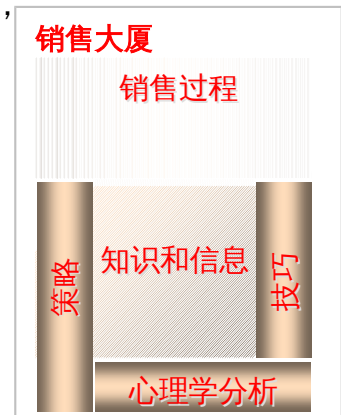

营销人员的销售技巧培训

当今的中国市场越来越成熟，竞争也越来越激烈，对销售人员的素质、技能的要求也越来越高：销售人员接近客户、与客户沟通并与客户建立良好的关系的能力将是决定其销售是否见成效的重要因素之一，而他所掌握的知识和信息的质量是又一个重要的决定因素，有效的利用信息并把握销售机会取得成功，则有赖于销售人员必须具备的心理分析、策略制定、销售技巧和过程运作等能力的充分发挥，缺一不可。



本课程以培养专业销售代表为目标，以销售全过程为依托，系统地分析销售各个环节的特点、策略、技巧，旨在提高销售人员在每一个销售环节分析问题和解决问题的能力，打开通往成功之门。

收益 学员将

- 按照专业销售的标准来思考和行事。
- 了解销售全过程及各阶段销售工作要点，做到在正确的时间、对正确的人、做正确的事
- 提高客户访谈的能力，准确确定访谈和销售对象。
- 学会运用沟通技巧接近客户、赢得客户的信任并建立关系。
- 掌握如何全、准、及时地收集客户购买信息。
- 学会挖掘客户的真实需求，提出有竞争力的解决方案。

中层销售技能培训 (1天)

第一章：建设高绩效团队

一、为何要发展团队建设？

- 团队建设对企业的贡献：
- 团队建设对个人的益处
- 团队的定义：团与队
- 团队的特性

二、如何建设高绩效团队的七个步骤：

三、团队建设中应注意的四个问题：

第二章：销售策略与管理技巧

- 销售战略选择：
 - 行业的选择
 - 地域的选择
 - 客户的选择
 - 渠道的选择
- 销售技巧---销售人员的特质
 - 我们在卖什么？
 - 产品的差异性表现
 - 你卖的是价值,而不是产品
 - 顾客为何不想买你的产品
 - 销售代表的角色

第三章：沟通的技巧

- 沟通的本质
- 高效沟通的 7 个 C
- 有效沟通的方法
- 不能有效沟通的几种典型错误
- 沟通的四种手段

第四章：渠道的建设与管理

- 渠道策略：
 - 我们要经销商做什么？
 - 理想的经销商
 - 选择经销商的标准
 - 渠道运作的误区
 - 经销商对厂家的期望
 - 工业品和消费品的营销比较与渠道选择
 - 渠道系统的设计思路
 - 渠道设计的六大目标
 - 渠道的管理：
 - 渠道营销管理四原则
 - 如何制订分销政策
 - 业绩评估/考核
 - 物流管理
 - 销售通路中的敏感问题讨论
 - 避免渠道管理中的“恶性销售”
 - 渠道客户的信用管理
 - 渠道管理中的观念转变
-

培训方法 课堂授课，并结合案例研究，模拟演练来加深对主题的掌握。

培训对象

本课程适合于初、中级主要以最终客户为销售目标的客户销售代表 (Account Sales); 销售经理; 以及与客户销售有关的人员。

培训时间 **1天**

使用语言 **中文**