话题作为你们首个讨论的对象？

范例：李先生，在过去的两年内，北大青鸟在全国范围内设立了 80 多家培训中心。

a)

b)

c)

2. 你会提出什么问题来问咨询者，把他引导到你们谈论的第一个话题上？

范例：李先生，我非常想了解你是使用什么样的评判标准来判定一个计算机培训机构呢？

a)

b)

c)

3. 在你与你的客户进行第一个话题的对话时，请问你使用了什么样的销售协助工具呢？

范例：李先生，你现在正是在寻找一门专业课程的内容，那么你应该对这本宣传册感兴趣，里面详细介绍了不同专业水平设置的课程资料。

a)

b)

c)

4. 面对你的目标，你是否还有在相似的工作环境下感到满意的客户名单？

范例：李先生，这门课程对你非常有用。在 XYZ 公司工作的王先生认为你应该会对此感兴趣，听一下这门新课程的具体内容，我们为他们的公司提供了相同的课程。

a)

b)

c)

5. 在上一次会面时你们达成了什么样的协议，这一次会面的目标是什么？

范例：李先生，你应该还记得，上次我们见面的时候，达成了以下的协议：

下两个月中每周开三节课，目的在于你能够评估它的效果提交给贵公司。

你需要两位上过此课程并认为非常有用的人，我已经做好了安排。如果你对此感兴趣，那样的话，我们不妨就约一个时间，由我们为你的高级管理层做一次讲座。

a)

b)

c)

结束销售或者获得客户的承诺

咨询采访的结束应该作为一次完善规划执行的咨询过程的逻辑终止。如果咨询过程没有做好，结束的方式很难做好；然而另一方面，如果结束的方式不够好的话，一次优秀的咨询过程仍旧不会取得成功。

要想使销售得到一个成功的结果，你必须脑中清楚的记住你的目标——在结束时从客户方面获得：

——**坚决的承诺**（例如适时签署的入学表格，语言的承诺）

或者

——**肯定的承诺**（例如当他做好决定时他就会报名参加阿博泰克的培训）

结束的时间

结束的时间把握非常重要。如果结束过早，你可能没有达到你的目标——或者结束太晚，会影响到其它的咨询进度。但是这并不是意味着结束的时间仅有一个“心理的时刻”，而是结束需要事前计划。在流程中的每一个阶段，通过提问确认以保证咨询者已经理解了所说的内容——更重要的一点是并且同意这些内容。检查这些“确认式回复”将使得出现的疑问，不一致或者不赞成等等在适当的时候便提出解决而没有积累到日后去解决。

在访谈的过程中，你需要观察并倾听那些“购买信号”——它们将会告诉你咨询者的想法。购买信号可能是个实际动作（例如拿起宣传册）。或者使用语言来表现

（例如这门课程的课时是多久？）咨询者并没有决定去付费，但是正在有这样的想法。

当发现购买信号的时候，你便可以认定并且改变原来的“如果你参加这门课程”或者“当你参加这门课程的时候”。随着“确定式回复”变得越来越肯定时，你需要提高自己的能力变得越来越认定如此。

有时候销售自然的结束，但是如果不是这样，你应该尽力就朝向顾问咨询的访谈去结束购买信号。

如何结束

你必须就这个决定随时准备提问。有时候仅仅提问就已经足够，但是有 7 项基本的技巧（还有其它的变化与组合），这些技巧使得提问更加有效。

—**假定结束**：保持确定式回复和购买信号的肯定因素，谨慎的用词来结束对话。

例如：不用“你想参加这门课程吗？”而是使用“你是否希望参加下周开始的课程呢”

—**选择性的结束**：在课程，上课地点，付费方式等内容上提供两种或者两种以上的选择。

例如：你是希望参加下周的课程还是下月的课程？

你是喜欢白天的课时还是晚间的？

这种技巧非常有效，因为你是让咨询者去决定“是或是”而不是“是或否”，即使两项都被否决，咨询者也没有否决你本身的建议，仅仅是那些特定的选择。

—**概述结束**：简单的概述谈论的大致要点，特别注意你的课程可以满足你的客户的需求、解决问题的利益点；在一种竞争的环境下，还可以强调你的公司与所提供的课程拥有的你的竞争对手所没有具有的竞争优势。

例如：“通过我们刚才的讨论，我是否可以这么认为，你希望参加电子商务的课程，但是你不能马上参加课程，因此你就报名参加下月开始的课程，是不是这样子？”

—**口头证实结束**：以某个客户或者申请者作为参考，描述其中可以得到的利益。这样可以提

高咨询者的信任感，说明你能够向他提供相同的好处。这种口头的证实必须是真实的而且可以经得起考证——比如文件、证明信便可以增加影响的效果，提高信任度。提供证明的客户越知名，越是在当地，越是同咨询者的背景相似，提供的效果就越好。

