
工业品营销—诸强华老师课程销售指引

【课程大纲】

一、什么是工业品? 什么是快消品?

工业品一般是指由工商企业、政府机构或事业单位所购买,用于生产、销售、维修或研发的产品与服务的总称,根据产品在生产中的不同用途细分为原材料、设备、组装件、零部件、消耗补给品和服务六种。

快速消费品是指那些使用寿命较短,消费速度较快的消费品。如:食品饮料、家电手机等大部分超市都能买到的。

二、工业品营销/项目型营销培训对象

工业自动化、电气自动化、仪器仪表、电子电器、工程机械、机械制造、建筑工程、工业原材料、化工涂料、汽车客车、中央空调、暖通设备、电梯、钢铁、环保科技、IT设备、新能源、高新技术等行业销售人员。

三、工业品与快消品在销售上的六大区别

① 采购对象不同

快消品采购时一个人基本可以做主;工商企业采购时有许多人参与采购,往往有专业的采购部门或采购委员会负责,更有详细的采购标准和专业水准的采购谈判。

② 采购金额不同

快消品单次的金额比较少,客户做决定比较快,所以,几乎一次就可以搞定;然而工业类产品往往少的是几万,多的是几千万,客户做决定的周期比较长,往往需要多次沟通与交流才能下定单。

③ 产品销售渠道不同

快消品的推广模式是以渠道为主;渠道越广,越宽,则越好,市场区域则会越大;常用广告宣传+店面销售。然而,工业类的大额产品销售的模式基本是以直销为主,渠道为辅;通常会由专业团队上门做出针对性解决方案,这些也是工业产品本身的特性所决定的。

④ 客户采购决定的内容不同

客户在采购快消品时,往往仅仅满足在产品的基本属性、功能,同时比较在乎价格或促销;而在采购工业类产品时,往往考虑的因素比较多,例如:产品是否满足自身的需求,能否解决目前面临的困难,产品的售后服务做得怎样,产品的性价比是否合适?产品对我公司的好处或利益究竟在哪里?我们与他、公司之间的关系如何?

⑤ 对销售人员要求不同

快消品的销售比较简单,因为客户并不是太看重销售人员,他们关注的重点是品牌、质量与价格,因为在客户的眼里,产品同质比较多,可以选择的竞争性产品也比较多,它们更多的是采用促销和广告的方式进行市场推广;然而,工业类产品的销售,对于销售人员要求比较高,不仅仅需要懂得销售技巧,还有技术交流、样板工程、商务考察、产品知识、客户关系等,它要求销售人员必须建立足够的信任感。

⑥ 售后服务要求不同

快消品能保证正常使用即可;工业品行业对供应商的售后服务要求比快消品更高,要求供应商能够提供及时、周到、全面的售后服务。

四、项目销售和产品销售的四大区别

1. 各自概念定义不同

项目销售是指项目操作为对象而采取的一系列活动的集合,在没有项目产品以前,对项目的策划、调研、设计、实施、特点等全部内容进行描述,并对项目进行定价、投标、谈判,最终签订合同,

实施交换以满足顾客需要，实现双赢的过程。

产品销售是以现有的产品为中心进行销售，产品是我们的销售起点，销售是围绕产品来开展的，销售方法、技巧是服务于产品，是对产品的补充。

2. 各自的着重点在什么地方？

项目销售是以项目为主，通过项目团队的分工合作，如何把即将策划或建设的项目承接到手。

(即如何拿到订单)

产品销售是以现有的产品为中心，重点是如何把已生产出来的产品销售出去。

3. 采用的策略有什么最大的不同？

项目销售是顾问型销售，销售人员必须换位思考，了解客户的表面需求和潜在需求，努力利用咨询活动和专业知识的重新设计客户业务，帮助客户实现目标。

产品销售是依赖产品的性能、价格、品牌等优势，加上销售人员的能力来进行销售。

4. 要求销售人员的能力素质是如何的？

项目销售要求销售人员对项目所涉及的各种专业知识非常了解，通过销售人员的努力，让顾客了解产品、认可产品、接纳产品。项目销售远比产品销售复杂得多。

产品销售要求销售人员熟悉已有产品的性能、特点、优势，以及与竞争产品的对比分析和一定的销售技巧。

五、诸强华老师工作、学习经历

浙江工商大学 MBA

温州大学 市场营销、工商管理专业兼职教师 月均授课 7 课时

日本重机 (JUKI) 大区销售总监 10 年

荷兰飞利浦 (PHILIPS) 培训讲师 2 年

温州市宏达缝纫设备有限公司 总经理 2013 年至今

职业培训师 2011 年出道 至今已 6 年

六、诸强华老师培训特色

分组讨论 实战案例 结合产品演练 工具落地

七、诸强华老师课程目录

1 特别推荐：《政企大客户业务公关与销售技巧》2 天

2 特别推荐：《政府与集团项目型公关策略和销售技巧》1 天

3 特别推荐：《关键客户竞争性销售》1 天

4 《项目型销售业务流程管控——太极推手八式》1 天

5 《C139 大项目销售—如何预测发展趋势？》1 天

6 《工业品销售谈判与专业回款技巧》1 天

7 《工业品市场调研与情报收集》1 天

8 《工业品客户满意度提升培训》1 天

9 《工业品经销商开发与管理》1 天

八、培训落地措施

课前作业 课后笔试 结合产品真人演练 撰写案例 工具表格