例如：“上周我们刚刚完成了对 ABC 公司的 JAVA 考试的结束培训，下周他们有参加了其它的五门课程。”

—**让步结束**：为了使咨询者最终做出决定，可以适当做出一定程度的让步（在公司政策范围内），这样可以表现出你对于咨询者特别的优质服务。

除非必要时，这种让步才来使用。如果让步表现的地方过多，或是对人承诺的过多，那么它的影响力就会相对的减少

例如：“我们很少会去改变课程，只要入学事项一经完成。然而你的问题主要在于时间的安排上，我们就把你安排去参加上午的课程。”

—**警戒结束**：向咨询者揭示出如果不做出决定的话，将会产生的问题。

例如：别人在这方面的价格要高一些。

在短期时间内，价格会有所提高。

其中蕴含的信息就是“……你最好接受建议，现在报名参加……”

—**隔离结束**：如果客户在最后的时刻提出了反对的意见，一定要确认再没有其它的什么原因起到阻止报名的事情。

例如：“琼斯先生，你看，如果我们着手解决了这个问题的话，你就可以报名参加这门课程了吧？”

没有结束的更好方式，不过拥有更好结束的时间——当咨询过程结束的时候，当你得到确认式

回复与购买信号的时候。那个时候，购买者已被说服，因此那个时候是很好的。你需要就此多练习，在每一种销售的场合你就可以应用自如了。

在以上范例的基础上，请完成下页中的工作表。

工作表一得到你的客户的承诺

请记住我们给出的结束技巧的不同形式。

建立在确认回复和购买信号的基础上，你的“结束”应当：

- 一清楚简洁
- 一肯定但并不明显
- 一将决定最小化
- 一获得一个执行的决定

选择型
简要型
警戒型
语言证据型
让步型

附注：假设型与隔离型结束语没有包括在上面的联系中，因为他们更多来源于客户的首要反应。

应对回绝

在咨询顾问之中，总是会碰到一个或者多个的障碍。以下是两种拒绝的形式：

—**信息搜集**（咨询者需要了解更多你的课程，满足需求的保证以及你就此所做出得保证）

—**专业**（咨询者针对产品的内核内容，表现出深刻的不赞同）

解决障碍的最好办法就是做好事先的准备。你表现的可靠而且全面,使得咨询者心中没有存疑，你主动的面对存在潜在障碍的事实，摆出问题并同时提出问题解决的方案。仅仅在你认为客户会考虑到这些**障碍**的时候，你才提出来；否则就将客户的注意力转到其它的事情上来，并确保不会再发生问题。

!! 错误的反应

!! 有时候一些自然的反应是错误的：

— **不要猛然发言：**突然地发表观点（有时候咨询者甚至还没有说完）是不礼貌的行为，会在情感上产生沟通障碍—这样便表示你尚未搞清楚谈话的内容，同时你不尊重顾客的意见。

— **不要油腔滑调地回答：**习惯与快速的回答会令人怀疑以及不为人信服—这样便表明一切你以前已经听到过，现在而是在套用销售手册的内容。

— **不要争辩：**不要说“……这件事情我不同意你的说法……”，“……这样是不对的……”，“……这样不会，因为……”或者类似的话语；不要用摇头，抬眉等动作表现出你的不同意。

— **不要过于张扬：**凭借技术化的手段，或者向别人证明他们没有理解或者犯了错误的做法会让他们感到受到愚弄甚至激怒他们。

正确的反应

最重要的事情就是**听和表现你在听**。然后：

——**分清异议**：或者向您的咨询者重复异议，以确认你确实理解他的含义，或者用别的词语描述它，或者问个问题以得到异议的更多细节及背后的含义。

——**赞赏顾客的见解**：说点什么来说明你已经注意到了。

如：“我明白您的意思-----”

“感谢您提到这一点；这是个非常好的问题-----”

“我明白您所说的-----”

——**使用关键词语**：了解了客户的观点，就将讨论转移到一个更有利的方向

如：“然而这将通过-----得到更大的补偿。”

“另一方面，您将高兴的发现-----”

“若二选其一，别人将发现-----”

交流的特点，利益，动机：提供相关的信息，解释，使用一种逻辑化的语言风格对咨询者提供可信服的内容，根据你的提供服务分析提出最适合的卖点。

利用同产品相关的资料与信息来获得信任。

异议的特殊种类：

有三种常见的异议的种类：

——**隐藏的异议：**在此，异议（我还没有准备经费）听起来似乎比那些真正的异议（我还没下定决心）更能接受。如果是这种情形，那就先回答所提的问题，然后接着询问“-----还有其它困扰您的问题吗？”或其它类似的问题。

——**迟延的异议：**这也存在一个隐藏的异议，并想要避免立刻做出决定（如“我需要父母的同意”，“把这份说明书留给我”，“我想要考虑一下”）。

提到第三者（如父母，老师，同事，组织等）时这样处理：

- 坚定您的咨询者接受您的建议的信心
- 在接下来的阶段继续与之联系
- 亲自见一见第三方

任何需要再考虑一下的人都是没有完全被利益打动的人。尝试着坚定他们的特殊要求；用概述来寻找所有的相关方面。如果这不起作用，那就确保安排再一次见面。

——**价格的异议：**首先您必须礼貌的指出价格在同竞争对手比较时是否不可接受，或指出不能简单的只拿课程进行比较。

竞争对手最好由以下方面内容进行比较：

将注意力集中到课程的总价值（如每小时的费用[总费用/全部时间]+考试费用+教材费用），因为这样将使价格成为一个小的多的焦点。

——识别您与您的竞争者的费用区别（这将证明您的总数更少）

——您的总的服务是如何区别与您的竞争者的，说明对于您的客户价值上的差距大于费用上的差异。

——说明价格是对您的咨询者的自身投资。

比较而不是讨价还价最好掌握以下几点：

——将价格放到最小的说明单位上，这样将使您的客户感到满意（如将总课程的费用平摊到每一节课或每小时）；这将在心理上更能接受。

——重复叙述您的主要好处，从而向您的客户说明您的服务的价值远远大于它的价格

一个典型异议处理情景案例

异议：

课程费用太贵。

正确的答复：

“我十分同意您的观点，李先生，但请您告诉我为什么您说课程费用太高好吗？”

关键的词语：

“李先生，尽管我们的费用比我们的竞争者稍高些，但您将发现我们每周的授课数量将比我们的竞争者多，这意味着同样的价格您得到的更多。同时，我们提供给我们的学员免费实验时间以使他们能自己练习。除此以外，我们的费用还包括教材费。

交流的重要作用，益处及动力：

“李先生，您还将发现北大青鸟在全国拥有 50 多家培训中心，这意味着您，李先生，如果您调任到您所在机构的任意分支机构，您都可以将您的登记表转到最近的北大青鸟授权培训中心，您将得到的培训内容将是完全符合标准的。

在以上例子的基础之上，请完成下页所提到的典型异议的处理过程

工作表——客户异议

1. 北大青鸟 aptech 课程是否在全球被承认？

2. 您为什么说北大青鸟课程在市场中最紧跟潮流？

在您回答完这些问题之后，将它们交给培训中心主管来审视其正确性和精确性。
然后，作必要的修改。对您来说，能够正确的回答这些询问是最基本的要求。

销售中的人际关系

职业销售中的基础之一就是建立和保持良好的人际关系。您的人际关系良好并不一定回为您带来生意，但是如果您的人际关系不好将很可能使您失去一笔生意。不要犯将您的客户中的职员分“重要”（值得建立关系）和“不重要”（即使得罪了他们也不要紧）这样的错误——每个人对您都是重要的，一个职业的销售人员对待招待人员和主管经理是一样的谦恭。同时，在本公司拥有良好的人际关系同与客户和外界人员建立良好关系是一样重要的。

!!! 破坏关系的行为

- 1 不要批评——即使错误。没有人喜欢被批评（无论他们说什么）。如果非进行批评，那么他们必须是建设性的和敏感的。
- 2 不要毛躁或伤害人们的感情。要顾及别人的感受，不要因为忽视对方，小看对方，嘲笑对方，或者无聊或侵犯性的“幽默”触犯对方。
- 3 不要在别人讲话时打扰对方。
- 4 不要在别人的头脑中树立道德障碍（如脏话，在无烟室中吸烟，酒精味，非职业装束等）。
- 5 不要总是一个悲观者——没有人喜欢那种只看到事物阴暗面而从不说不令人鼓舞的话的人。

不要表现出不耐烦或发脾气——即使是在完全的挑衅之下或正义完全在您的一边。它只会在您和别人之间树立一道障碍，而这对您并没任何帮助。

结论

我们已经在手册中讨论了进行一次有效咨询会议，一位教育顾问所必须具有的全部技巧和品质。

进行一场有效的咨询会议的技巧

进行咨询会议的正确方式

前期咨询（目标/方向的设定）

建立和谐关系

赢得关注

调查/查明

了解需求

解释益处/动力

异议的处理

可靠的承诺

进行一次咨询会议的错误方式

没有进行调查

没有建立和谐关系

没有得到填写的调查表

没有查明主要的需求

身体语言表明缺乏兴趣

过早的将说明书交给对方

没有解释课程的好处

没有获得肯定允诺

每一次您进行咨询会议时记住这些地方，记住：

要做的最好!!!

AMC 安盛管理咨询诊断工具

高层管理人员访谈提纲

一、谈谈公司内部各个职能（财务、营销、研发、生产、人力资源管理等）在公司总体运作和发展中的作用是否充分发挥？有哪些阻碍其职能发挥的因素（人员素质、制度健全、企业发展阶段、组织结构、管理风格等）？现行组织结构的设置是否有利于充分发挥员工的主动性，便于工作协作？

二、请谈谈您分管的部门人力资源管理情况。

三、请您谈谈对公司及本人分管部门人力资源管理方面的设想。

（一）人员规划与配置

- 1、您认为公司人力资源管理的现状如何？（从管理水平和管理效果上谈）
- 2、人力资源规划是如何制定的，谁制定？（有没有根据公司长远发展战略及经营策略来制定）
- 3、现有人力资源的配置是否和公司的长期发展目标相匹配（员工年龄、流动率、素质）？
- 4、人力资源部门的职能是否行到了充分的发挥，人力资源部门和其他部门是否充分沟通交流，如何沟通？直线部门和人力资源部门的职责划分和权限如何？
- 5、近两年人员流动率是多少？人员流动的原因是什么（调入或调出）？其中您分管部门的人员流动有多少？哪些人流失，对他们流失您的态度如何？流失人员都去哪些地方？
- 6、人员编制如何制定？谁有决定权？根据是什么？
- 7、招聘程序是什么？谁有决定权？招聘来源及方法：高校招聘、社会、其他渠道如推荐、猎头、关系推荐？（有无不公正现象）
- 8、招聘标准，是否有完善的标准，标准由谁来制定，是否根据岗位需求及人员素质要求来招聘人员？是否有对招工作的考核及反馈？
- 9、是否有内部调动、岗位轮换？工作安排和调动决定根据什么做出？考虑个人的特点、意愿及专业特长，还是工作需要？

（二）培训与发展

- 10、公司有无培训计划？公司为员工提供如外派学习，岗位交流，员工培训等是否经常？这方面的培训是否需要增加？在哪些方面增加？（有哪些培训，新员工培训、员工在职培训、中高层管理人员培训、对外客户培训）
- 11、有无培训制度，培训经费如何制定，谁来决定使用，培训人员教师来源？
- 12、公司有无培训工作的评价、反馈制度和手段？
- 13、你认为各级员工的培训有必要增加吗？对公司的发展有多大的影响？
- 14、公司现在有无管理人员的聘任（或任用）制度？
- 15、管理人员任用的标准是什么？
- 16、晋升体系是否使员工有充分的发展空间？（公司是否同时有几条跑道，如管理、技术、营销等）
- 17、有无员工在职晋升方面认为不公平？在这方面您认为公司内部有哪些不公平现象？
- 18、对员工的发展是否有足够的重视，并采取了措施，效果如何（有无职业生涯规划方面的职业辅导？）
- 19、不合格员工如何淘汰？淘汰率是多少？有无激烈的抵触情绪？对其他人带来的影响是正是负？

（三）业绩考核

- 20、考核体系如何？是否能正确评价员工的绩效？
- 21、对研发、销售、职能、生产部门的考核办法效果如何？其中对中高层管理层的考核效果如何？
- 22、考核由哪个部门负责推行实施，参与者是哪些，考核期限、考核标准如何制定？考核标准是否合理？考核的内容是否充分？能否起到考核所应有的作用？
- 23、考核结果如何反馈？考核结果如何使用？（与薪酬及晋升挂钩的情况）
- 24、员工对考核的反映

（四）薪酬激励

25、 您认为各级、各类员工目前待遇水平如何，高或低，与谁比较（与其他同行业、同地区企业、公司内部之间、层级之间比较）？您本人认为本人的收入水平如何？您的直接下属的收入水平如何，高或低，与谁比较？

26、 对关键人才有否特殊措施？如津贴等，是否合理，是否有效？

27、 （社会保障办理情况，养老、失业、医疗险、住房公积金是否都参加？新员工是否同样办理？）

28、 （公司还有哪些福利）公司福利对员工有否吸引力？是否应该增加或减少？

（五）其他

29、 现有管理制度有哪些不健全的地方？（缺什么制度）

30、 劳动合同如何管理？有何问题？是否发生过劳动争议和纠纷，如何处理？

四、 员工队伍

1、 人员观念如何

（1） 接受变革的观念如何

（2） 竞争的观念如何

（3） 危机感如何

2、 人员素质如何

（1） 管理人员

（2） 研发人员

（3） 营销人员

（4） 生产人员

3、 个人职业发展意愿如何

（1） 员工对培训的需求及要求？

（2） 员工是否感受到工作有挑战性，能力能够发挥？